



ACTION C.3

***ASSESSMENT REPORT OF THE
SOCIOECONOMIC IMPACTS***



LIFE11 ENV/IT/000184
LIGHT PET



EXECUTIVE SUMMARY

The aim of this action was to raise the awareness of the public (from the general one to the industrial one) towards an improved knowledge of the impact of new technologies like the LIGHT-PET one on the environment and, generally speaking, on our lives.

Different actions were implemented including post-card distribution, roll-up exhibition, questionnaire sent to the public and general dissemination of the project.

ANALYSIS OF THE AUDIENCE

The project partners created an online questionnaire, with the goal of benchmarking the behaviour of normal consumers and their approach to the bottles they buy and they use every day.

The idea was to understand better which are the main reasons behind the actions of the consumer, if they are aware of the environmental impact of their purchases and if they would be ready to change their habits to improve their green footprint.

The analysis of the results will help to develop a more user-friendly campaign to promote the new bottle produced with the LIGHT-PET technology.

METHODOLOGY

In order to realize this analysis, a public questionnaire was published on the web.

LIGHT-PET: bottiglie più leggere

L'obiettivo principale del progetto "LIGHT-PET", realizzato con il contributo dello strumento finanziario LIFE dell'Unione europea, è quello di studiare un nuovo processo e impianto per la produzione di contenitori per alimenti fatti in PET, più leggeri e quindi più sostenibili.
Ci interessa molto il suo parere, se volesse darci suggerimenti o volesse in qualche modo essere coinvolto nel progetto, la invitiamo a scriverci all'indirizzo propiast@propiast.it

**Campo obbligatorio*



Come consumatore, quanta importanza dà al packaging nell'acquisto di un prodotto? *

moltissima
 molta
 nella norma
 poca
 nessuna

Come giudica le campagne pubblicitarie che mettono in risalto i benefici per l'ambiente? *

positive, utili ad informare il consumatore
 come tanti altri modi di fare pubblicità
 ingannevoli, utili solo a fini pubblicitari

Crede che la bottiglie più pesante sia sinonimo di qualità? *

sì
 no



Crede che le bottiglie più leggere siano più fragili? *

si
 no

Se le presentassero una bottiglia più leggera ma dalle stesse prestazioni di quelle che utilizza ora, la comprerebbe? *

si
 no

Per quale ragione?

A casa, fa la raccolta differenziata? *

si
 no
 non sempre

LIFE11 ENV/IT/000184
LIGHT PET



Invia

Non inviare mai le password tramite Moduli Google. 100%: ce l'hai fatta.

Powered by  Questi contenuti non sono creati né avallati da Google.
[Segnala una violazione](#) - [Termini di servizio](#) - [Ulteriori termini](#)

PARTICIPANTS

The invitation to participate was sent to the whole mailing list of Proplast (3000 contacts), and through the contacts with association it was spread to another 1000 contacts. The answers were more than 100.

FEEDBACKS

We asked to the participants how much important is the packaging in their purchases.



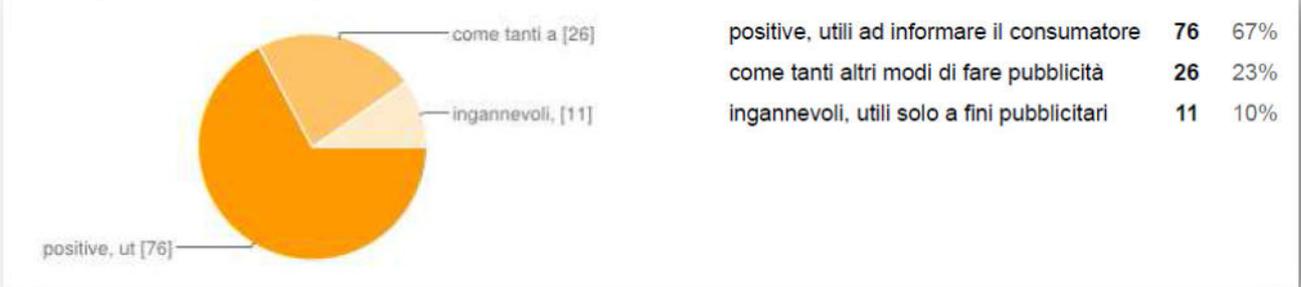


The awareness of the importance of packaging in the purchase of a product is very high (more than 50% of the sample gives a lot of importance to the packaging when buying a product). It is very important that the awareness of the value of the packaging is widely shared by consumers, because they are the ones who have the opportunity to get involved, learn and make clear and transparent choices.

Today, advertising campaigns make extensive use of the terms "green", "sustainable," "eco-friendly", "low environmental impact", etc. and the consumer considers this as a positive trend. According to our interview, about a third of participants consider this way of marketing neutral or even negative. The other two third consider the advertising promoting a green approach as positive and useful, to be informed about environmental issues.

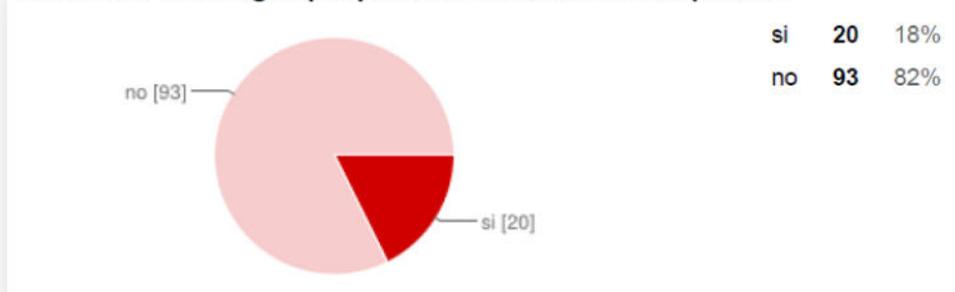
To be informed is a key point for the modern consumer, who investigates what he buys, wants to express his opinion and to influence the choices of producing companies.

Come giudica le campagne pubblicitarie che mettono in risalto i benefici per l'ambiente?



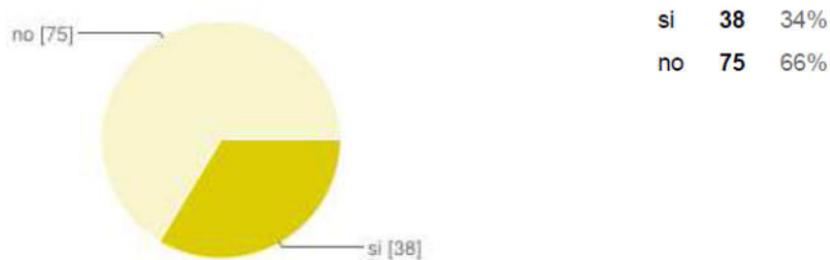
For more than 80% of consumers, a heavier PET bottle is not synonymous of higher quality; at the same time if they are lighter, it does not mean that they are more fragile (at least for 66% of participants to the survey). In recent years, the weight of the bottles has been significantly reduced and the innovative technologies that are being developed (including the one invented in the project LIGHT-PET), are designed to contribute to lightening the packaging.

Crede che la bottiglie più pesante sia sinonimo di qualità?





Crede che le bottiglie più leggere siano più fragili?



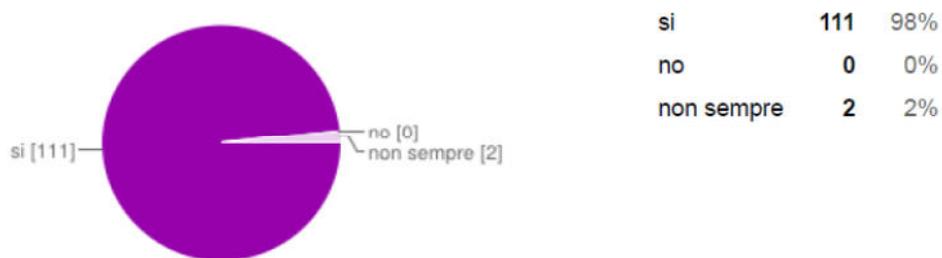
There is a trend in the PET sector, going towards more and more massive use of recycled material. The normative has been recently changed so there is now more interest than before. Recycled PET has two main advantages:

- Raw material saving: petrochemicals consume reduction
- Energy saving: to recycle one kg of PET, we use 84% less energy and we produce 71% less greenhouse gases

PET can be recycled and transformed into a variety of new products: new bottles, fibers, packaging and automotive components.

Today, the supply chain for the recycling of PET works well and this is the reason why the majority of the participants to our survey declare that they differentiate the garbage at home.

A casa, fa la raccolta differenziata?



When asked if they would be prepared to buy a lighter bottle with the same characteristics of the "old" ones, the 94% of consumers were ready to do it.

LIGHT PET

INNOVATIVE PROCESS AND SOLUTION TO REDUCE THE WEIGHT OF PET CONTAINERS AND BOOST THE DIFFUSION OF THE GREEN PURCHASE



LIFE11 ENV/IT/000184
LIGHT PET



LIGHT PET

PROCESSO INNOVATIVO E SOLUZIONI PER DIMINUIRE IL PESO DEI CONTENITORI IN PET E PROMUOVERE GLI ACQUISTI "GREEN"

LIFE11 ENV/IT/000184
LIGHT PET

Nel 2011, il 40% dei contenitori per bevande, prodotti a livello mondiale, era realizzato in PET polietilene tereftalato. L'Europa ha trasformato, sempre nel 2011, 2,4 milioni di tonnellate di PET vergine per questo tipo di applicazioni con una richiesta in aumento del 2%. Il PET è il polimero principale su cui si punta per il raggiungimento del 50% di plastica riciclata entro il 2020. Trasformare 1 tonnellata di PET allora richiede (per la fase di soffiaggio) 600 kWh di energia in un processo a due step per la produzione di 50.000 contenitori all'ora. Il processo consuma inoltre olio idraulico, difficile da smaltire. Inoltre, alcune bevande (come ad esempio tè, succhi di frutta, alcune bevande (come ad esempio tè, succhi di frutta) acqua, e sostanze chimiche. Per migliorare le performance am

OBIETTIVI

L'obiettivo principale di "LIGHT PET" è quello di studiare un nuovo processo e impianto per la produzione di contenitori per alimenti fatti in PET. Il nuovo impianto sarà costituito da moduli sia per la produzione di preforme che per il soffiaggio. L'innovazione principale sarà proprio nel processo di stretch-blowing. Gli obiettivi sono:

- Ridurre il consumo di PET riducendo il peso dei contenitori e utilizzando maggiormente PET riciclato
- Ridurre il consumo di energia ottimizzando la configurazione dell'impianto di bottiglie in PET e passando da un processo a due step a un processo ad unico step
- Eliminare l'utilizzo dell'olio idraulico usando un processo di produzione ad iniezione-compressione, passato su aria compressa

LIGHT PET

RISULTATI

- Prototipo di impianto innovativo per la produzione di contenitori per alimenti in PET
- Riduzione dell'utilizzo di PET vergine, con conseguente riduzione del consumo di risorse naturali (energia, olio e acqua)
- Aumento dell'utilizzo di PET riciclato
- Riduzione degli sprechi
- Riduzione o eliminazione dell'utilizzo dell'olio idraulico per il processo di produzione
- Riduzione del consumo di energia grazie al recupero del calore residuo
- Test sull'impianto per produrre inizialmente 38.000 preforme/bottiglie all'ora e successivamente 50.000 preforme/bottiglie all'ora

MAGGIORI INFORMAZIONI

Società Industrializzazione Progettazione e Automazione
Via Caduti del Lavoro, 3 - 31029 Vittorio Veneto (TV)
Telefono +39 0438911553
life.plus@zoppas.com

www.sipa.it www.zoppas-industries.it www.proplast.it

LIGHT PET

PROCESSO INNOVATIVO E SOLUZIONI PER DIMINUIRE IL PESO DEI CONTENITORI IN PET E PROMUOVERE GLI ACQUISTI "GREEN"

LIFE11 ENV/IT/000184

Nel 2011, il 40% dei contenitori per bevande, prodotti a livello mondiale, era realizzato in PET polietilene tereftalato. L'Europa ha trasformato, sempre nel 2011, 2,4 milioni di tonnellate di PET vergine per questo tipo di applicazioni con una richiesta in aumento del 2%. Il PET è il polimero principale su cui si punta per il raggiungimento del 50% di plastica riciclata entro il 2020. Trasformare 1 tonnellata di PET allora richiede (per la fase di soffiaggio) 600 kWh di energia in un processo a due step per la produzione di 50.000 contenitori all'ora. Il processo consuma inoltre olio idraulico, difficile da smaltire. Inoltre, alcune bevande (come ad esempio tè, succhi di frutta, alcune bevande (come ad esempio tè, succhi di frutta) acqua, e sostanze chimiche. Per migliorare le performance ambientali della produzione del PET sono quindi necessari nuovi processi di trasformazione.

OBIETTIVI

L'obiettivo principale di "LIGHT PET" è quello di studiare un nuovo processo e impianto per la produzione di contenitori per alimenti fatti in PET. Il nuovo impianto sarà costituito da moduli sia per la produzione di preforme che per il soffiaggio. L'innovazione principale sarà proprio nel processo di stretch-blowing. Gli obiettivi sono:

- Ridurre il consumo di PET riducendo il peso dei contenitori e utilizzando maggiormente PET riciclato
- Ridurre il consumo di energia ottimizzando la configurazione dell'impianto di soffiaggio in PET e passando da un processo a due step a un processo ad unico step
- Eliminare l'utilizzo dell'olio idraulico usando un processo di produzione ad iniezione-compressione, passato su aria compressa

RISULTATI

Prototipo di impianto innovativo per la produzione di contenitori per alimenti in PET. Riduzione dell'utilizzo di PET vergine, con conseguente riduzione del consumo di risorse naturali (energia, olio e acqua). Aumento dell'utilizzo di PET riciclato. Riduzione degli sprechi. Riduzione o eliminazione dell'utilizzo dell'olio idraulico per il processo di produzione. Riduzione del consumo di energia grazie al recupero del calore residuo. Test sull'impianto per produrre inizialmente 38.000 preforme/bottiglie all'ora e successivamente 50.000 preforme/bottiglie all'ora.

MAGGIORI INFORMAZIONI

Società Industrializzazione Progettazione e Automazione
Via Caduti del Lavoro, 3 - 31029 Vittorio Veneto (TV)
Telefono +39 0438911553
life.plus@zoppas.com

www.sipa.it www.zoppas-industries.it www.proplast.it

