

COM.PACK

SOSTENIBILITÀ COMPATIBILE

Numero 14



MADE IN ITALY
Un gioco di squadra

LEGGI I CONTENUTI
EXTRA SU ISSUU

ISSN 2240 - 0699



SCEGLI IL CONTENITORE CHE PENSA AL FUTURO



SCEGLI ALIMENTI E BEVANDE CONFEZIONATI NEL CONTENITORE GIUSTO

Rinnovabili e riciclabili: i contenitori Tetra Pak® in carta contribuiscono a proteggere le foreste. Possono essere avviati alla raccolta differenziata e nascono principalmente da materia prima che "ricresce" perché gestita in modo sostenibile.

www.tiriciclo.it - www.packgrowsback.com/it



Il tuo partner di automazione per il packaging



Come partner di automazione specializzato, Omron può sostenerti in ogni fase dello sviluppo della tua nuova macchina per imballaggio o nel potenziamento di una macchina esistente. I nostri ingegneri ti forniranno soluzioni di motion control flessibili e intuitive che includono il controllo real time di movimenti continui, una completa integrazione robotica e una semplice gestione dei cambi formato tipici di ogni produzione.

Vieni a trovarci a SPS IPC Drives Italia (Parma, 20 - 22 maggio 2014)
presso il padiglione 2, stand L026 - K026

sps ipc drives
ITALIA
Parma, 20-22 maggio 2014



industrial.omron.it/it/solutions/packaging



Cover story

- Made in Italy: un gioco di squadra 12

MERCATI

Automazione

- Tre sfide: dimensione, mercati lontani e politica 14
- L'atlante della crescita 19

STRUMENTI

Analisi e metodi

- Il pubblico a fianco delle imprese 26

Ricerca e sviluppo

- Un flessibile lancia la sfida alla rigidità della tradizione 28

APPLICAZIONI

Beverage

- Il sughero? Galleggia ma non nuota 33
- Quali impatti se cambio materiale? 34

Non food

- Impianti più puliti con uno spruzzo 41

Food

- Avanzi e vassoio? Insieme nel compost 42

MARKETING

End User

- Separazione facilitata 43
- Arriveremo a usare anche il corpo '2'? 46

Il verde che vende

- Il primo manifesto anti-spreco 49
- Come raccontare la prevenzione 50

TRE Trattamenti, Rifiuti, Energia

Rifiuti

- Differenziate al volo 53
- L'obiettivo di un obiettivo? Porsi le domande giuste 54

Energia

- Sostegni all'efficienza 58
- Un uovo salverà il mondo? 59
- Fotovoltaico italiano: nuova era, nuovi modelli 60

Emissioni

- Gas serra: riduzioni sì, ma... 62

RUBRICHE

- Editoriale 4
- Appunti 6, 7
- Tecnologia 8, 9
- Facebook 10, 11

COM.PACK si avvale di un comitato di controllo e verifica dei contenuti che viene coinvolto collegialmente o singolarmente. Ne fanno parte:

Normativa

Paolo Pipere, Esperto in Diritto Ambientale e Coordinatore Master in Diritto e Gestione dell'Ambiente, *Il Sole 24 Ore*

Energia e fonti rinnovabili

Piercarlo Romagnoni, Professore Ordinario di Fisica Tecnica Ambientale, Università IUAV di Venezia- Dipartimento Unico della Ricerca

LCA

Giovanni Dotelli, Professore Associato, Dipartimento di Chimica, Materiali ed Ingegneria Chimica "G. Natta" Politecnico di Milano

Materiali polimerici ecocompatibili

Emo Chiellini, Professore Ordinario (titolo gratuito) di Fondamenti Chimici delle Tecnologie, Università di Pisa-Dipartimento di Chimica e Chimica Industriale, e Coordinatore Gruppo di Ricerca BIOlab

Ricerca & Sviluppo

Giulio Ghisolfi, Packaging System Integrator & Advisor

Approccio sistemico

Franco Fassio, Ricercatore presso l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche - Pollenzo (CN)

Food processing & packaging

Marco Luzzini, Professore a contratto presso il Dipartimento di Scienze degli Alimenti - Università degli Studi di Parma

Design sostenibile

Laura Badalucco, Direttore del corso di laurea in Disegno Industriale dell'Università IUAV di Venezia
Naoko Shintani, Progettista specializzata in design sostenibile

Qualità

Antonio Scipioni, Professore Associato Dipartimento Processi Chimici dell'Ingegneria e Direttore Scientifico del Centro Studi Qualità e Ambiente-CESQA Università degli Studi di Padova

Mercati

Antonio Savini, Consulente studi di mercato ASEtudes (Francia)



NON C'È NIENTE DI PIÙ VIVO DELL'ALLUMINIO.

L'ALLUMINIO È RICICLABILE AL 100%

E RINASCE ALL'INFINITO.

GRAZIE A TE E ALLA RACCOLTA DIFFERENZIATA.



  Consorzio CIAL - cial.it


CIAL Consorzio
Imballaggi
Alluminio

LATTINE BEVANDE



FOGLI PER ALIMENTI



BOMBOLETTE SPRAY



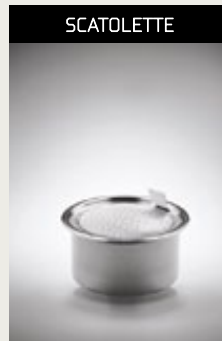
TUBETTI



VASCHEE



SCATOLETTE





Volete la ripresa?

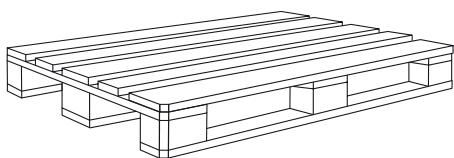
Al recente convegno del 2 aprile, tenutosi a Milano sotto l'egida di AIRI e di Innovhub, abbiamo colto nelle parole del presidente AIRI, Renato Ugo, una proposta concreta che sviluppa la ripresa, anche nel nostro settore. Sfogliando il volume "Le innovazioni del prossimo futuro-Tecnologie prioritarie per l'industria" (VIII edizione curata da AIRI), l'8° capitolo centra il tema dei beni strumentali per l'industria manifatturiera. Ma in tutto il volume, trasversali sono i riferimenti anche alle tecnologie con portato ambientale.

Luca M. De Nardo

"Nel nostro Paese lo stallo che stiamo vivendo dal punto di vista occupazionale e produttivo richiede un piano di sostegno alle aziende che investono concretamente in ricerca e innovazione tecnologica. Si tratta di lanciare un piano che si potrebbe denominare 'fiscal technology' che preveda azioni concrete come opportuni sgravi fiscali. Il Governo appena insediato deve fare sue queste opportunità di crescita, che sono sempre state accantonate. A sostegno di questo messaggio si può ricordare un recente studio condotto da Luiss Lab che indica che se in Italia si inizia ad accumulare capitale immateriale (tecnologia, risorse umane, competenze trasversali) con tassi simili a quelli dei Paesi del Nord Europa (accumulo in Italia del 2,1% rispetto al 5,7% della Finlandia) si avrebbe rapidamente un incremento del 2,3% della produttività e quindi della competitività."

Renato Ugo, presidente AIRI

Nulla si distrugge, tutto si rigenera



Nuovi. Usati. Riparati. Rigenerati. Kombinati.





Solo aria compressa

Target, il secondo più importante discounter del Nord America, ha da poco selezionato 17 fra i prodotti di marca leader già presenti nel suo assortimento e li ha sfidati a diventare naturali, biologici o sostenibili. Il marchio Method's, con il nuovo deodorante per ambienti dotato di erogatore Airopack, sarà uno dei protagonisti degli scaffali di Target a partire dalla prossima estate. La tecnologia brevettata a livello mondiale prevede un contenitore in materiale plastico, trasparente, sotto pressione. A differenza delle soluzioni più diffuse, Airopack non ricorre a propellenti chimici ma soltanto all'aria compressa, garantendo uniformità di pressione fino all'ultima erogazione. E' privo di idrocarburi, non è pericoloso in caso di inalazione. Infine, la collaborazione con Target permetterà di offrire il prodotto ad un prezzo accessibile a chiunque, come per qualsiasi prodotto presente nell'offerta di un discounter.



Polimeri biodegradabili

E' in programma a Parma il 29 e 30 maggio prossimi la terza edizione di Biopolpack, il congresso internazionale biennale dedicato al packaging polimerico biodegradabile. La presidenza è di Angela Montanari (Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari) e di Angelo Montenero (Dipartimento di Chimica-Università degli Studi di Parma). Il congresso è sostenuto dalle giapponesi Nippon Gohsei e Nichigo G-Polymer e dalla tedesca FKuR. Comune e Provincia, insieme alla Camera di Commercio di Parma e alla Regione Emilia-Romagna, hanno concesso il loro patrocinio.

European Bioplastics Conference

In attesa dell'apertura della nona edizione, dal titolo "Driving a resource efficient Europe" che si terrà a Bruxelles il 2 e 3 dicembre 2014, European Bioplastics invita quanti si occupano di ricerca e sviluppo nel settore a proporre gli abstract di possibili lavori da presentare alla conferenza. La scadenza per la presentazione degli abstract è il prossimo 30 giugno.

Bio due volte

Orogel Food Service presenta la nuova linea dei "vegetali Bio" confezionata in buste biodegradabili e compostabili, realizzate in Ecoflex, plastica certificata secondo la norma UNI-EN 13432. È la prima volta che un'azienda italiana nel mercato degli alimenti surgelati impiega materiali totalmente compostabili. "Abbiamo iniziato la produzione di materiale compostabile – spiega il direttore commerciale di Orogel Food Service Daniele Lambertini – con la nostra linea di vegetali biologici che è particolarmente richiesta nella ristorazione scolastica e sanitaria. Abbiamo infatti programmato una serie di iniziative, rivolte al mondo della scuola, dedicate ai temi dell'ambiente e dell'ecologia perché siamo ben consci che l'ambiente che ci circonda può essere salvato solo se tutti ci impegniamo; anche per questo ci auguriamo che anche altre aziende del nostro comparto possano seguirci nella strada che oggi abbiamo intrapreso."





WORLD PROCESSING tomato CONGRESS

Dopo il rosso Ferrari...

Le prospettive di produzione, trasformazione, distribuzione e consumo del pomodoro da industria a livello globale saranno discusse nel corso del Congresso Mondiale del Pomodoro, che si terrà in Italia a Sirmione (Lago di Garda) dall'8 all'11 giugno 2014, a cui parteciperanno tutti i principali key-player del mercato nazionale ed internazionale. Il Congresso, che si sviluppa sul tema "Dalla terra alla tavola: un impegno comune per il futuro dei prodotti trasformati a base pomodoro", è organizzato da AMITOM, Association Méditerranéenne Internationale de la Tomate e dal World Processing Tomato Council. Previsti interventi sul ruolo del packaging per un mercato che vede il nostro paese protagonista anche per qualità, immagine e tecnologie di processing, oltre che nell'imballaggio.

Intesa anti-contraffazione

Anche la Francia, dopo la Catalogna, aderisce al protocollo anti-contraffazione che Coldiretti Lombardia e Regione Lombardia stanno presentando nel World Expo Tour durante gli incontri con i rappresentanti dei vari Paesi che parteciperanno all'esposizione universale l'anno prossimo. Il protocollo mira a combattere il fenomeno dei falsi e dei prodotti simili che, solo all'Italia, costano ogni anno 60 miliardi di euro.

Sisa recupera

Parte dal centro sud il progetto "Ricicla e risparmia sulla spesa al Sisa!". In 15 punti di vendita della catena distributiva sono stati inaugurati diversi eco-compattatori automatici di ultima generazione, che raccolgono bottiglie di plastica e lattine vuote in cambio di scontrini con buoni sconto utili per la spesa. Il gesto è molto semplice, ma di grande impatto etico e ambientale, che premia i consumatori più virtuosi.

Energia e materie plastiche

Fattibile e vantaggioso, ma non da soli: è il ritratto del Risparmio Energetico e della Gestione dell'Energia per l'industria delle materie plastiche fatto dalle 12 relazioni presentate al seminario del 9 aprile scorso organizzato da Proplast. Le tecnologie oggi disponibili e l'assistenza delle Esco rendono un progetto di ottimizzazione realizzabile in tempi brevi e con investimenti accessibili.

TREXEL INC. **ENGEL**

- RIDUZIONE PESO PER ESPANSIONE TIPICAMENTE 8-10% PER RE-DESIGN DEL COMPONENTE (RIDUZIONE SPESSORE PARETI) FINO AL 35%
- RIDUZIONE CICLO FINO AL 50% CON STAMPI OTTIMIZZATI
- RIDUZIONE PRESSIONI FINO AL 60%
- RIDUZIONE TONNELLAGGIO PRESSA FINO AL 60%
- RIDUZIONE WARPAGE
- ELIMINAZIONE RISUCCHI
- UNIFORMITÀ RITIRI DIMENSIONALI
- RIDUZIONE TIME TO MARKET MINORI ITERAZIONI/CORREZIONI PER CONFORMITÀ DIMENSIONALE
- VANTAGGI AMBIENTALI

proplast

NUOVA PIATTAFORMA

Omron, founding partner di SPS Italia, in programma a Parma dal 20 al 22 maggio, presenterà al padiglione 2, stand L026 - K026, tutte le novità della piattaforma Sysmac, tra cui spiccano i terminali NA. Machine controller, sicurezza, visione, logica, I/O connessione con la rete veloce EtherCAT e programmazione con un solo software sono tutte le prestazioni di Sysmac Studio. Ed ora la nuova famiglia NA di HMI completa il quadro della piattaforma, includendo l'interfaccia uomo-macchina (anch'essa programmabile attraverso Sysmac Studio) con funzioni innovative mai viste in precedenza. Ma l'offerta Omron non si ferma qui: il nuovo concetto 361° sarà ancora protagonista, con le sue tre linee di prodotti Light, Pro e Proplus, che consentono sempre la scelta migliore e più conveniente per ogni applicazione. Nel campo della visione, la grande novità è il sistema FH, ancora più veloce e

facile da integrare: la tecnologia Shape Search III utilizzata in questa famiglia di prodotti rende gli algoritmi di ricerca fino a nove volte più veloci. La ricerca è stabile, senza riduzione della velocità anche in condizioni critiche (interferenze luminose, forme sovrapposte, immagini lucide o incomplete).



ANTI-SPRECO PREMIATO

Rotoprint riceve l'ennesimo riconoscimento per la sua soluzione eco-compatibile: l'Alufoil Trophy 2014, conferito da EAFA-European Aluminium Foil Association, la più importante associazione europea nel mondo dell'alluminio. Il premio è stato assegnato nella categoria Resource Efficiency grazie ad una lavorazione di sovrastampa e verrà ufficialmente consegnato in occasione di Interpack a Düsseldorf.



PROTEGGERE L'HIGH TECH

Emiliana Imballaggi ha appena fondato Emi Pack Logistic, società che accoglie l'esperienza tecnica di un ramo di un'azienda padovana dello stesso settore, la Zeta Pack Logistic. Con questa operazione Emiliana Imballaggi incrementa la già ampia offerta di soluzioni personalizzate per l'imballaggio industriale e si aggiudica un segmento di mercato molto di nicchia, ma in prospettiva di crescita e in parte già presente nel proprio core business. Emi Pack Logistic assiste chi spedisce merce ad alto contenuto tecnologico e pezzi unici che presentano criticità di trasporto per dimensione e struttura. Oggetti e componenti voluminosi possono avere appoggi non uniformi e richiedono un involucro di protezione molto elaborato sia internamente che esternamente. La fase progettuale è decisiva e mira a mettere la merce in sicurezza, a razionalizzare spazio e costi, tenendo conto di tutte le condizioni statiche e dinamiche del trasporto. Quest'ultimo può essere stradale, aereo, marittimo, ferroviario o tutte insieme queste modalità.



AUTOMAZIONE DAL VIVO

Nell'ambito della prossima edizione di SPS IPC Drives, in programma a Parma dal 20 al 22 maggio, si terrà la Tavola rotonda-Fil Rouge Food&Beverage il giorno 21 maggio 2014, dalle 10:00 alle 13:00. Il tema è l'Automazione per l'industria alimentare. Il Packaging multifunzionale: non solo imballo. Partecipano le aziende Alce Nero, Biofood, Copador, Europi Food Industries, Evam - Fonteviva, Fonti di Vinadio - Acqua Sant'Anna, Il Gigante, Goglio, Guido Gobino, Lavazza, Orogel, Reggiana Gourmet. Il giorno dopo, sempre dalle 10 alle 13, è in programma la seconda Tavola rotonda-Fil Rouge: L'Automazione per l'industria farmaceutica e cosmesi: la nuova frontiera del processo produttivo. Sono presenti le aziende Angelini, Chiesi Farmaceutici, ERsistemi, Fedegari Autoclavi, Karys Due, IMA, L'Erbolario, L'Oreal, MTE Edizioni, Novartis, Supsi, Teva.



TECNOLOGIE CHIAVE

Il volume "Le Key Enabling Technologies. Un'occasione per la competitività del sistema industriale italiano" a cura di AIRI, Associazione Italiana per la Ricerca Industriale, lancia il suo messaggio a tutti gli attori economici, sociali e politici coinvolti nei processi di innovazione. Con la partenza del programma Horizon 2020, l'Unione Europea riconosce l'importanza concreta del sostegno economico all'innovazione tecnologica per lo sviluppo e la competitività dell'industria manifatturiera e dei servizi. Il volume fornisce un quadro articolato della situazione italiana ed europea per ciò che riguarda le cosiddette KET (Key Enabling Technologies), tecnologie in grado di offrire le chiavi del rinnovamento economico. Completano e arricchiscono il volume le Voci dal Fronte, testimonianze dirette di realtà imprenditoriali italiane che hanno già avviato significative attività di sviluppo delle KET. Fra queste segnaliamo Pirelli Tyre, Mapei, Biochemtex, Bracco Imaging, Parco scientifico tecnologico Kilometro Rosso e molti altri. Il libro è a cura di Sesto Viticoli e Luigi Ambrosio e pubblicato da Guerini e Associati.



PRIMI I UE



Sono stati resi ufficiali lo scorso 29 aprile, durante l'assemblea annuale delle imprese consorziate a CiAl, i risultati di raccolta e riciclo degli imballaggi in alluminio, che pongono la l'Italia in cima alla classifica europea per quantità totali di alluminio riciclato. Il 2013 è stato un anno proficuo: sono state recuperate 47.500 tonnellate di imballaggi in alluminio, pari al 70,3% dell'immesso sul mercato (67.500 ton): + 6% rispetto all'anno precedente. Il risultato si è reso possibile grazie alla collaborazione dei cittadini e agli accordi stipulati fra il Consorzio e gli enti locali di riferimento. Sono infatti 5.400 i Comuni italiani che lavorano con CiAl (quasi il 70% del totale) con il coinvolgimento di oltre 46 milioni di abitanti (il 78% della popolazione italiana).





Com.pack shared a link.
October 6, 2013

[See all](#)

Gli ingredienti del miele Melitheon dell'azienda greca Vasiliki (Leonidion, nel Peloponneso) sono l'ambiente e le biodiversità animali e floreali di una delle terre da sempre simbolo di un'età felice: l'Arcadia, icona pittorica e letteraria secolare che richiama all'equilibrio fra l'uomo e l'ambiente. Vasiliki e i suoi apicoltori hanno prima raccolto (e aggiornato in chiave tecnologica) i saperi degli antenati. Le arnie vengono mutate di posizione nell'arco dell'anno, affinché le api possano attingere a pollini e microclimi differenti. Nasce così un miele con caratteristiche uniche che può e dev'essere raccontato a un target sofisticato, appassionato della qualità, greco come europeo come internazionale.



Like · Comment · Share

Com.pack likes this



Com.pack shared a link.
November 30, 2013

[See all](#)

Littering: un danno estetico e un danno all'ambiente: oppure anche un danno all'immagine di marca? Moretti si è costituita parte civile contro una persona colta nell'atto di abbandonare una bottiglia della sua birra... non è vero ma potrebbe diventarlo. Meditate gente, meditate.



Like · Comment · Share

Com.pack likes this



Com.pack shared a link.
February 8, 2014

[See all](#)

CONAI, DECUPLICA IL CONTRIBUTO! Questa confezione contenente un caricabatterie universale USB per auto a forma di accendisigari la mettiamo nella nostra collezione dei Jurassic Pack: pesa come il prodotto, ha un volume 9 volte superiore a quello del prodotto e per aprirla e smaltirla occorrono un coltello oppure delle forbici, col rischio di tagliarsi la pelle. Sul retro, in piccolo, il produttore invita a collegarsi al sito Friends of Nature per spiegare come smaltire sia i prodotti a fine vita sia le confezioni. La Direttiva Europea sui rifiuti da imballaggio parla chiaro: l'attenzione all'ambiente non consiste nello smaltire correttamente (al terzo posto delle priorità) ma nel prevenire i rifiuti; questa confezione fa esattamente l'opposto. Per cosa? Per farsi vedere nei punti di vendita e per restare appesa agli espositori dei negozi senza farsi rubare. PROPOSTA: in casi come questi il contributo CONAI per i materiali va moltiplicato per 10 e scorporato dal prezzo di acquisto: a carico del produttore e del distributore.



Like · Comment · Share

Com.pack likes this



Com.pack shared a link.
March 27, 2014

[See all](#)

Splendido: una coperta che riproduce il mare, animalletti e piccoli imballaggi per insegnare ai bambini come rispettare l'ambiente. Monitoraggio distribuzione cetacei e plastiche galleggianti nel Mediterraneo Occidentale. Un progetto dell'Accademia del Leviatano in collaborazione con Grimaldi Lines



Like · Comment · Share

Com.pack likes this



Com.pack shared a link.
September 19, 2013

See all

Uno dei motivi per cui si tende a mangiare meno frutta e verdura fresca risiede anche negli impulsi che troviamo nei punti di vendita: il packaging è un filtro che spesso demotiva, l'assenza di packaging invoglia a condizione che la presentazione crei un'emozione. Pochi packaging sanno creare emozioni altrettanto forti quanto l'aspetto naturale.



Like · Comment · Share

Com.pack likes this



Com.pack shared a link.
September 21, 2013

See all

Un distributore austriaco ha realizzato per la propria gamma di prodotti bio questo contenitore domestico per le patate, che devono stare protette dalla luce, dall'umidità, dal calore ma prendere anche aria. Un packaging riutilizzabile naturale, in legno, elegante anche da tenere in cucina.



Like · Comment · Share

Com.pack likes this



Com.pack shared a link.
December 14, 2013

See all

Lettera di Natale: i Comuni si apprestano a incassare il conguaglio TARES, TARSU, TIA, TUL, TUC, il nome non si sa ancora, ma quel che è certo sono i dati contenuti in questo bollettino. Vi aiutiamo a leggerli: nel 1991 questa signora ha pagato 141.768 lire (73,22 euro) per i servizi relativi a un appartamento di 70 mq circa dove vivevano 2 persone. Oggi la signora spende, sempre per quella metratura e sempre per 2 persone, 719.324 lire pari a 371,50 euro. In 22 anni il contributo è aumentato del 500%? No, di più perché attraverso altre forme di riscossione indiretta l'aumento è di oltre il 600%: molti beni durevoli e di consumo, infatti, in questi 22 anni sono stati assoggettati al pagamento di un contributo di smaltimento il cui costo è internalizzato nel prezzo di acquisto dei beni. Inoltre, dal recupero delle materie seconde. Si sono generati ulteriori introiti grazie alla vendita alle imprese del riciclo. L'interesse composto di questo aumento è del 5% medio annuo, di molto inferiore all'aumento della benzina. Benefici? Per più della metà degli italiani quasi nulla: al centro sud il numero delle discariche è diminuito di poco, in compenso sono stati aumentati in tutta la Repubblica i posti di lavoro.

C. C. P. PREMARCATO		LA È ISCRITTO NEI RUOLI DEL CORRENTE		VEDERE A TERGO LE AVVERTENZE	
CONTI CORRENTI POSTALI		RECEVUTA di un versamento		NON STACCARE LA PARTE SUPERIORE	
RICEVUTA di un versamento		a credito di addebito			
C.C. N. 30 210203		Venduto a:		1991 2 01	
S.RISC.TRIB.RUOLI CO.MILANO A				DATA CONSEGNA INDO	
CARIPLO ESATRI SPA GEST.MECC.				08.03.91	
V.DELLA CHIUSA 2-20123 MILANO				RICEVUTA	
PINI ALDA					
MILANO					
eseguito da					
residente in					
49755 67406483040017304460 912					
SPAZIO RISERVATO AI COMMENTI POSTALI					
Tassa 141768					
L. 587 03 GIU 91					
Bollo e dati					
		SPESA DA PAGARE		DESCRIZIONE TRIBUTI	
		141768 55 0440		TASSA SMALTIMENTO RIFIUTI SOLIDI URBANI	

Like · Comment · Share

Com.pack likes this



Made in Italy: un gioco di squadra

di Luca Maria De Nardo

Foto: Aeronautica Militare – Frecce Tricolori

L'export è sempre più complesso e difficile, ma non per chi è squadra, dentro e fuori l'impresa, e per chi sa pianificare. Il punto di vista del comandante della PAN

Imprenditori e professionisti del packaging affrontano ogni giorno piccole ma complesse sfide: integrare un alimento con la sua confezione, con la macchina che lo crea e lo avvolge, con le regole del mercato, con le normative in perenne mutamento, con il giudizio dei consumatori, con le leggi della fisica e della chimica che intervengono quando cambiano la temperatura, i tempi di trasporto, i tempi e i luoghi di consumo.

In questo gioco molto serio di equilibri, in cui si rischia il valore del marchio e tutta l'azienda, la tecnologia ha grande importanza, ma relativa: per tutti il fattore chiave di successo è nell'essere squadra, una dote che

non abbonda fra le imprese e gli imprenditori italiani ma che sempre di più va 'coltivata' perché si è chiamati fortemente a sviluppare l'esportazione.

Abbiamo perciò chiesto alle Frecce Tricolori dell'Aeronautica Militare di raccontarci che cosa significhi l'essere squadra, simbolo delle forze armate, dell'aeronautica stessa e della Repubblica. La pattuglia acrobatica nazionale (PAN) è il 313 gruppo A.A. con sede a Crotone (UD); è formata da 100 militari al servizio della pattuglia volante composta da 11 elementi: 10 in volo e il loro comandante che da terra dirige, ma che nelle fasi preparatorie vola sempre con loro.



Maggiore Jan Slangen, quali sono i vantaggi dell'essere parte di una squadra? E gli svantaggi?

Svantaggi non ce ne sono. È fondamentale comprendere che si fa parte di un'entità a sé, questa è la premessa del concetto di squadra. Il secondo concetto chiave è che l'insieme è molto di più della somma delle singole parti: paragono il suo funzionamento a quello della meccanica di un orologio, in cui basta un componente apparentemente non in primo piano per impedire il raggiungimento del risultato. Terzo elemento è capire che conta più essere che fare squadra: significa anteporre l'interesse della squadra al proprio, da ciò nasce l'appartenenza.



Quali sono le responsabilità specifiche di chi dirige?

Deve valorizzare tutta la squadra: si inizia dalla conoscenza di tutti i suoi componenti, al di là anche degli aspetti tecnico-professionali. Poi viene la funzione di collante, di motivatore, di ispiratore. Terza missione del comandante è tutelare la squadra dalle ingerenze esterne al nostro mondo.

Com'è il vostro rapporto individuale con la macchina-aereo?

Più che un binomio, è un trinomio: uomo, macchina e specialista. Il pilota è un cliente di chi ha costruito la macchina e del tecnico che la prepara; questo cliente chiede il massimo della sicurezza e della messa in opera tecnologica. La fiducia fra pilota e tecnico è massima, ma non è fatta solo di automazione e prestazione, entra in gioco molto il rapporto umano.

Cosa significa avere la responsabilità di rappresentare un'eccellenza italiana?

Significa sentire un privilegio, un onore, ma anche il desiderio di contribuire all'eccellenza di una collettività che si chiama Italia. E significa anche la missione di perpetuare, di tramandare le competenze a chi viene dopo di

noi. Perché la nostra permanenza in squadra è limitata nel tempo.

Ognuno in ogni azione che svolge ha una propria missione da portare a termine: quale è la vostra come squadra e come singolo componente?

Non c'è differenza, squadra e singoli condividono il compito di rappresentare le forze armate e il Paese e di spiegare al pubblico le funzioni dell'aeronautica militare.

Perché la missione dei singoli ha una durata limitata?

Per più motivi: dare a più persone l'opportunità di svolgere questo compito e preservare l'integrità fisica e umana di chi ne fa parte: la nostra è una prestazione ai limiti.

Cos'è il rischio per le Frecce Tricolori?

È una componente calcolata e programmata da terra, gestita per tempo, pianificata. Non esiste improvvisazione, fortuna, colpo di genio ma solo addestramento, prove analizzate e commentate insieme. Questo mi sento di suggerire agli imprenditori, al di là dello spirito di squadra: preparazione, addestramento, soprattutto pianificazione di tutto ciò che porta quasi matematicamente all'obiettivo. ■



Tre sfide: dimensione, mercati lontani e politica

di Antonio Savini, Asetudes Centro Studi

I costruttori di macchine automatiche alle prese con i grandi scenari internazionali, la pressione fiscale e i limiti finanziari

Nel corso del 2012 è proseguita la crescita positiva delle aziende italiane del settore, anche se con minore intensità a causa di un quadro economico generale meno favorevole. Nonostante il rallentamento della crescita mondiale, le incertezze della politica di bilancio degli Stati Uniti e la recessione in Europa, le esportazioni italiane di macchine automatiche sono cresciute del 5,1% fino al livello record di 4,5 miliardi di euro. Grazie a questa performance l'Italia ha confermato il suo ruolo di paese leader nelle soluzioni produttive per l'imballaggio, arrivando poco lontano dai 4,9 miliardi di euro di esportazioni della Germania. Secondo i dati ISTAT, le macchine per l'imballaggio sono il comparto più importante nelle esportazioni italiane di macchinari per l'industria, con una quota del 19,5% su un totale di quasi 22,9 miliardi.

I bilanci del settore

Se il risultato complessivo è buono, anche se in rallentamento rispetto al 2011, non bisogna dimenticare che si tratta di una media tra imprese di differente dimensione e si riferisce

a segmenti di mercato molto diversificati. Un quadro più preciso si può ottenere attraverso l'analisi dei bilanci di un campione di 125 aziende italiane aventi core business nella produzione di macchine automatiche per l'imballaggio. Il fatturato 2012 delle società analizzate è stato di 5,4 miliardi di euro. In totale sono stati considerati i bilanci di 21 grandi aziende (fatturato 2012 superiore a 50 milioni), 44 medie (fatturato compreso tra 50 e 10 milioni) e 60 piccole. Per garantire il massimo di significatività economica, sono stati utilizzati i bilanci consolidati ogni qual volta possibile.

La tabella 1 riporta l'andamento dei ricavi netti per categoria di impresa. Nel 2012 il fatturato complessivo è cresciuto del 9,2%. Delle 125 aziende considerate, il 62% ha chiuso il bilancio con ricavi netti in crescita, mentre le restanti in calo. Emerge chiaramente una polarizzazione tra le imprese con fatturato superiore o inferiore a 10 milioni. Le prime sono state capaci nel complesso di crescere nonostante la crisi del 2012, le seconde, invece, hanno visto i loro ricavi netti diminuire del 4,4%. Le ragioni di questa differenza sono molteplici. Innanzitutto la produttività del lavoro, misurata dal valore aggiun-

TAB. 1 - FATTURATO (milioni di euro)

	2010	2011	2012	Var 12/11	Totale Imprese
	4.392	4.977	5.437	9,2%	125
Grandi imprese (oltre 50 mln)	3.249	3.685	4.104	11,4%	21
Medie imprese (10-50 mln)	896	1.015	1.068	5,2%	44
Piccole imprese (meno di 10 mln)	248	277	265	-4,4%	60

Fonte: Packaging Machine Manufacturers in Italy (2010-2012), AS Etudes



TAB. 2 - VALORE AGGIUNTO PRO CAPITE (migliaia di euro)

	2010	2011	2012	Var 12/11	Totale Imprese
	74,0	77,0	81,7	6,1%	125
Grandi imprese (oltre 50 mln)	71,5	79,2	83,8	5,8%	21
Medie imprese (10-50 mln)	68,7	73,2	78,8	7,7%	44
Piccole imprese (meno di 10 mln)	59,3	61,4	62,9	2,4%	60

Fonte: Packaging Machine Manufacturers in Italy (2010-2012), AS Etudes

to per dipendente (tabella 2) è molto inferiore nelle piccole imprese rispetto alle altre.

Nel 2012 la produttività media nelle grandi aziende è stata di quasi 84 mila euro per addetto, contro i soli 63 mila per le piccole. La linea divisoria è circa attorno a 10 milioni di euro di fatturato, perché le imprese di media dimensione si collocano su valori molto prossimi a quelli delle grandi. Un secondo elemento è costituito dal livello di internazionalizzazione. I costruttori di macchine automatiche, indipendentemente dalle loro dimensioni, hanno sempre investito nello sviluppo all'estero. Oggi la quota del fatturato estero è pari a poco più dell'80% per l'insieme del settore, ma del 65%

per le società con meno di 10 milioni di fatturato. Per le società di taglia inferiore non è sempre possibile sviluppare l'internazionalizzazione lontana (Stati Uniti, Asia e Sud America), per cui il peso dell'Europa e dell'Italia in recessione nel 2012 si è fatto sentire.

La dimensione critica

Si deve perciò sottolineare l'insufficienza della piccola impresa e sperare nel suo superamento? Non necessariamente, il discorso è più complesso. In Italia, sono più di quarant'anni che si discute dell'insufficienza dimensionale del tessuto delle piccole e medie imprese. Durante questo lasso di tempo si è assistito, invece, alla



TAB. 3 - PRESSIONE FISCALE

	2010	2011	2012
Totale	72,5%	50,8%	42,8%
Grandi imprese (oltre 50 mln)	88,6%	47,9%	40,4%
Medie imprese (10-50 mln)	45,3%	52,6%	43,9%
Piccole imprese (meno di 10 mln)	110,5%	102,1%	83,3%

Fonte: *Packaging Machine Manufacturers in Italy (2010-2012)*, AS Etudes

chiusura o al ridimensionamento delle grandi imprese, che per taglia, capacità finanziarie, ecc. sembravano le più dotate per vincere la concorrenza internazionale. La dimensione minima per poter competere in un certo settore non è una grandezza fissa, ma varia continuamente, verso l'alto o verso il basso, a seconda delle trasformazioni del mercato, dei costi e delle tecnologie disponibili. Nel settore delle macchine automatiche, i bilanci indicano una linea di demarcazione approssimativamente attorno ai 10 milioni di fatturato annuo, che è confermata dall'andamento dei ricavi, della produttività e, di conseguenza, anche della redditività (il ROE mediamente del 12,2% cade

all'1,7% per le piccole imprese). Non si tratta di un limite alto o impossibile da raggiungere. Non è difficile trovare delle soluzioni per crescere rapidamente mettendo insieme imprese che hanno complementarità di prodotto o di rete commerciale. Acquisizioni e fusioni sono una soluzione, ma non la sola. Oggi esistono in Italia un certo numero di fondi d'investimento, che possono apportare capitale in un'ottica di medio periodo, favorendo la crescita e la redditività senza mettere in questione la direzione dell'impresa. E non bisogna dimenticare che lo Stato ha reso disponibili degli strumenti giuridici (i consorzi e i contratti di rete) tesi a favorire la collaborazione tra aziende. Purtroppo se con

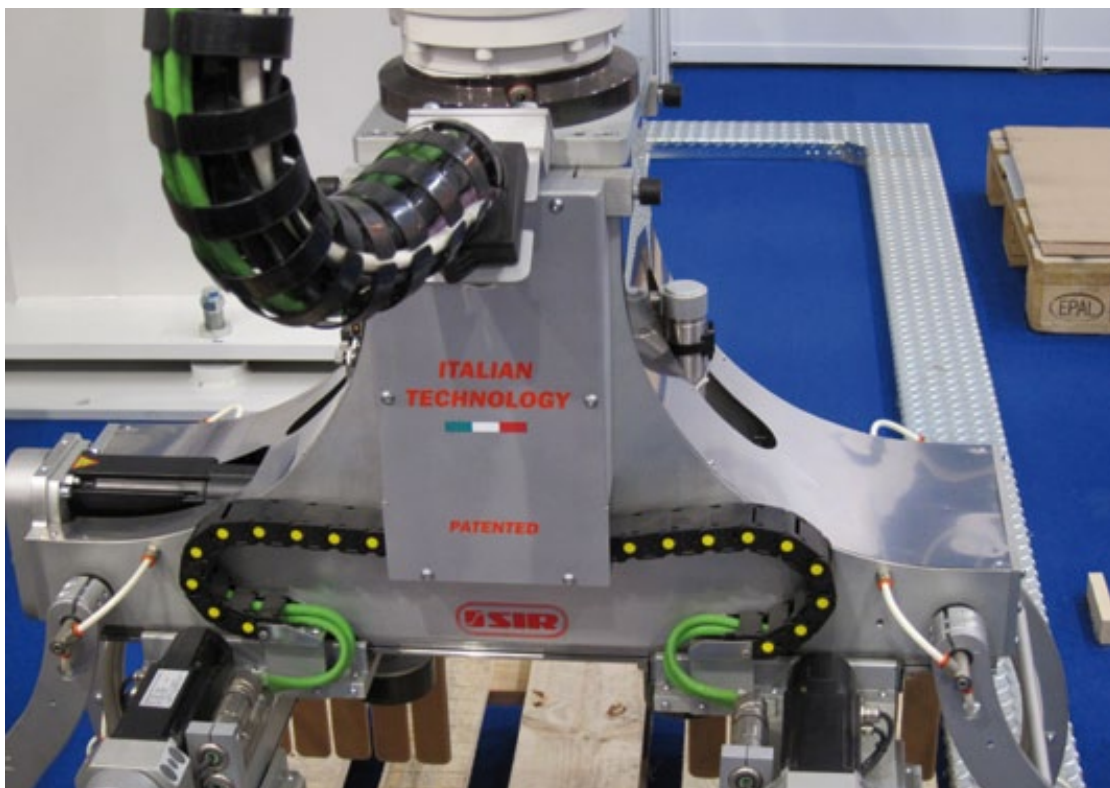


FATTURATI A CONFRONTO IN K DI EURO

	2011	2012	2013
COESIA GROUP*	940.957	1.200.000	27,5%
I.M.A. S.p.A.*	669.206	734.314	9,7%
SIDEL S.P.A.	571.571	531.721	-7,0%
MARCHESINI GROUP*	180.416	197.080	9,2%
SIPA S.p.A.	149.374	171.993	15,1%
GEA PROCOMAC S.P.A.	77.822	135.733	74,4%
CFT SPA*	165.754	118.884	-28,3%
ELECTRIC 80 SPA*	85.393	109.607	28,4%
OCME S.r.l.*	103.294	102.341	-0,9%
SMI S.p.A.*	99.899	91.892	-8,0%
AETNA GROUP S.p.A.*	79.816	83.723	4,9%
CARLE & MONTANARI-OPM SPA	27.399	76.922	180,7%
P.F.M. - S.P.A.*	64.142	71.189	11,0%
AROL SPA*	68.648	70.037	2,0%
KOSME S.R.L.	61.161	65.161	6,5%
ACMA S.p.A.	86.711	63.169	-27,2%
CAVANNA GROUP*	49.622	60.006	20,9%
CAMA HOLDING SRL*	50.495	57.352	13,6%
SIAT S.p.A.	60.292	56.205	-6,8%
CAM*	42.875	54.604	27,4%
SACMI VERONA SPA	49.685	51.873	4,4%
P.E. LABELLERS S.P.A.	37.943	49.568	30,6%
TISSUE MACHINERY COMPANY SPA	51.347	46.326	-9,8%
SACMI FILLING SPA	37.195	44.376	19,3%
FABIO PERINI PACKAGING S.P.A.	42.714	42.830	0,3%
G. MONDINI SPA	51.523	41.720	-19,0%
GRUPPO BERTOLASO S.P.A.	36.670	40.013	9,1%
ILPRA*	41.149	38.637	-6,1%
OMS SPA	37.519	38.150	1,7%
A.C.M.I. SPA	49.937	37.856	-24,2%
EMMETI S.P.A.	30.431	37.740	24,0%
OPEM SPA	31.621	37.326	18,0%
SITMA MACHINERY - S.P.A.	31.451	34.465	9,6%
SARONG S.p.A.	25.828	31.050	20,2%
GAI - S.P.A.	24.288	30.981	27,6%
CT PACK S.R.L.	23.553	30.176	28,1%
RONCHI MARIO SPA	35.085	29.225	-16,7%
SACMI PACKAGING S.p.A.	25.804	27.473	6,5%
EUROSICMA SPA	28.223	27.151	-3,8%
ICA SpA	24.237	26.468	9,2%
SASIB SPA	15.433	22.351	44,8%
CONCETTI S.P.A.	19.772	22.334	13,0%
MG2 SRL	19.221	21.568	12,2%
GALDI SRL	21.080	20.773	-1,5%
TECNO PACK S.P.A.	21.203	20.633	-2,7%
SPS ITALIANA PACK SYSTEMS S.P.A.	17.072	18.915	10,8%
ITALPROJECT S.R.L.	17.502	18.393	5,1%
ALTOPACK S.P.A.	16.756	16.748	0,0%
UNIVERSAL PACK S.r.l.	16.847	16.492	-2,1%
CEVOLANI SPA	11.209	14.747	31,6%
PAGLIERANI S.R.L.	17.554	14.646	-16,6%
CO.MAC. S.R.L.	11.942	14.483	21,3%
TOSA S.P.A.	12.551	14.163	12,8%
MECTRA S.P.A.	13.494	13.931	3,2%
SENZANI BREVETTI S.P.A.	10.229	12.971	26,8%
AVE TECHNOLOGIES S.R.L.	11.384	12.595	10,6%
ETIPACK SPA	13.313	12.376	-7,0%
ATLANTA STRETCH S.P.A.	11.350	12.373	9,0%
TECHNIPES S.r.l.	11.464	11.551	0,8%
GENERAL SYSTEM PACK SRL	11.845	11.199	-5,5%
SCHMUCKER S.r.l.	7.392	11.086	50,0%
ORVED S.P.A.	10.935	10.941	0,1%
ITALPACK S.R.L.	8.551	10.741	25,6%

EIDOS SPA	10.474	10.553	0,8%
WEIGHTPACK S.P.A.	10.251	10.264	0,1%
M.C. AUTOMATIONS S.r.l.	13.269	9.898	-25,4%
RECORD S.P.A.	9.127	9.643	5,7%
FIMER SRL	7.606	8.626	13,4%
AXOMATIC S.R.L.	7.700	8.164	6,0%
ALTECH S.r.l.	7.837	7.919	1,0%
SCHIB PACKAGING S.P.A.	5.287	7.766	46,9%
BERGAMI S.R.L.	7.080	7.599	7,3%
IMBALL SRL	8.412	7.401	-12,0%
MONOLAB S.R.L.	7.024	7.377	5,0%
VE.TRA.CO. S.R.L.	7.142	7.288	2,0%
AMOTEK SRL	6.301	7.259	15,2%
TIBER PACK S.R.L.	7.024	7.226	2,9%
MARTINI S.R.L.	7.824	7.168	-8,4%
ZAMBELLI S.R.L.	6.374	7.058	10,7%
APE IMPIANTI S.R.L.	6.308	6.755	7,1%
AL.MA. Srl	6.319	6.565	3,9%
FAMAR PACKAGING S.R.L.	6.864	6.507	-5,2%
COLIGROUP S.P.A.	7.226	6.505	-10,0%
OMAG S.r.l.	8.825	6.477	-26,6%
H.M.S. - HOT MOULD SYSTEM - S.R.L.	3.881	6.004	54,7%
BAUMER s.r.l.	6.547	5.716	-12,7%
PULSAR - S.R.L.	5.575	5.662	1,6%
PACKLAB S.R.L.	5.363	5.593	4,3%
TIRELLI S.R.L.	4.909	5.591	13,9%
GRANDI R. S.R.L.	3.652	5.450	49,2%
CMI S.r.l.	6.159	5.415	-12,1%
OMAS TECNOSISTEMI SRL	4.598	5.362	16,6%
V 2 ENGINEERING S.R.L.	4.659	5.287	13,5%
TECNOMECCANICA SRL	3.393	4.997	47,3%
L.C.R. MACCHINE AUTOMATICHE S.R.L.	3.194	4.947	54,9%
MAC DUE SRL	6.163	4.495	-27,1%
UMBRA PACKAGING S.R.L.	6.298	4.241	-32,7%
PREO SRL	3.954	3.810	-3,6%
TECHNOWRAPP S.R.L.	4.020	3.655	-9,1%
TECNOSWEET S.R.L.	12.561	3.410	-72,9%
ZUCCHINI PACKAGING LINES S.R.L.	1.154	2.834	145,6%
CIEMME S.R.L.	4.856	2.792	-42,5%
PHARMASIANA SERVICE S.R.L.	1.949	2.752	41,2%
TINARELLI S.r.l.	2.491	2.492	0,1%
C.M.R. MACCHINE REGGIATRICI S.R.L.	2.650	2.238	-15,5%
MONDIAL PACK S.R.L.	2.827	2.152	-23,9%
V.A.I. S.R.L.	2.611	2.066	-20,9%
BETTI SRL	2.395	2.024	-15,5%
MONDO & SCAGLIONE S.R.L.	1.860	1.956	5,2%
BRB GLOBUS S.R.L.	2.215	1.823	-17,7%
DIPRAN SRL	2.815	1.718	-39,0%
VIMERCATI S.R.L.	1.767	1.715	-2,9%
MAST International Machinery srl	1.830	1.615	-11,7%
G TECNICA SRL	1.322	1.533	15,9%
VE.TRA.CO GROUP S.R.L.	1.404	1.516	8,0%
EUROTEK SRL	1.992	1.504	-24,5%
BONICOMM S.R.L.	1.154	1.432	24,1%
GEMA MACCHINE AUTOMATICHE SRL	1.077	1.373	27,5%
OMB S.R.L.	1.428	1.371	-4,0%
PRECI - S.R.L.	1.547	1.160	-25,0%
COSTR MECC P.MANNARA & FIGLI - S.R.L. -	1.415	1.023	-27,7%
SICHERA S.R.L.	854	785	-8,0%
SABALPACK SRL	2.920	773	-73,5%
SIMI PACKAGING MACHINES S.R.L.	939	631	-32,8%
M.C.Z. AUTOMAZIONI S.R.L.	869	590	-32,1%
Totale	4.976.692	5.436.868	9,2%

* Bilancio consolidato Fonte: Packaging Machine Manufacturers in Italy (2010-2012), AS Etudes



una mano favorisce lo sviluppo delle imprese, con l'altra la ostacola.

La tabella 3 mostra come la pressione fiscale (imposte sul reddito dell'esercizio sul risultato ante imposte) sia doppia per le piccole imprese rispetto alle altre a causa del peso dell'IRAP (vedi tabella 3). La tassazione priva di mezzi di autofinanziamento le aziende che più hanno difficoltà ad accedere al credito, pur avendo più bisogno.

Il 2013 e le prospettive per il 2014

Dopo le difficoltà del 2012, il ciclo economico ha toccato il minimo nella prima parte del 2013 prima di cominciare un'ancora incerta ripresa. I primi dati del settore delle macchine automatiche evidenziano chiaramente il miglioramento della situazione. Secondo gli ultimi dati ISTAT, le esportazioni italiane sono aumentate dell'8,6% nei primi 10 mesi del 2013 per un totale di oltre 3,8 miliardi di euro. La tendenza positiva dovrebbe continuare anche nel 2014

confermando il settore delle macchine automatiche leader nella meccanica strumentale italiana. Occorre, inoltre, sottolineare che il 2014 sarà presumibilmente caratterizzato da una continuazione del movimento di acquisizioni e fusioni a cui si assiste da alcuni anni. Dal punto di vista strategico le imprese più grandi puntano ad allargare la loro offerta di macchine automatiche (si pensi all'acquisizione di Ilapak da parte di IMA) o a svilupparsi in settori strettamente collegati come la logistica (si pensi all'acquisizione di Flexlink da parte di Coesia). Nell'uno come nell'altro caso lo scopo è quello di fornire sempre più soluzioni complete chiavi in mano al cliente finale e tenere il passo con i grandi concorrenti internazionali, che sono impegnati da anni in un vigoroso processo di crescita per acquisizioni. Le recenti acquisizioni della tedesca Bosch Packaging (Ampack e Tector Machines et Systèmes) e dell'americana Pro Mach (Zalkin) dovrebbero dare materia di riflessione a tutti i costruttori italiani. ■



L'atlante della crescita

A cura della redazione

Le prospettive di crescita per un settore ausiliario a quello del packaging e della produzione industriale e dell'energia

L'Italia si attesta al 5° posto nel ranking mondiale dell'export di tecnologie e chiude il 2013 con una crescita dell'1,8% come vendite all'estero: questi ed altri elementi sono emersi in occasione del primo Open Day Attività Internazionali 2014 di ANIE Confindustria, la Federazione che rappresenta l'industria elettrotecnica ed elettronica italiana. Il primo Open Day, tenutosi a fine 2013, ha rivelato che i mercati potenzialmente più interessanti per le tecnologie dell'eccellenza 'made in Italy' elettrotecnica ed elettronica appaiono essere Medio Oriente, America Latina e Nord Africa. In queste aree, infatti, gli investimenti in settori strategici come l'energia, i trasporti e le costruzioni continuano a rappresentare degli importanti driver di crescita di lungo periodo. Le aree si caratterizzano per un tasso di sviluppo vivace, che conferma la configurazione di una mappa della crescita mondiale sempre più variegata e mutevole. Ecco allora che le strategie di internazionalizzazione messe in campo da ANIE Confindustria nel 2014 saranno votate proprio all'esplorazione di questi promettenti mercati: nel primo semestre dell'anno le imprese associate sono in visita in Russia, nelle aree di Ekaterinburg e Sverdlovsk, per cogliere le opportunità offer-



te dai piani di sviluppo varati dalle autorità locali. Altre mete di rilievo saranno Cile e Perù, due delle economie sudamericane più promettenti dell'ultimo decennio, caratterizzate da una rinnovata progettualità volta all'avvio di nuove opere infrastrutturali per sostenerne lo sviluppo economico e colmare il gap creatosi rispetto ad altri Paesi dell'America Latina. Nel secondo semestre 2014, invece, le attività di ANIE si concentreranno sul Medio Oriente, con destinazione Arabia Saudita, Oman e Qatar, contraddistinti da un solido sviluppo basato sui proventi petroliferi. In questi paesi, le opportunità offerte alle tecnologie italiane sono costituite soprattutto dal settore energetico e da quello dei trasporti. ■



Innovation, awareness, ability

Ima Group rilancia ad Interpack il suo ruolo internazionale nel mercato delle tecnologie per il processo e il confezionamento nei settori pharma, cosmesi e alimentare



Alberto Vacchi, Presidente e Amministratore Delegato di IMA.

“È soprattutto la nostra capacità di fare innovazione a spiegare i risultati raggiunti nel 2013, e sarà l'innovazione il tema guida della nostra presenza a Interpack 2014, sia come tecnologie sia come modalità di comunicazione e di condivisione con i mercati internazionali e gli operatori del settore”: Così Alberto Vacchi, Presidente e Amministratore Delegato di IMA, ha chiuso il 29 aprile scorso l'assemblea di bilancio 2013 del gruppo e anticipato le novità in programma alla rassegna internazionale del packaging in programma dall'8 al 14 maggio a Messe Düsseldorf. Lo stand di IMA a Interpack 2014,

presso la hall 17, è una mini-fiera di 3.000 metri quadrati dedicati a nuove macchine e linee complete per il processo e il confezionamento nei settori farmaceutico, cosmetico, alimentare, del tè e del caffè. L'alta precisione tecnologica di singole macchine, come di linee complete, sarà resa fin nei più piccoli dettagli da uno schermo videowall gigante in grado di creare effetti zoom sui particolari.

IMA Industries

La Divisione Tea & Coffee esporrà le nuove macchine ad alta velocità per il confezionamento del tè in sacchetti filtro a doppia camera non termosaldabile con filo annodato: C24-E, la macchina flessibile e user-friendly



IMA Industries-GIMA. Particolare di una macchina per il confezionamento di chewing gum.



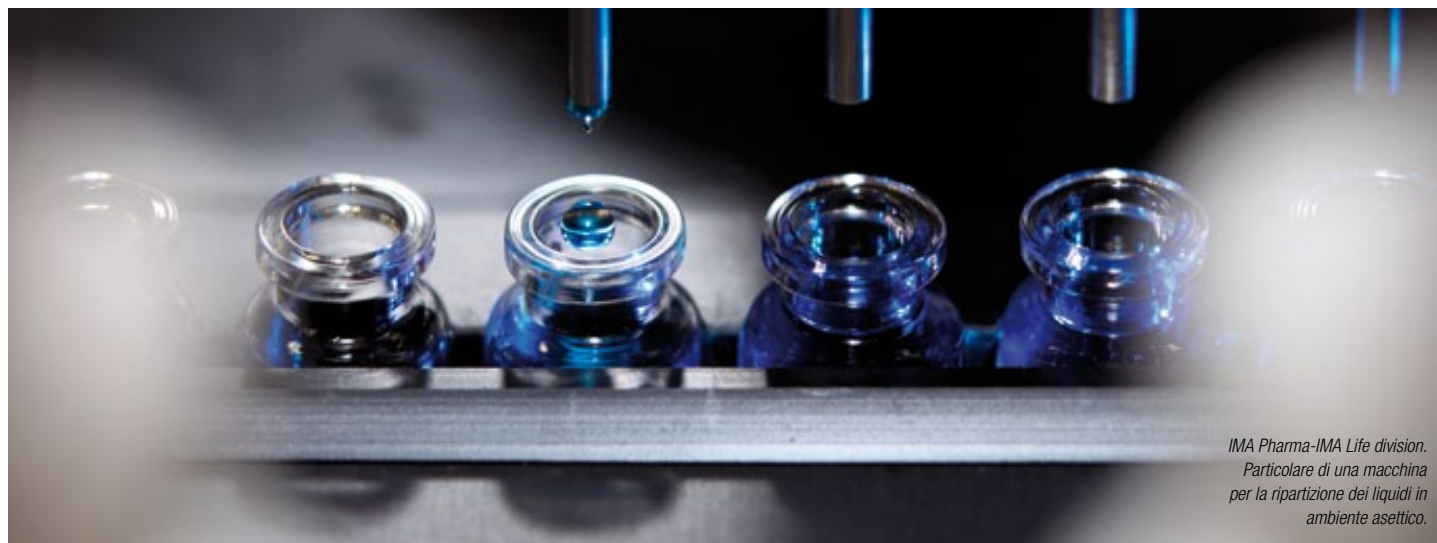
che garantisce una tecnologia per il fissaggio del filo e la *C24-T*, una soluzione semplice e compatta che offre l'alta tecnologia con un rapporto qualità/prezzo competitivo.

Da Corazza, la nuova *FF4*, una dosatrice-avvolgitrice ad alta velocità per il confezionamento di formaggio fuso, cremoso o fresco, progettata e prodotta secondo i criteri tecnologici più avanzati; sarà in linea con la *SF100*, l'astucciatrice automatica per il confezionamento di porzioni triangolari di formaggio fuso in scatole di forma rotonda. GIMA presenterà la *FCW300*, l'astucciatrice veloce da fustellato stesso per il confezionamento di chewing gum e caramelle, che garantisce bassi costi di approvvigionamento rispetto agli astucci preincollati ed estrema flessibilità in termini di forma e di dimensioni delle confezioni.

Per quanto riguarda le soluzioni di fine linea, la Divisione BFB, esporrà la nuova incartonatrice ad alta velocità *WA30*, idonea al confezionamento di ogni tipo di prodotto partendo sia dalle fustelle sia dai cartoni preincollati: una soluzione intelligente e adattabile per ogni esigenza di incartonamento.

IMA Pharma

La divisione IMA Active esporrà la nuova *Adapta 200*, un'opercolatrice ad elevata flessibilità. Le sue unità di dosaggio possono essere facilmente rimosse e sono reversibili/intercambiabili; ciò permette di ottenere velocemente diverse configurazioni della macchina e diverse combinazioni di riempimento. *Adapta* è progettata per dosare 3 prodotti in una singola capsula, e fino a 5 su richiesta del cliente, mantenendo la velocità di produzione



IMA Pharma-IMA Life division.
Particolare di una macchina
per la ripartizione dei liquidi in
ambiente asettico.

di 200.000 capsule/ora. È caratterizzata, inoltre, da ineguagliabili capacità di controllo in linea: la produzione può essere totalmente controllata, anche in caso di combinazione di più prodotti, grazie alla verifica individuale del dosaggio del prodotto, inclusa la possibilità di autoregolare i parametri di lavorazione.

La divisione **IMA Life** presenterà un'innovazione rivoluzionaria nei sistemi di carico e scarico Da Vinci; IMA Life è uno dei pochi produttori al mondo a progettare, produrre e testare un'intera gamma di sistemi per flaconi negli impianti industriali di liofilizzazione.

La divisione **IMA Safe** lancerà la nuova *Swiftpack SP 2-4* una macchina contatrice multicanale per compresse e capsule. Grazie all'esperienza di oltre 80 macchine *Swiftpharm* installate in tutto il mondo, IMA Safe ha ora sviluppato la SP2: ha dimensioni ridotte, maggiore velocità di produzione, contatrice e nastro di trasporto integrati e controllati da un'unica interfaccia (HMI).

Il nuovo design permette che le operazioni di cambio formato e pulizia siano ancora più semplici e veloci.

Save Food

Come membro dal 2013 del progetto, IMA parteciperà alle iniziative promosse in occasione di Interpack 2014 da Save Food, l'iniziativa condivisa da FAO, UNEP e Messe Düsseldorf che sviluppa attenzione verso gli sprechi di cibo e mette in contatto tra loro stakeholder in ambito economico, politico e di ricerca. L'obiettivo è quello di incoraggiare il dialogo e la collaborazione per lo sviluppo di soluzioni riguardanti la catena di valorizzazione del cibo. Le attività previste comprendono lo studio di soluzioni al problema degli sprechi alimentari, un'esposizione itinerante in tutto il mondo e il supporto a diversi progetti e presentazioni durante conferenze internazionali in vari paesi. L'iniziativa include anche un'estesa piattaforma di comunicazione che si rivolge all'industria e ai consumatori, e prevede una conferenza internazionale annuale, azioni che abbiano presa sull'audience (in occasione della Giornata Mondiale per l'Alimentazione) e un sito web dedicato.



www.ima.it

www.ima-pharma.com
www.ima-industries.com

sps ipc drives

ITALIA

Tecnologie per l'Automazione Elettrica
Sistemi e Componenti
Fiera e Congresso
Parma, 20-22 maggio 2014

Automazione Industriale, l'ingrediente che fa la differenza in termini di efficienza e produttività



La Tavola Rotonda

L'automazione per l'industria alimentare.
Il packaging multifunzionale: non solo imballo.

Mercoledì 21 maggio 2014 - ore 10.00
Fiere di Parma - Padiglione 2 - Sala Grande

In collaborazione con



Registrati online per l'accesso gratuito in fiera su www.spsitalia.it

Per info:
Tel +39 02 880 778.1
visitatori@spsitalia.it
www.spsitalia.it



messe frankfurt

Soluzioni per l'automazione industriale

Automata crea, come un sarto, prodotti personalizzati nel campo dell'automazione, accompagnando il cliente lungo tutte le fasi del processo



Automata, società del gruppo multinazionale Cannon, da oltre 30 anni progetta, sviluppa, ingegnerizza, produce ed installa soluzioni per l'automazione industriale. È presente sul mercato con un ricco portafoglio prodotti, comprendente sistemi per il controllo di processo, pannelli HMI (Human Machine Interface) per l'interfaccia uomo-macchina e azionamenti per motori passo-passo.

- Sistemi di controllo: i prodotti A2 ed F3 sono soluzioni embedded, destinate al controllo di impianti o singoli macchinari dalle elevate prestazioni, flessibili, modulari, indirizzati non solo all'automazione tipicamente svolta da PLC ma anche a problematiche più complesse, dove sono richiesti algoritmi di regolazioni sofisticati, elaborazioni di segnali ad elevata integrazione con reti di comunicazione. I controller A2 e F3 di Automata supportano bus di comunicazione di tipo standard come Can Open, ModBus e bus innovativi come EtherCat e Sercos. EtherCat e Sercos sono un esempio di bus di campo industriale real time di tipo sincronizzato, che hanno introdotto il concetto di software inteso come flessibilità, configurabilità e riutilizzo.

- Pannelli HMI: la serie S3 è costituita da pannelli intelligenti ad alte prestazioni e a basso consumo, con retroilluminazione a LED e touch screen di tipo resistivo che facilitano l'interfaccia uomo-macchina. Il grande vantaggio di questi prodotti è la loro flessibilità di

connessione verso il campo. La serie di pannelli passivi F3, è la soluzione Automata per la gamma di controllori F3, dotati di una speciale interfaccia video attraverso la quale il cavo di alimentazione, le porte USB, i segnali video e di controllo touch screen sono incorporati in un unico cavo DVI. Tutte le soluzioni HMI proposte da Automata sono disponibili in un'ampia gamma di display LCD di varie dimensioni.

- Azionamenti per controllo motori SMC3 (Stepper Motor Control) è un prodotto creato per controllare e pilotare i motori passo-passo aventi correnti nominali fino a 6 A, risultando così la scelta ottimale per applicazioni con prestazioni elevate ove sia necessaria un'alimentazione in corrente continua.

Tutte le soluzioni Automata trovano largo impiego in diversi settori e contesti industriali, come per esempio nell'industria chimica, farmaceutica, cartaria, food & beverage, metalmeccanica e del legno. Automata crea, come un sarto, prodotti personalizzati nel campo dell'automazione, accompagnando il cliente lungo tutte le fasi del processo: dalla consulenza all'ingegneria, dall'integrazione del sistema fino alla sua manutenzione. La qualità, il know-how, la serietà e l'affidabilità dei prodotti e del servizio identificano Automata come uno dei più importanti marchi nel settore dell'automazione.

Industrial Wireless Sensor Network

Negli ultimi anni il mercato dell'Internet of Things (IoT) sta crescendo esponenzialmente: lo confermano i

CONTATTI E INFO

Contributo del dr. Marco Fantoni
Sales Manager Automata
Via G. Carducci, 705
21042 - Caronno Pertusella - VA
Tel. 02 9639970 Fax: +39 02 96399731
www.cannon-automata.com



continui investimenti provenienti da fondi privati e pubblici, il crescente numero di prodotti e applicazioni orientate verso questa direzione e il responso proveniente da numerosi studi, i quali hanno inserito la IoT nella "Top Ten Strategic Technologies Trend" per il 2014. Le tecnologie che influenzano maggiormente lo IoT sono tre: l'RFID (Radio Frequency Identification), l'NFC (Near Field Communication) e il WSN (Wireless Sensor Network). Tra le varie soluzioni derivate dall'Internet of Things, la Wireless Sensor Network è una delle più utilizzate e conosciute. Essa infatti è molto flessibile, in quanto usa diversi protocolli di comunicazione come Bluetooth, GSM, CDMA, WirelessHart e Zigbee.

Il valore delle informazioni

La soluzione F3 Net di Automata impiega la tecnologia WSN per creare reti di sensori con protocollo ZigBee per la telemetria wireless locale, un sistema di controllo F3, il sistema di remote view e un modulo UMTS per la telemetria web cellular. Grazie alla sua

scalabilità, affidabilità, resistenza alle diverse condizioni ambientali e versatilità, essa può essere utilizzata per diversi scopi in diversi settori: agricolo, militare, sanitario, ambientale, retail e industriale. In particolare, l'Industrial Wireless Sensor Network per Manufacturing e Process Control negli ultimi anni ha registrato una forte crescita prevedendo un incremento del 135% per il 2017. Utilizzando il WSN è possibile monitorare, tracciare e registrare le informazioni lungo tutte le fasi del processo produttivo con numerosi vantaggi quali: una riduzione dei costi e dei tempi industriali, grazie a una migliore gestione dei processi; una riduzione delle perdite finanziarie (per esempio mancata produzione in caso di un fermo macchina straordinario); un incremento della sicurezza, della qualità del prodotto e dell'immagine aziendale. La raccolta, la centralizzazione dei dati e la loro storizzazione consentono inoltre di ricavare informazioni strategiche dalle diverse aree aziendali, che vengono impiegate a livello corporate nella fase di 'decision taking'.





Il pubblico affianca le imprese per la carbon footprint

di Elena Consonni

Nel 2013 il ministero dell'Ambiente ha sostenuto i progetti per il calcolo dell'impatto ambientale di 95 aziende. Ecco come alcune di loro stanno utilizzando i finanziamenti ricevuti

Per rafforzare le azioni previste nell'ambito del Protocollo di Kyoto e del Pacchetto Clima-Energia adottato dal Consiglio dell'Unione Europea nel 2008, il ministero dell'Ambiente ha avviato un progetto per sperimentare su vasta scala e ottimizzare le differenti metodologie di misurazione delle prestazioni ambientali, tenendo conto delle caratteristiche dei diversi settori economici. Nel 2013, attraverso un bando pubblico, sono stati selezionati i progetti per il carbon footprinting di 95 imprese, che saranno cofinanziati con un contributo di 4.800.000 euro. Oltre al finanziamento, il ministero offre supporto pratico attraverso la creazione di gruppi di lavoro settoriali e il valore aggiunto dell'avallo pubblico al calcolo del proprio impatto ambientale. Abbiamo raccolto le testimonianze di tre delle aziende coinvolte nel progetto.

Matteo Cappelletti, sales manager Euroscatola

"Teniamo molto a questo progetto, un po' perché ci piace essere bravi in quello che facciamo, un po' perché negli ultimi tempi c'è sempre maggiore richiesta di imballi di cui sia nota l'impronta di carbonio. I consumatori finali iniziano a preferire prodotti ambientalmente sostenibili e questo si ripercuote a ritroso su tutta la filiera produttiva. Per questo, quando il Ministero dell'Ambiente ha messo a disposizione dei fondi per supportare le aziende nella valutazione del proprio impatto ambientale abbiamo aderito, anche se la somma copre solo una piccola parte di quanto è necessario per questo progetto, partito otto mesi fa.

Siamo solo alle fasi iniziali e ci stiamo avvalendo della collaborazione di diversi soggetti: Intersero, che sta calcolando l'impatto di ogni fase della nostra attività, monitorandone i consumi; RCS, la nostra software house, che sta mettendo a punto un programma capace di elaborare tutte le informazioni raccolte; Baum Communication, la nostra società di pubbliche relazioni, che avrà il compito di divulgare i risultati. Già siamo molto attenti alla riduzione degli sprechi: questo progetto ci porterà alla individuazione di tipologie di imballaggi che hanno una minore impronta di carbonio. Il nostro obiettivo è quello di rivolgerci ai clienti comunicando non il prezzo del prodotto, ma il suo impatto ambientale certificato. Riteniamo che questa sia una leva di marketing molto più interessante che non il solito sconto."





Giovanna Poletti, direzione assicurazione di qualità e ambiente di Consorzio Casalasco del Pomodoro

"La nostra azienda ha già effettuato la valutazione dell'impatto ambientale di alcune referenze, così quando il ministero dell'Ambiente ha emesso questo bando abbiamo pensato di cogliere l'opportunità per calcolare quella di Pomì L+, una passata di pomodoro prodotta solo da una varietà selezionata di pomodoro particolarmente ricca in licopene. Abbiamo scelto questo prodotto per due motivi: il primo è che, come il resto della gamma Pomì, ha una filiera molto ben definita e controllata; il secondo è che essendo il top della gamma è scelto da consumatori più consapevoli, particolarmente sensibili anche al tema della sostenibilità. Quindi, poter certificare l'impronta ambientale sotto l'egida del ministero ha per Pomì L+ un valore aggiunto notevole perché è di fatto un riconoscimento ulteriore del nostro lavoro.

Il progetto non è ancora concluso e non possiamo quindi divulgarne i risultati. Quello che posso dire è che il calcolo dell'impronta è solo la prima fase di un processo che porterà a intervenire sulle fasi di maggiore impatto, per migliorare per quanto possibile le performance ambientali. Per esempio, Pomì L+ è confezionato in vetro, un materiale che sappiamo avere un impatto maggiore rispetto ai poliaccoppiati che usiamo per altri prodotti. Tuttavia per ragioni commerciali legate alle abitudini dei consumatori italiani, che preferiscono il vetro ad altri materiali, per un prodotto come la passata al momento non abbiamo intenzione di sostituirlo. Quello che possiamo fare è lavorare insieme ai nostri fornitori per ridurre l'impatto di questo pack, magari implementando l'uso di vetro da riciclo."

Antonio Zanetti, direttore stabilimento PepsiCo

"Abbiamo colto l'opportunità su segnala-

zione della società di consulenza EAmbiente e attualmente vediamo da parte del ministero dell'Ambiente un continuo monitoraggio, tramite l'organizzazione di incontri. Abbiamo deciso di aderire al progetto, per tre motivi. Il primo è che uno dei tre pilastri di Pepsico è la sostenibilità ambientale; per avere un continuità di business oggi è fondamentale considerare gli aspetti ambientali di ogni progetto. Il secondo è la volontà di continuare il percorso di Pepsico che dal 2005 per tutti i suoi siti produttivi prevede monitoraggio e riduzione delle risorse ambientali; il terzo consiste nel continuare il percorso dell'analisi LCA dei nostri prodotti che la Market Unit Italia ha già fatto per la linea dispensing. Al momento siamo nella fase di raccolta dei dati produttivi e dei consumi dei formati selezionati (linea asettica per Gatorade e linea CSD per Pepsi) e abbiamo dei macro dati.

Da anni siamo impegnati nel processo di riduzione del peso delle nostre bottiglie in PET e dei tappi (senza penalizzare la qualità dei prodotti) con risultati importanti sulla riduzione di emissione di CO₂; inoltre, dal 2010 abbiamo sviluppato un tool per quantificare l'emissione della CO₂ dei trasporti, che ci permette la scelta di mezzi a basso impatto ambientale. Abbiamo cercato di agire a 360 gradi considerando le fasi di produzione e i prodotti: abbiamo ottenuto la certificazione ISO 14001 del sito produttivo per la linea dispensing; abbiamo realizzato il monitoraggio dell'emissione di CO₂ delle nostre consegne di prodotto e l'acquisto di energia rinnovabile in accordo con l'ente che fornisce energia." Il programma ministeriale sembra rappresentare uno stimolo ulteriore per le aziende che già sono sensibili al tema del controllo e della riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività. Ma a determinare la volontà di un'impresa a investire in questo ambito è prima di tutto il mercato, senza il quale non c'è contributo pubblico che tenga. ■



Un flessibile lancia la sfida alla rigidità della tradizione

di Luca Maria De Nardo

Wine Pouch (R)evolution è un flessibile vestito con una pochette in cartoncino. Riecheggia la bottiglia ma ne elimina gli svantaggi: piacerà ai consumatori americani e dell'est europeo già abituati a pack meno tradizionali?

Che cosa determinerà la scelta del packaging del vino nel corso dei prossimi 5-10 anni? La risposta alla domanda dovrà tener conto di tre fattori: i trend relativi ai Paesi produttori e ai Paesi consumatori, la varietà di soluzioni di packaging e il gradimento da parte dei consumatori.

Lo scenario

Secondo il monitoraggio OIV, a fronte di un progressivo calo della produzione a livello mondiale, l'Europa perde vigneti (come quota di mercato globale) a favore dei paesi emergenti: Sud Africa, Australia, Cile, Stati Uniti e Cina. Al calo produttivo tendenziale, fa riscontro invece la crescita della domanda; i paesi dove gli incrementi di consumo sono maggiori sono quasi gli stessi del fronte 'produttivo', con l'aggiunta di Regno Unito e Federazione Russa. L'Europa rimane in testa alle classifiche, con Italia, Francia e Spagna per quanto riguarda produzione e consumo (la Spagna cede agli Usa la terza posizione nei consumi). Per quanto riguarda il packaging, sembrerebbe scontato dare al vetro il primato mondiale. È corretto solo in parte, quella del vetro è tutt'altro che una dittatura: l'autoconsumo e l'imbottigliamento fai da te, la vendita sfusa in fusti di alluminio alla spina, il cartone poliaccoppiato e soprattutto il bag-in-box ridimensionano piano piano la sua supremazia. In particolare il bag-

in-box sta conquistando fasce di consumatori attenti al rapporto qualità-prezzo sia in Europa sia in Paesi dove il consumo è in crescita. Per l'Italia il vino è il protagonista delle esportazioni nell'ambito food, con oltre 5 miliardi di euro di valore, ma è un'eccellenza che non consente di riposare sugli allori, di fronte ai trend delineati: il rischio che i paesi emergenti a livello produttivo e di consumo insidino questo primato non è così lontano. In questo scenario, dove la tendenza futura sarà minor quantitativi disponibili e maggiore richiesta di qualità, i produt-





*Wine Pouch
(R)evolution è il
progetto sviluppato
da Reverse
Innovation e
rivolto al settore
vinicolo.*



tori italiani non possono non porsi la domanda di come avvicinare nuove fasce di consumatori, nuove perché fatte da giovani e nuove perché di Paesi dove la cultura del vino non esiste. È solo la classica bottiglia di vetro la risposta?

L'idea

Reverse Innovation, studio di branding, packaging e innovazione di prodotto, con sedi a Milano e Amsterdam, ha di recente esplorato l'efficacia di un linguaggio di packaging differente da quelli consueti. Gli elementi sui quali la ricerca è stata condotta sono il materiale, la sensazione che la sua texture emana, la forma alternativa o evocativa della bottiglia, la percezione barica (il peso), la modalità di apertura, la miscita e la possibilità di richiusura, l'innovazione complessiva del packaging rispetto alla tradizione ma anche possibili risparmi in fatto di costi e riduzioni eventuali degli impatti ambientali. "Una sfida piuttosto complessa - spie-

ga Mirco Onesti, insieme ad Alice Tacconi alla guida dell'agenzia dal 2008 - accentuata dal fatto che il comparto vitivinicolo, soprattutto in Italia, è piuttosto reazionario di fronte alle alternative alla bottiglia. L'equazione 'se non è in vetro, non è di qualità' è dura a morire, quando invece troviamo a scaffale bottiglie a 1,70 euro, in vetro, e nessuno si pone interrogativi: cosa si sta pagando in questi casi? Vino o principalmente una bottiglia di vetro?" Non porsi il problema dell'innovazione strutturale comporta un rischio: quello che i produttori dei paesi emergenti adottino alternative e conquistino con un nuovo linguaggio il consenso dei consumatori locali e stranieri. La partita del packaging innovativo va comunque giocata? Secondo Onesti (friulano DOC appassionato di vino e quindi insospettabile) sì. In questa sfida è stato coinvolto Adriano Gigante che, alla guida dell'omonima cantina, si è dimostrato molto sensibile a questa riflessione e si è reso

re
ver
se



fin da subito disponibile a sposare una possibile nuova veste per un uvaggio proveniente da un vigneto di recente costituzione.

I vantaggi

“Riteniamo che Wine Pouch (R)evolution, il packaging da noi brevettato, riesca a rispondere ad un numero sufficiente di requisiti, a partire dalle sfide più trendy: evidenti sono i vantaggi sul piano ambientale e dei costi dei materiali flessibili - spiega - Minor energia per produrre il contenitore, minor consumo energetico per il trasporto del prodotto, riduzione dei danni da trasporto, possibilità di conservazione data dalla richiudibilità facilitata, separazione intuitiva e facile dei due principali materiali che compongono la confezione.” Il peso del sistema brevettato illustrato in queste pagine è di circa 1/7 rispetto a quello di un sistema formato da bottiglia, etichetta, capsula e tappo in sughero o in silicone. È il primo di una serie di vantaggi tecnici, cui segue a ruota quello connesso strettamente a un packaging flessibile: la possibilità di variare forme e formati, personalizzare la grafica e valorizzare l'estetica con la semplice sostituzione di un fustellato in cartoncino che, nell'ottica di una produzione numericamente contenuta ma con un discreto numero di varietà e uvaggi proposti, rende questa soluzione economicamente interessante. “Sul mercato non mancano proposte di vino in flessibile, con buste a fondo quadro - sottolinea Onesti - ma proprio come il bag-in-box dimostra, se non hai un astuccio rigido, la stabilità diventa il problema cruciale, sia quando la busta è piena sia quando inizia la mescita. La pochette in cartoncino, dotata di angoli stabilizzatori o meno a seconda del formato, intende risolvere il problema.” La soluzione proposta da Reverse Innovation consente inoltre di passare dal formato classico 750 ml al litro intero, offrendo in questo secondo caso la possibilità di sfruttare il vantaggio della maggior quantità di prodotto in rapporto al prezzo.



La sfida culturale

La visione bidimensionale inganna, perché a distanza la percezione è quella di una bottiglia, ed è questo l'effetto voluto: l'eco della bottiglia, per assicurare chi associa la qualità al contenitore in vetro, ma contestualmente attrarlo in una dimensione nuova. Quale reazione si prevede che possa avere il consumatore che entra a contatto con Wine Pouch (R)evolution? Intuibile la domanda che si porrà: perché in flessibile? La risposta è legata al contesto d'uso: vino da tavola durante una cena con amici, consumo quotidiano per chi ama gratificarsi con un prodotto premium, festa fra giovani, pranzo all'aperto sono situazioni d'uso in cui la risposta alla domanda 'perché in flessibile?' potrà trovare una risposta inerziale: la praticità non disgiunta dall'eleganza, dal messaggio di qualità del contenuto, dall'infrangibilità, dalla richiudibilità. Non sono rari i casi in cui materiali differenti dal vetro, in forme e formati innovativi, hanno sedotto i consumatori di vino in bottiglia in modo permanente: Wine Pouch(R)evolution è un'opportunità il cui successo dipende dalle strategie distributive e di posizionamento. Il cliente 'intermedio' ideale per questa soluzione, a parer nostro, è la marca commerciale di una catena distributiva straniera, tedesca o anglosassone che intuisca le potenzialità di un nuovo linguaggio per portare il vino 'made in Italy' in contesti di consumo emergenti. Una prima sfida è stata già vinta: al progetto è stato assegnato il Gold Prize nell'ambito del A' Design Award nella categoria packaging. ■

Dettaglio dei processi e delle finiture di stampa realizzate sul rivestimento in cartoncino.

Oltre 250
operatori nel 2013

In concomitanza con:

mcT
Alimentare

mcT
Visione e Tracciabilità

Tracciabilità e logistica: soluzioni per l'industria

mcT Visione e Tracciabilità è l'evento verticale di una giornata sulle tecnologie e le soluzioni per l'industria. I leader di mercato danno appuntamento a un pubblico qualificato composto da CIO, supply chain manager, responsabili di produzione e di stabilimento, buyer, system integrator, progettisti e tecnici.

La giornata si svolge in concomitanza con mcT Alimentare, appuntamento di riferimento per l'industria Food & Bev giunto alla nona edizione. La sinergia fra i due eventi crea nuove opportunità di business e di approfondimento tecnologico.

L'ingresso è gratuito per gli operatori preregistrati. Il programma prevede:

- ✓ due sessioni plenarie mattutine
- ✓ una parte espositiva
- ✓ una sessione pomeridiana con workshop e corsi di formazione
- ✓ buffet e coffee break offerti dagli sponsor
- ✓ in esclusiva gratuitamente tutti i contenuti in PDF

12 giugno 2014

Novotel Bologna Fiera

Supported by



Registrazione gratuita per gli operatori professionali

www.eiomfiere.it/mct_visione_tracciabilita

Sponsored by

DATALOGIC

SICK
Sensor Intelligence.

Organizzato da

EIO
Ente Italiano Organizzazione Mostra





Il sughero? Galleggia ma non nuota

di Elsa Riva

Praticità nella richiusura, migliore conservazione e riciclabilità: i vantaggi del tappo a vite in alluminio per il vino

E AFA - European Aluminium Foil Association, l'organismo che rappresenta le società attive nel settore della laminazione e dell'avvolgimento di fogli di alluminio e nella produzione di tappi e contenitori in fogli di alluminio – ha commissionato un sondaggio per indagare le preferenze dei consumatori per quanto concerne i tappi per i vini e gli alcolici. Il sondaggio è stato condotto da IPSOS, la terza più grande società di ricerche di mercato al mondo che ha intervistato 6.000 consumatori nei cinque principali mercati europei (Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito) e negli USA. Il risultato indica che, soprattutto tra i consumatori più giovani e in particolare tra quelli di sesso femminile, c'è una forte preferenza per i tappi in alluminio. Più nel dettaglio e relativamente al prodotto 'vino', il sondaggio indica che:

- il 40% degli intervistati dichiara di aver sperimentato inadeguatezza dei tappi classici nel proteggere il prodotto vino post apertura bottiglia;
- più di 1/3 degli intervistati, alla richiesta di confrontare le loro intenzioni di acquisto della stessa bottiglia di vino con tappi diversi, ha affermato che preferirebbe comprare vino con un tappo di alluminio;
- un quarto degli intervistati ha affermato che il tipo di tappo non influirebbe sull'acquisto.

Persino in Paesi che hanno una minore comprensione dei vantaggi del tappo a vite, la maggioranza degli intervistati concorda sul

fatto che i tappi in alluminio offrano una possibilità di richiusura più pratica rispetto ad altri tipi di tappo.

Ma vi è dell'altro. Al tappo in alluminio è legato l'innegabile vantaggio della possibilità di riciclo. In Europa oggi, grazie a un contesto legislativo favorevole e a uno sforzo dell'industria, viene già riciclato più del 40% dei tappi in alluminio. Dal sondaggio risulta però che solo il 30% dei consumatori mette in relazione i tappi in alluminio a questa caratteristica, indicando la necessità di una maggiore comunicazione in questa direzione.

Sapranno la grande distribuzione e il mondo dei produttori vitivinicoli far tesoro di questi dati? ■



Fonte:
www.aluminium-closures.org

Quali impatti se cambio materiale?

di Luca Maria De Nardo

Rischi e opportunità nell'abbandonare il vetro, ma l'evoluzione dei mercati emergenti dice che è possibile avere successo: la chiave è nella comunicazione

Fra gli strumenti per annunciare il prodotto e comunicare il valore, ve n'è uno che coinvolge contemporaneamente sia la vista sia il tatto e consiste nello scegliere un materiale che identifica una determinata categoria di prodotto. Non esistono equazioni rigide, corrispondenze univoche, associazioni fisse, ma alcune equivalenze sono talmente radicate nei giudizi e nei comportamenti delle persone che si rende necessario tenerne conto. Per esempio, il vino viene abitualmente associato al vetro. Ciò non significa che sia impossibile ottenere dei buoni risultati nelle

vendite con un packaging in un altro materiale, ma occorre far accettare al consumatore l'idea che un altro tipo di materiale non sia necessariamente sinonimo di bassa qualità, che offra vantaggi aggiuntivi sul piano della conservazione ottimale, della praticità e dell'impatto sull'ambiente. Per esempio, nel settore del vino il cartone poliaccoppiato e la plastica comunicano prodotti di fascia di prezzo medio-bassa, ma non in tutte le culture di consumo: in Italia non viene accettato, mentre in Francia, negli Stati Uniti e in Australia le associazioni fra prodotto e materiale d'imballaggio rispetto al con-





La svizzera Aisapack propone al settore dei vini di qualità il sistema Inspiration, che nasce dall'assemblaggio di due componenti rigidi in polipropilene, uniti con una pellicola multistrato prestampata, anch'essa in polipropilene, in versione trasparente o su base di alluminio.

cetto di qualità possono risultare diverse. Il produttore francese Boisset, per il marchio French Rabbit ha utilizzato il cartoncino poliaccoppiato per trasmettere ai consumatori nordamericani, nordeuropei e russi un posizionamento giovane e fresco di classici vini da tavola. Mentre nei Paesi mediterranei è più difficile modificare la percezione di bassa qualità di un vino se confezionato con questo materiale, in altre culture l'operazione è possibile e con successo: Boisset ha comunicato il valore ecologico insito nel cartoncino poliaccoppiato, è ricorso a una grafica moderna, al colore di tendenza (l'arancione, che strizza l'occhio al prestigio di una nota marca di champagne), a una forma completamente differente da quella classica della bottiglia.

Il vino cresce

Alla 48° edizione del Vinitaly Tetra Pak ha presentato con un percorso interattivo guidato da un ologramma l'innovazione racchiusa nei contenitori in poliaccoppiato e le ricadute positive sul vino. Le prestazioni enfatizzate erano la protezione dalla luce, la conservazione dopo l'apertura grazie al tappo a vite, l'infrangibilità e l'efficienza logistica rispetto a bottiglie (rapporto 1 a 23 riferito ad autotreni per il trasporto delle confezioni necessarie a contenere il medesimo volume di prodotto).

A scegliere il poliaccoppiato sono sempre meno vini di fascia economica: prevalgono quelli ad indicazione geografica tipica, come l'argentino Montlaiz Cabernet Sauvignon Shiraz. Presto Tetra Prisma® Aseptic sarà adot-



tato per imbottigliare vini Igp. Le confezioni Tetra Pak® risultano dunque ideali per proteggere il vino e tutelare la filiera in termini qualitativi e ambientali. La combinazione di trattamento e confezionamento asettico, infatti, riduce gli scarti e rende la distribuzione economicamente interessante per l'export: quello italiano risulta in crescita del 6,6% nel 2013 (dati Wine Monitor, Nomisma 2013). Il vino in cartone ha in Italia una quota di mercato che si avvicina al 18%. A livello mondiale, le vendite di sono aumentate del 3,5% nel 2013 rispetto al 2012, per un totale di 1,7 miliardi di litri confezionati e una quota di mercato globale del 6%. Argentina, Italia, Russia, Spagna e Germania sono i Paesi dove il vino in cartone è più diffuso.

Plastica e metallo

Analoghi casi di successo sono quelli, degli australiani di Hardys e di Palandri-Baldinis. In particolare, nel marchio Palandri si associa il vino al metallo, proprio per comunicare prestigio e protezione a un vino di qualità. Ma



è poi così ardito e insolito associare al vino il metallo, come la bottiglia di alluminio di Francesco Yello (www.yello.de). Di metallo sono calici e coppe che dall'antichità ad oggi vengono utilizzate per mescolare vini in occasioni speciali o sulle tavole dei ricchi e dei potenti; di metallo sono la gabbietta e la capsula delle bottiglie dei vini spumanti; di acciaio inox sono le macchine e i silos per la vinificazione e lo stoccaggio nelle moderne aziende vinicole. Associare a un prodotto nuovo un packaging in un materiale insolito può rappresentare quindi un rischio ma anche l'opportunità di innovare e quindi di ricevere maggiore attenzione da parte del consumatore: come sfruttare l'innovazione abbassando il livello di rischio? Occorre integrare fra loro i valori del prodotto, del marchio e del nuovo materiale attraverso gli strumenti del design strutturale e grafico. Importante, comunque, è realizzare una mappa delle libere associazioni che un campione significativo di potenziali clienti crea con il materiale che si intende utilizzare: è all'interno di questa mappa che sarà possibile verificare la presenza e la coesistenza dei valori sia del prodotto, sia del marchio, sia del materiale da scegliere. ■

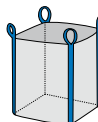
B e M i n i n i



Affidarsi a una realtà leader nel settore, partner capace di offrire le migliori soluzioni di imballaggio grazie a una consulenza attenta e mirata. Ottimizzare la distribuzione aziendale attraverso prodotti cuciti su misura, sviluppati con professionalità e passione da oltre settant'anni. Dotarsi di Big Bag, strumenti ideali per ogni materiale, in grado di garantire sicurezza e protezione in tutte le fasi di stoccaggio e trasporto.

Essere Minini: spazio ai contenuti, giusto in forma.

m i n i n i . i t



MININI
IMBALLAGGI

pack with us

A scuola di prevenzione

Metodi, check list, data base ma anche tanti casi concreti di azione a livello pubblico e privato aiutano a progettare per ridurre e riciclare

Prevenzione: strumenti di analisi e comunicazione per le aziende' è il tema che Comieco, il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica, ha messo al centro di un workshop tenutosi a Milano lo scorso 3 marzo a Palazzo Turati, la sede della Camera di Commercio di Milano. L'incontro si è tenuto grazie alla collaborazione di Innovhub, l'azienda speciale della stessa Camera di Commercio di Milano che offre alle imprese servizi di laboratori multisetoriali di ricerca, analisi e innovazione, col contributo particolare della Stazione sperimentale Carta, Cartoni e Paste per Carta. Insieme ad Innovhub, ha sostenuto l'incontro anche EcoPaperLoop, il nuovo progetto europeo per il miglioramento tecnico qualitativo delle carte per riciclo cui aderiscono numerosi enti ed istituti dell'Europa centrale, fra i quali anche Comieco e Regione Lombardia.

La prevenzione 'pubblica'

Ed è proprio con il contributo di Regione Lombardia, dopo l'introduzione di Eliana Farotto di Comieco e di Graziano Elegir di Innovhub, che si sono aperti i lavori. Paola Zerbinati dell'assessorato Ambiente di Regione Lombardia, ha delineato i punti salienti del PARR, il Piano d'Azione per la Riduzione dei Rifiuti urbani, all'interno del quale vanno segnalati alcuni importanti e significativi risultati. Fra i progetti più recenti presentati, uno ha coinvolto Auchan, Simply SMA e COOP per indurre i consumatori a preferire prodotti segnalati perché confezionati in imballaggi più sostenibili. Accanto alle tre insegne, importante il contributo fornito da Henkel. Il monito-

raggio, iniziato a marzo 2013 e concluso a marzo 2014 (i dati sono al momento in fase di elaborazione), ha dimostrato che comunicare a clienti e cittadini il beneficio che si ottiene da un acquisto ragionato genera preferenza e quindi minori rifiuti. Infine, Regione Lombardia ha aggiornato il PARR, per quanto riguarda la sezione Rifiuti Urbani: si tratta di continuare le azioni di prevenzione e riduzione, ma disaccoppiandole dal fattore della diminuzione dei consumi, proprio per rendere più reale l'azione preventiva. Nel 2011 la quota era di kg 484,4 nel 2012 di 466,2: l'obiettivo è nel medio periodo di passare dai kg 500,3 del 2010 a 455,3 del 2020: come? Con uno piano articolato per punti (vedi box).

Gli strumenti

Simona Fontana, dell'area Prevenzione di Conai, ha illustrato il ruolo propulsivo del consorzio nell'ambito della prevenzione: fra gli strumenti, il Dossier Prevenzione, iniziativa culturale a cadenza triennale che raccoglie e analizza casi di prevenzione (riduzione, riuso e riciclo), e l'EcoTool, che permette alle aziende consorziate di valutare gli effetti, in termini di impatto ambientale, tra l'imballaggio prima e dopo eventuali azioni di prevenzione adottate. Fra i casi più recenti, il piattino triangolare poliaccoppiato carta-plastica di Autogrill, sottoposto a un alleggerimento dell'11% e realizzato col 100% di materiale riciclato per lo strato in cartoncino ad effetto barriera garantito da strato di film in OPP. Altri interventi di riduzione, sostituzione e ottimizzazione hanno riguardato ad esempio Barilla, Big Paper Italia, Fag Arti Grafiche, Lavazza, Nestlé ed Epson in Italia. Laura Badalucco,



CONTATTI E INFO

COMIECO
www.comieco.org
Via Pompeo Litta, 5 - 20122 Milano
Tel. 02-55024.1

per gli imballaggi cellulosici

direttore del corso di laurea in Disegno Industriale dell'Università IUAV-Venezia, ha sottolineato l'importanza di dotarsi di strumenti pre-progettuali per arrivare a soluzioni di packaging responsabili: con questa definizione si intendono quegli imballaggi, rappresentativi di qualità, che coniugano tutela dell'ambiente, rispetto delle esigenze di tutti gli utenti e miglioramento delle aspettative economiche, sociali e culturali. Per l'aspetto ambientale vanno considerate azioni su materiali, forma e struttura, logistica e distribuzione, grafica e stampa e fine vita; per l'aspetto sociale su utenza allargata, sicurezza e operatività, formazione e informazione. IUAV è aperto alle imprese che vogliano adottare le liste di controllo messe a punto nell'ambito delle sue atti-

vità di ricerca, che comprendono anche ricerche e progetti su: packaging, green public procurement, prevenzione dei rifiuti e prodotti industriali, valorizzazione di produzioni regionali, comunicare la prevenzione dei rifiuti, smart cities/smart buildings.

Lo chiedono gli utilizzatori

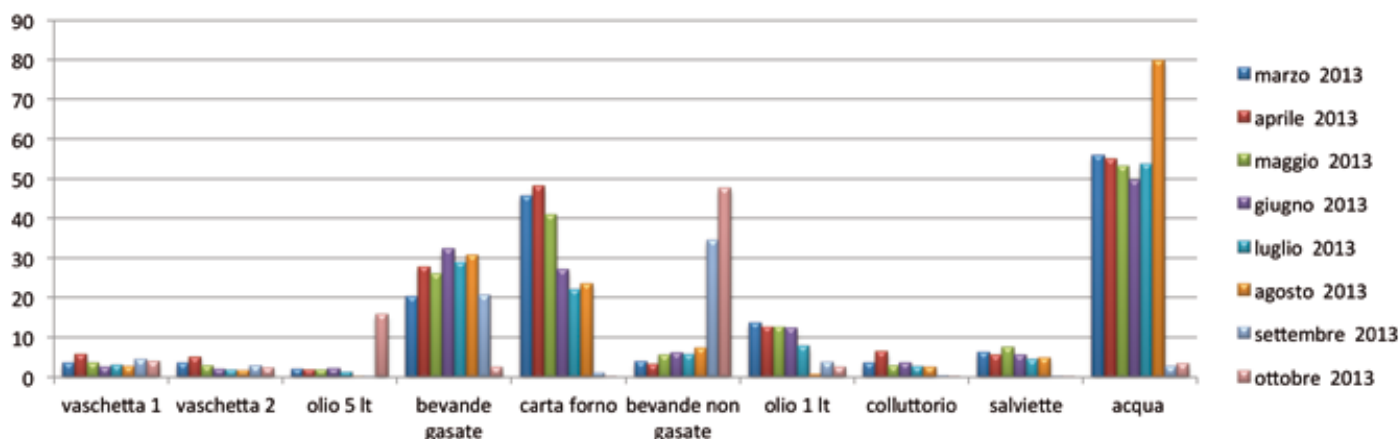
Barbara Bonori di Comieco, dopo aver riassunto cifre e dati della filiera del packaging cellulosico, ha presentato un set per la prevenzione; la fase A prevede l'uso della check list offerta da IUAV, la fase B un ampio data base di casi paradigmatici internazionali e intersettoriali, insieme a una lista di giovani designer disponibili a collaborare alla rivisitazione del packaging, mentre la fase C l'ado-

ALCUNI RISULTATI DI FILIERA CELLULOSICA (DATI CONAI)

- Uso di macero: le materie prime per la produzione nazionale derivano per oltre il 50% da carta da macero
- Riduzione dei consumi di acqua: oggi 28 m3 di acqua per 1 ton di carta; nel 1970 erano 100 mc
- Riduzione in peso: grammatura media del cartone ondulato oggi pari a 565 g/m2; nel 1997 era pari a 609 g/m2
- Adesione volontaria a sistemi di gestione ambientale in aumento, es certificazioni EMAS nel 2012 cresciute del 13% sul 2012
- Ricorso crescente a certificazioni di catena di custodia (FSC, PFSC)
- Introduzione e diffusione di un metodo per definire il grado di riciclabilità: il metodo di prova Aticelca MC 501-11

TREND DEI RIFIUTI DA IMBALLAGGIO EVITATI- SIMPLY SMA

	SIMPLY SMA Rifiuto evitato in Kg											
	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio
	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2014	2014
vaschetta 1	3,6	5,68	3,67	2,61	3	2,72	4,45	3,99				
vaschetta 2	3,53	5,09	2,99	1,93	1,77	1,64	2,93	2,35				
olio 5 lt	2,1	1,76	1,81	2,15	1,26	0,07	0,03	15,96				
bevande gasate	20,35	27,82	25,99	32,36	29,05	30,79	20,7	2,48				
carta forno	45,84	48,2	40,92	27,16	22,08	23,52	1,04	0,12				
bevande non gasate	3,93	3,3	5,61	6,17	5,75	7,41	34,64	47,72				
olio 1 lt	13,72	12,71	12,69	12,4	7,84	0,74	3,75	2,48				
collutorio	3,69	6,45	2,93	3,64	2,67	2,55	0,37	0,25				
salviette	6,26	5,51	7,45	5,6	4,48	4,82	0,28	0,05				
acqua	55,84	54,98	53,22	49,74	53,68	79,83	2,76	3,38				
Totale	159	172	157	144	132	154	136	131				



COMUNICAZIONE ALL'UTENTE DI PRODOTTI MENO IMBALLATI

COOP-riduzione dell'imballaggio e interventi effettuati

Prodotto	Numero Referenziale	Differenza peso in gr	Intervento effettuato
Acqua minerale naturale 1,5 litri	1	-25,8	Impiego di riciclaria
Acqua minerale naturale 1,5 litri	2	-45,1	Impiego di riciclaria
Acqua minerale naturale 1,5 litri	3	-79,1	Impiego di riciclaria
Acqua minerale naturale 1,5 litri	4	-104,7	Impiego di riciclaria
Acqua minerale naturale 1,5 litri	5	-48,5	Utilizzo di riciclaria al posto del flacone
Acqua minerale naturale 1,5 litri	6	-17,0	Impiego di riciclaria
Acqua minerale naturale 1,5 litri	7	-4,0	Sostituzione sacchetto con striscia di carta
Acqua minerale naturale 1,5 litri	8	-4,0	Sostituzione sacchetto con striscia di carta
Acqua minerale naturale 1,5 litri	9	-4,0	Sostituzione sacchetto con striscia di carta
Acqua minerale naturale 1,5 litri	10	-14,2	Riduzione massa componenti
Acqua minerale naturale 1,5 litri	11	-8,0	No over packaging
Acqua minerale naturale 1,5 litri	12	-4,5	No over packaging
Acqua minerale naturale 1,5 litri	13	-20,0	Risparmio calcolato su 1 manico sostituito da 1 testina ricambiabile
Acqua minerale naturale 1,5 litri	14	-55,0	Caso ipotetico passaggio da pellicola PVC 3,99g/m2 a pellicola AA7/AD18 (LDPE) 3,07 g/m2
Acqua minerale naturale 1,5 litri	15	-27,5	Caso ipotetico passaggio da pellicola PVC 3,99g/m2 a pellicola AA7/AD18 (LDPE) 3,07 g/m2

zione del format Carta d'Identità Ambientale, realizzata insieme al Politecnico di Milano con lo scopo di aiutare le imprese in una corretta comunicazione e dichiarazione di conformità ambientale degli imballaggi cellulosici. Il format è stato elaborato nell'ambito del Cub Carta e Cartoni, che ha lo scopo di promuovere e diffondere le più interessanti best practice, italiane e internazionali, in materia di innovazione e sostenibilità: conta quasi 200 utilizzatori iscritti e offre una piattaforma di dibattito e confronto esclusivamente rivolta alle aziende utilizzatrici.

Etichette operative

Amanda Fuso Nerini, della Ricerca e Sviluppo di Conai, ha presentato lo strumento "Etichetta per il cittadino", un vademecum per un'etichetta volontaria ambientale che lo guidi alla raccolta differenziata degli imballaggi. E' di libera progettazione, con contenuti definiti, semplice, chiara e conforme alle disposizioni nazionali ed europee. La guida si basa su una filosofia molto semplice: il cittadino, avendo alla mano da un lato l'etichetta fornita dall'impresa, e dall'altro lato le istruzioni di conferimento in

raccolta fornite dal Comune/gestore del servizio, può così rispondere al quesito: dove lo butto? La chiarezza nella comunicazione diviene così il primo strumento per avere a disposizione materie prime utili alla produzione di nuovi materiali di riciclo. La guida è scaricabile direttamente dal sito di Conai.

La questione 'food contact'

Cristina Lugli del Centro Qualità Carta (unità operativa di Lucense, organismo di ricerca), ha proposto il tema delle Linee Guida per la valutazione dell'idoneità al contatto con alimenti per carta e cartone provenienti da riciclo. Si può progettare l'imballaggio con carte contenenti riciclo selezionando ed effettuando verifiche periodiche. Importante è valutare caso per caso, con l'approccio del risk assessment e tenendo presente il principio base contenuto nell'art. 3 del Reg 1935/2004: i materiali e gli oggetti devono essere prodotti conformemente alle buone pratiche di fabbricazione affinché, in condizioni d'impiego normali o prevedibili, non trasferiscano ai prodotti alimentari componenti in quantità tale da comportare una modifica inaccettabile della composizione dei prodotti

alimentari, un deterioramento delle loro caratteristiche organolettiche, costituire un pericolo per la salute umana.

L'incontro si è concluso con gli interventi dedicati a "La riciclabilità degli imballaggi in carta e cartone: la nuova tabella di valutazione del metodo Aticelca", curata da Daniele Bussini di Innovhub SSI, e al progetto "Ecopaperloop: una strategia per aumentare la sostenibilità degli imballaggi in carta", illustrato da Graziano Elegir di Innovhub SSI.





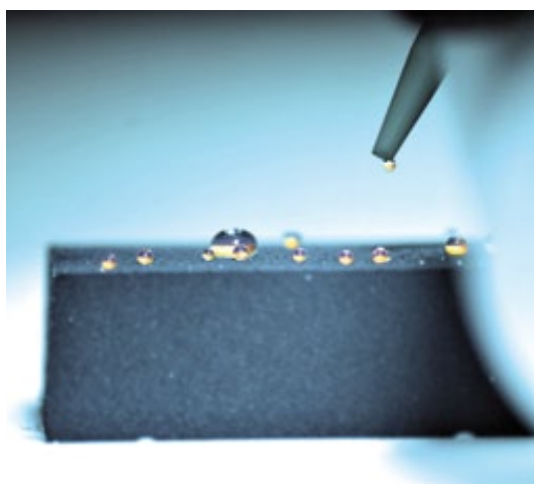
Impianti più puliti con uno spruzzo

di Elena Consonni

Un modo per ridurre e semplificare le operazioni di pulizia degli impianti di riempimento può essere quello di spruzzare un prodotto repellente sulle superfici

Durante la fase di riempimento, soprattutto di prodotti fluidi e cremosi, anche le parti delle linee automatiche non a contatto con il prodotto si possono ungere e sporcare, richiedendo step di pulitura che comportano fermi della produzione e consumo di acqua, energia e detergenti. Rendere gli impianti repellenti ai liquidi, sia acquosi che oleosi, potrebbe quindi migliorare la gestione della linea, riducendo tempi e costi degli interventi di pulizia. La statunitense Ultra Tech propone Ultra-Ever Dry, un rivestimento con proprietà sia idrofobiche sia lipofobiche, che può essere spruzzato sulle superfici, dove forma micro-picchi che esercitano l'azione repellente. Per la sua formulazione il prodotto ha anche un effetto anti-corrosivo ed estende la vita delle superfici su cui è applicato. Impedendo il ristagno di acqua e fluidi sulle parti degli impianti, evita la formazione di substrati che favoriscono la crescita di batteri. La temperatura di esercizio, da -34 a +149°C, è sufficientemente ampia da consentire l'uso in diversi processi industriali.

Il prodotto viene rimosso se subisce cicli di lavaggio con detergenti, ma questo non rappresenta un reale problema, perché l'applicazione di Ultra-Ever Dry rende superfluo l'impiego di sostanze chi-



miche nella pulizia delle superfici. Per rimuovere polvere o altro tipo di sporco basta, infatti, utilizzare un flusso di aria o di acqua a bassa pressione. Questo comporta anche la riduzione dell'impatto ambientale dei cicli di lavaggio. Ultra-Ever Dry sarebbe il prodotto perfetto, se non fosse per due limiti. Il primo è che la formulazione non è, almeno per il momento, completamente trasparente, quindi dopo l'applicazione lascia una patina biancastra sulle superfici trattate. Il secondo è che non è idoneo per

il contatto con gli alimenti e ciò ne limita l'impiego solo ai settori industriali (quello della chimica o della detergenza, per esempio) dove questa caratteristica non rappresenta un ostacolo. ■



Avanzi e vassoio? Insieme nel compost

di Elena Consonni

In diverse scuole di Napoli sono stati adottati vassoi in materiale compostabile derivante da fonti rinnovabili

Vassoi termoformati per il catering, compostabili, prodotti da Plastisud con Bio-Flex® F 6611.

L'evoluzione dei MPE-Materiali Polimerici Eco-compatibili non va solo nella direzione dello sviluppo di nuove strutture, ma anche nell'individuazione dei campi applicativi: tra i più innovativi c'è, per esempio, il vassoio termoformato per il catering prodotto a partire da un polimero di origine rinnovabile e resistente al calore, prodotto dall'italiana Plastisud.

Il manufatto, già utilizzato nelle mense di diverse scuole di Napoli, è compostabile e quindi smaltibile, insieme ad eventuali avanzi di cibo, con la frazione organica dei rifiuti, semplificando la raccolta differenziata anche in un ambito difficile come quello della ristorazione collettiva. Il vassoio è prodotto dalla trasformazione del polimero Bio Flex® F 6611 ed è una delle applicazioni presentate da FKUR (azienda tedesca che produce e distribuisce eco-polimeri destinati alla produzione di film flessibili per imballaggio ed altre applicazioni) in occasione di Interpack. FKUR propone un ampio portafoglio sempre di polimeri eco-compatibili, sia prodotti direttamente (Bio-Flex®, Biograde®, Fibrolon® e Terralene®), che in distribuzione: Green PE (Bio PE) prodotto da Braskem; VESTAMID® Terra (Bio PA) e Globio (PET derivante da fonte rinnovabile) di Evonik.

La gamma di manufatti che è possibile realizzare con questi polimeri è sempre più estesa: oltre ai vassoi termoformati per il catering, ci sono diversi prodotti compostabili monouso, quali sacchetti, buste e reti per l'imballaggio alimentare. Ma i MPE sono utilizzabili anche per realizzare prodotti non biodegradabili, dalle proprietà equivalenti a quelli tradizionali: laminati in Bio PE con Bio PET o Bio PA possono, infatti, incrementare significativamente le proprietà barriera dei polimeri eco-compatibili ed estendere la shelf-life degli alimenti, conferendo al prodotto anche un valore aggiunto da comunicare. ■





Separazione facilitata

di Elsa Riva

Una soluzione in cartone poliaccoppiato dotata di top in plastica permette ora il facile distacco dei due materiali per la raccolta differenziata

Un traguardo premia l'impegno continuo di Tetra Pak sulla sostenibilità dei suoi processi e prodotti: in occasione della Design Week in concomitanza al Salone Internazionale del Mobile, la soluzione Tetra Top® dotata dall'inizio dell'anno della funzione Separable Top, ha vinto l'Oscar dell'Imballaggio 2014 nella sezione speciale Ambiente.

La parte superiore in plastica è ora staccabile dal cartone per un riciclo migliore: sullo strato più esterno della confezione Tetra Top® è stata applicata una fustellatura che consente di staccare la calotta superiore dal corpo in cartone con la sola pressione del pollice.

Basta un semplice gesto, quindi, per separare già in ambito domestico le diverse componenti del packaging, facilitando la raccolta differenziata e il riciclo. Un vantaggio concreto a costo

zero per la filiera produttiva e per il consumatore, applicato a una confezione, Tetra Top®, sempre più utilizzata per latte fresco, panna e yogurt da bere e realizzata con carta proveniente da foreste certificate FSC.

La fustellatura è parte del processo di produzione del materiale da imballaggio nello stabilimento Tetra Pak. Le indicazioni grafiche sono stampabili sulla confezione in corrispondenza del punto di distacco per guidare il consumatore nell'utilizzo del Separable Top. Per Alejandro Cabal Uribe, presidente di Tetra Pak Italia, il premio conferma l'impegno nello sviluppo di prodotti sostenibili, oltre alla leadership nelle soluzioni di trattamento e confezionamento degli alimenti sia tecnologica sia ambientale. In Italia Tetra Pak® ha sviluppato accordi con oltre 4mila Comuni per la raccolta differenziata: nel 2013 sono stati riciclati 1,3 miliardi di contenitori. ■



Michele Mastrobuono, direttore Comunicazione e Ambiente di Tetra Pak Italia, ritira l'Oscar dell'Imballaggio 2014 per la sezione speciale Ambiente.



La progettazione dell'imballaggio mediante un pre-taglio permette un'agevole separazione della calotta dal corpo del contenitore.

SCIENTIFIC PROGRAM

Sala Aurea of Parma Chamber of Commerce

THURSDAY, MAY 29, 2014

8.30 – 9.30

REGISTRATION

9.30

WELCOME ADDRESSES

A. Zanlari – President of Parma Chamber of Commerce and Experimental Station for the Food Preserving Industry

L. Borghi – Rector, University of Parma

A. Montanari – Experimental Station for the Food Preserving Industry

A. Montenero – University of Parma

SESSION 1 - BIO-BASED POLYMERS AND BIOPOLYMERS CHARACTERIZATION

Chairs: A. Lazzari - S. Xarà

10.00 – 10.20

BIOMATERIALS AND THERE SOURCES WITH ASPECTS OF USE - AN OVERVIEW

U. Probst – Hochschule der Medien, Germany

10.20 – 10.40

MODULATING THE BIODEGRADABILITY OF MICROBIAL POLYESTERS TOWARDS COMPLETELY PERSISTANT POLYTHIOESTERS BY INCORPORATION OF MERCAPTOALKANOIC ACIDS

A. Steinbüchel – Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Germany

10.40 – 11.00

INNOVATIVE MULTIFUNCTIONAL NANO-BIOCOMPOSITES BASED ON PLA AND BIO-BASED ADDITIVES FOR FOOD PACKAGING APPLICATIONS

L. Armentano, E. Fortunati, F. Dominici, F. Luzi, J.M. Kenny – INSTM and University of Perugia, Italy

Coffee break

11.00 – 11.30

EFFECT OF NUCLEATING AGENT ON CRYSTALLIZATION TIME AND PROPERTIES IN BLENDS OF POLYLACTIC ACID AND PLASTICIZER

M.K. Fehri¹, P. Cinielli¹, I. Anguillesi¹, S. Salvadori¹, M.B. Coltelli¹, M. Montorsi², C. Mugoni³, S. Fiori⁴, A. Lazzari¹

¹INSTM and University of Pisa, Italy

²University of Modena, Italy

³University of Reggio Emilia, Italy

⁴Condensia Química S.A, Spain

11.50 – 12.10

PREPARATION OF BIOPOLYESTER COMPOSITES CONTAINING NANO-CHITIN FROM SEA FOOD WASTE

M.B. Coltelli¹, P. Cinielli, I. Anguillesi, S. Salvadori, A. Lazzari

INSTM and University of Pisa, Italy

12.10 – 12.30

BARRIER PROPERTIES OF FILMS BASED ON MICROFIBRILLATED CELLULOSE AND POLYLACTIC ACID

M. Minelli¹, C. Mericer, M. Gherardi, R. Laurita, M. Giacinti Baschetti, V. Colombo, M.G. De Angelis – University of Bologna, Italy

12.30 – 12.50

STUDY OF FIBERS PRODUCTION FROM MELT SPINNING OF GAIALENE RESINS

F. Cestari, T. Medeiros, A. Pegoretti, L. Fambri – University of Trento, Italy

Lunch

12.50 – 14.00

14.00 – 14.30

POSTER SESSION

– PREPARATION OF GELATINE/POLY(BUTYLENE SUCCINATE-CO-ADIPATE) FILMS BY EMULSION BLENDING

T. Messina, S. Bronco, M. Bertoldo – Consiglio Nazionale delle Ricerche CNR-IPCF, Italy

– BIOPOLYMERS FROM CO-PRODUCT AND BY-PRODUCTS OF LEGUMES FOR SUSTAINABLE PACKAGING

C. Serrano¹, S. Bronco², P. Cinielli³, A. Montanari⁴, M. C. Villarán⁵, D. Uraña⁶

¹Innovació i Recerca Industrial i Sostenible (IRIS), Spain

²Consiglio Nazionale delle Ricerche, CNR-IPCF, Italy

³University of Pisa, Italy

⁴Experimental Station for the Food Preserving Industry, Italy

⁵Fundacion Tecnalia Research & Innovation, Spain

⁶Technology Center Poli-Eko, Slovenia

– PREPARATION AND CHARACTERIZATION OF TRANSGLUTAMINASE RETICULATED WHEY PROTEIN/CHITOSAN EDIBLE FILMS: A POSSIBLE APPLICATION AS EGG COATING

M. Esposito, G. Rossi-Marquez, R. Porta, L. Mariniello, P. Di Pietro – University of Naples “Federico II”, Italy

– PREPARATION AND CHARACTERIZATION OF PECTIN-PHASEOLIN EDIBLE FILMS PREPARED IN THE PRESENCE OF MICROBIAL TRANSGLUTAMINASE AND TREHALOSE

C.V.L. Giosafatto, P. Di Pietro, A. Sorrentino, R. Porta, L. Mariniello – University of Naples “Federico II”, Italy

– DEVELOPMENT OF A BIO-BASED COATING FROM TOMATO PROCESSING WASTES INTENDED FOR METAL PACKAGING

A. Montanari¹, L. Bolzoni¹, L. Cigognini¹, R. de la Torre Carreras², T. Vilek³

¹Experimental Station for the Food Preserving Industry, (SSICA), Italy

²Centro Tecnológico Agroalimentario, Spain

³Toseda s.r.o. Czech Republic

– THE MULTIPLE BIODEGRADATION INDEX (MBI)^{1,2}

P. Broglio – Ecologia Applicata srl, Italy

– COEXTRUDED THREE-LAYERED PLA NANOCOMPOSITE FILMS FOR FOOD PACKAGING

L. Di Maio, P. Scarfato, M.R. Galdi, E. Garofalo, L. Incarnato – University of Salerno, Italy

– ANTIMICROBIAL COATINGS ON POLYLACTIC ACID FILMS FOR FOOD PACKAGING

C. Corradini^{1,2}, I. Alfieri^{1,2}, A. Cavazza^{1,2}, C. Lantano¹, A. Lorenzi^{1,2}, P. Salvadeo¹, A. Montenero^{1,2}

¹University of Parma, Italy

²CIPACK – Interdepartmental Center on Packaging, Italy

– DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE PROTEIN-BASED PAPER AND PAPERBOARD COATING SYSTEMS TO INCREASE THE RECYCLABILITY OF FOOD AND BEVERAGE PACKAGING MATERIALS

M.B. Coltelli¹, P. Cinielli¹, E. Bugnicourt², M. Schmid³, I. Anguillesi¹, S. Salvadori¹, A. Lazzari¹

¹University of Pisa, Italy

²Innovació i Recerca Industrial i Sostenible (IRIS), Spain

³Fraunhofer-Institute for Process Engineering and Packaging IVW, Germany

– INVESTIGATION OF AMORPHOUS/CRYSTAL AND POLYMER/FILLER INTERPHASES IN BIOCOMPOSITES

F. Signori, M. Pelagaggi, M.-C. Righetti, M. Bertoldo, S. Bronco – Consiglio Nazionale delle Ricerche CNR-IPCF, Italy

– RICE HUSK AS BIO-SOURCE OF SILICA AND CELLULOSE FOR PLA-BIO-COMPOSITES

D. Battezzatore¹, S. Bocchini², J. Alongi¹, A. Frache¹, G. Camino¹

¹Politecnico di Torino, sede di Alessandria, Italy

²Center for Space Human Robotics@PolTo, Istituto Italiano di Tecnologia, Italy

14.30 – 14.50

POSTER SESSION

– PREPARATION OF GELATINE/POLY(BUTYLENE SUCCINATE-CO-ADIPATE) FILMS BY EMULSION BLENDING

T. Messina, S. Bronco, M. Bertoldo – Consiglio Nazionale delle Ricerche CNR-IPCF, Italy

– BIOPOLYMERS FROM CO-PRODUCT AND BY-PRODUCTS OF LEGUMES FOR SUSTAINABLE PACKAGING

C. Serrano¹, S. Bronco², P. Cinielli³, A. Montanari⁴, M. C. Villarán⁵, D. Uraña⁶

¹Innovació i Recerca Industrial i Sostenible (IRIS), Spain

²Consiglio Nazionale delle Ricerche, CNR-IPCF, Italy

³University of Pisa, Italy

⁴Experimental Station for the Food Preserving Industry, Italy

⁵Fundacion Tecnalia Research & Innovation, Spain

⁶Technology Center Poli-Eko, Slovenia

– PREPARATION AND CHARACTERIZATION OF TRANSGLUTAMINASE RETICULATED WHEY PROTEIN/CHITOSAN EDIBLE FILMS: A POSSIBLE APPLICATION AS EGG COATING

M. Esposito, G. Rossi-Marquez, R. Porta, L. Mariniello, P. Di Pietro – University of Naples “Federico II”, Italy

– PREPARATION AND CHARACTERIZATION OF PECTIN-PHASEOLIN EDIBLE FILMS PREPARED IN THE PRESENCE OF MICROBIAL TRANSGLUTAMINASE AND TREHALOSE

C.V.L. Giosafatto, P. Di Pietro, A. Sorrentino, R. Porta, L. Mariniello – University of Naples “Federico II”, Italy

– DEVELOPMENT OF A BIO-BASED COATING FROM TOMATO PROCESSING WASTES INTENDED FOR METAL PACKAGING

A. Montanari¹, L. Bolzoni¹, L. Cigognini¹, R. de la Torre Carreras², T. Vilek³

¹Experimental Station for the Food Preserving Industry, (SSICA), Italy

²Centro Tecnológico Agroalimentario, Spain

³Toseda s.r.o. Czech Republic

– THE MULTIPLE BIODEGRADATION INDEX (MBI)^{1,2}

P. Broglio – Ecologia Applicata srl, Italy

– COEXTRUDED THREE-LAYERED PLA NANOCOMPOSITE FILMS FOR FOOD PACKAGING

L. Di Maio, P. Scarfato, M.R. Galdi, E. Garofalo, L. Incarnato – University of Salerno, Italy

– ANTIMICROBIAL COATINGS ON POLYLACTIC ACID FILMS FOR FOOD PACKAGING

C. Corradini^{1,2}, I. Alfieri^{1,2}, A. Cavazza^{1,2}, C. Lantano¹, A. Lorenzi^{1,2}, P. Salvadeo¹, A. Montenero^{1,2}

¹University of Parma, Italy

²CIPACK – Interdepartmental Center on Packaging, Italy

– DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE PROTEIN-BASED PAPER AND PAPERBOARD COATING SYSTEMS TO INCREASE THE RECYCLABILITY OF FOOD AND BEVERAGE PACKAGING MATERIALS

M.B. Coltelli¹, P. Cinielli¹, E. Bugnicourt², M. Schmid³, I. Anguillesi¹, S. Salvadori¹, A. Lazzari¹

¹University of Pisa, Italy

²Innovació i Recerca Industrial i Sostenible (IRIS), Spain

³Fraunhofer-Institute for Process Engineering and Packaging IVW, Germany

– INVESTIGATION OF AMORPHOUS/CRYSTAL AND POLYMER/FILLER INTERPHASES IN BIOCOMPOSITES

F. Signori, M. Pelagaggi, M.-C. Righetti, M. Bertoldo, S. Bronco – Consiglio Nazionale delle Ricerche CNR-IPCF, Italy

– RICE HUSK AS BIO-SOURCE OF SILICA AND CELLULOSE FOR PLA-BIO-COMPOSITES

D. Battezzatore¹, S. Bocchini², J. Alongi¹, A. Frache¹, G. Camino¹

¹Politecnico di Torino, sede di Alessandria, Italy

²Center for Space Human Robotics@PolTo, Istituto Italiano di Tecnologia, Italy

SESSION 2 – FOOD PACKAGING INTERACTIONS AND LCA

Chair: A. Steinbüchel

- 15.10 – 15.40
GUIDELINES FOR THE USE OF “BIOPLASTICS” IN PACKAGING IN CONTACT WITH FOOD
M. Bonuomo, E. Faracchi – *Istituto Italiano Imballaggio, Italy*
- 15.40 – 16.00
REVIEW ON LCA STUDIES APPLIED TO BIOPOLYESTERS
M. Manfredi, G. Vignali – *CIPACK – Interdepartmental Center on Packaging, Italy*
- 16.00 – 16.20
COMPARISON OF BIODEGRADABLE FILMS TREATED WITH DIFFERENT PLASTIC FROM DIFFERENT COMPOST AND STUDY ON SPECIES BACTERIAL AND FUNGAL THROUGH DNA TEST
P. Broglio¹, E. D’Adda¹, S. Rampont¹, D. De Min²
¹*Ecologia Applicata srl, Italy*
²*University of Milan, Italy*

16.20 – 16.40
Coffee break

- 16.40 – 16.50
FOOD PACKAGING FOCUS: AN IN DEPTH OVERVIEW OF FOOD PACKAGING SOLUTIONS AT CIBUS TEC – FOOD PACK 2014
R. Bozzi – *Parma Fair, Italy*

SESSION 3 – RESEARCH FUNDING

Chair: I. Büren

- 16.50 – 17.10
IMPROVING A PROJECT PROPOSAL: SHARING EXPERIENCES FROM PROJECTS EVALUATION
S. Xara – *Universidade Católica Portuguesa, Portugal*
- 17.10 – 17.40
RESEARCH TO INNOVATION: A VIEW ON HORIZON2020
C. Iacono – *Warrant Group srl, Italy*

17.40 – 18.30
Time allowed for debating and face-to-face meetings

Evening

Social Dinner

FRIDAY, MAY 30, 2014

SESSION 4 OPPORTUNITIES FOR BIOPOLYESTERS IN PACKAGING APPLICATIONS

Chairs: L. Incarnato – M. Sachet

- 9.30 – 9.50
BIOPOLYESTERS FOR PACKAGING – THE LIMITS TO GROWTH
L. Bueren¹, I. Johnson², A. Stefs²
¹*ipl International Packaging Institute, Switzerland*
²*Club of Rome, Switzerland*
- 9.50 – 10.10
DEVELOPMENT OF TRAYS FOR HOT FOOD PACKAGING FORM FOAMED CELLULOSE ACETATE FILMS
S. Kabasci¹, S. Zepnik¹, S. Hendriks², C. Hopmann²
¹*Fraunhofer UMSICHT, Germany*
²*RWTH Aachen University, Germany*
- 10.10 – 10.30
DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE FOOD PACKAGING UNDER THE SUSFOFLEX PROJECT
G. Spoleno¹, G. Morales Gid², E. Jubete³, N. Juste⁴, C. Rocha⁵, U. Pérez de Larraya⁶, S. Saner⁷, A. Kukovecz⁸, G. Toth⁹
¹*Università Cattolica del Sacro Cuore, Italy*
²*Andaltec Centro Tecnológico del Plástico, Spain*
³*IKACIDETEC, Spain*
⁴*Anecoop. S. Coop., Spain*
⁵*REQUIMITE, Portugal*
⁶*Cemitec Centro Multidisciplinar de Tecnologías para la Industria, Spain*
⁷*Kalite System Grubu, Turkey*
⁸*University of Szeged, Hungary*
⁹*University of Oulu, Finland*

Under the patronage of

NIPPON GOHSEI

- 10.30 – 10.50
ENGINEERED SUSTAINABILITY – APPLICATIONS AND POSSIBILITIES FOR BIOBASED MATERIALS
C. Michels, B. Cutugno – *Fkur Kunststoff GmbH, Germany*
- 10.50 – 11.10
BIOPOLYESTERS: A CASE STUDY OF BIOECONOMY IN ITALY
C. Garaffa – *Novamont SpA, Italy*

11.10 – 11.40
Coffee break

- 11.40 – 12.00
DEVELOPMENT OF AN ACTIVE PLA-BASED SYSTEM SUITABLE FOR BIODEGRADABLE PACKAGING
L. Di Maio, P. Scarfato, E. Avalone, M.R. Galdi, L. Incarnato – *University of Salerno, Italy*
- 12.00 – 12.20
FULLY BIODEGRADABLE, FLEXIBLE, GAS BARRIER PACKAGING BY CO-EXTRUSION OR SOLUTION COATING” “NICHIGO G-POLYMER”
K. Inoue¹, D. De Angelis²
¹*Nippon Gohsei, Japan*
²*Nippon Gohsei Europe GmbH, Germany*

- 12.20 – 12.40
POLY(LACTIC ACID)/POLY(BUTYLENE SUCCINATE) BLEND FILMS WITH LIGHT RESPONSE TO TEMPERATURE
A. Pucci¹, S. Bronco², F. Signori², G. Ruggeri¹, R. Bizzarri³, F. Ciardelli^{1,2,4}
¹*University of Pisa, Italy*
²*Consiglio Nazionale delle Ricerche PCF-CNR, Italy*
³*NEST, Scuola Normale Superiore and NANO-CNR, Italy*
⁴*SPIN-PET srl, Italy*

- 12.40 – 13.00
NEW INEGO™ PLA GRADES DEVELOPED TO IMPROVE FINISHED PRODUCT PERFORMANCE
F. Di Marcotullio – *NatureWorks LLC, Italy*

13.00 – 14.30
Lunch

- 14.30 – 15.00
BIOPOLYESTERS: SAFETY ASSESSMENT AS FOOD CONTACT MATERIALS
M.R. Milana¹, E. Barthélémy²
¹*Istituto Superiore di Sanità, Italy*
²*European Food Safety Authority (EFSA)*

SESSION 5 – TECHNOLOGIES FOR THE PRODUCTION OF BIOPOLYESTERS

Chair: U. Probst

- 15.00 – 15.20
AVOIDING THE “PLATE vs. PLASTIC” CONTROVERSY BY BIOPOLYESTER PRODUCTION BASED ON INDUSTRIAL SURPLUS STREAMS
M. Kollet^{1,2}, H. Schnitzer^{1,3}, M. Narodoslawsky^{1,3}, G. Braunegg²
¹*University of Graz, Austria*
²*ARENA – Association for Resource Efficient and Sustainable Technologies, Austria*
³*Graz University of Technology, Austria*
- 15.20 – 15.40
POLYHYDROXYALKANOATES PRODUCTION FROM OLIVE OIL MILL WASTEWATERS IN A MULTI-STAGE PROCESS INVOLVING MIXED MICROBIAL CULTURES
M. Villano, S. Campanari, G. Buratta, M. Majone – *Sapienza University of Rome, Italy*
- 15.40 – 16.00
THIN WALL POLYLACTIC ACID (PLA) PACKAGING PRODUCED BY INJECTION COMPRESSION MOLDING
P. Larsson¹, N. Prakymoramas, D. Thanomjitir – *National Metal and Materials Technology Center (MTEC), Thailand*
- 16.00 – 16.20
POLYMERIC MATERIALS AND PLASTICS FROM RENEWABLE SOURCES & FOSSIL FUEL FEEDSTOCK: PROS & CONS
E. Chiellini – *University of Pisa and INSTM Consortium, Italy*
- 16.20 – 16.40
BIODEGRADABLE AND COMPOSTABLE PACKAGING: ITALIAN SCENARIO
M. Sachet – *Istituto Italiano Imballaggio, Italy*
- 16.40
Closing remarks

Under the patronage of

Arriveremo a usare anche il corpo '2'?

di Argia Fanelli

Versioni multilingua, obblighi di legge, istruzioni e avvertenze, consigli e ricette, informazioni nutrizionali, concorsi, ecc: emergenza etichetta, fra il troppo e il poco

Salute, nutrizione, ambiente sono le tre priorità che richiedono sempre di più informazioni chiare e leggibili sul packaging ma avvisi, istruzioni e spiegazioni ai consumatori servono veramente? L'elevata frequenza d'uso, insieme alla quantità, non sortiscono forse l'effetto di assuefare e di mancare l'obiettivo? Tanto vale non pubblicarle? Abbiamo rivolto quattro domande chiave a Mara Colla, presidente di Confconsumatori, e a Cristiano Mau-

ri, client manager di CBA Italy, specializzata anche in packaging design.

Istruzioni e avvisi: servono agli uffici legali o ai consumatori?

Confconsumatori

Più ai produttori, forse, se si considera la scarsità di tempo che, quasi sempre, i consumatori dedicano alla valutazione degli acquisti, specie se di prima necessità. Per dare un'idea il progetto di ricerca Flabel (Food Labelling to Advance Better Education for Life) stima che mediamente i consumatori in Europa dedichino alla lettura delle etichette dei prodotti alimentari dai 25 ai 100 millisecondi. A ciò si aggiunge la conoscenza superficiale da parte della stragrande maggioranza degli acquirenti di tutte quelle nozioni tecnico-scientifiche indispensabili per interpretare le fitte informazioni in etichetta o sulla confezione. Dunque le informazioni stampate sul pack, se redatte in modo chiaro e conciso, sono importanti perché permettono al consumatore di comprendere aspetti fondamentali del prodotto, che si possono ripercuotere anche sulla salute dello stesso, ammesso che si prenda il tempo per leggerle.

CBA Italy

Servono innanzitutto ai consumatori. Più le informazioni sono complete e attendibili più



Mara Colla
presidente di
Confconsumatori.



l'etichetta diventa uno strumento in grado di orientare le scelte. Pensiamo ai prodotti alimentari: la tabella nutrizionale, la tracciabilità o gli allergeni sono argomenti sensibili per un vasto numero di assidui lettori. I consumatori si fidano delle etichette e i prodotti che rispondono ai loro bisogni vengono premiati. Quindi informare è un'opportunità per le marche prima ancora che una tutela per gli uffici legali.

I consumatori le leggono e le usano?

Confconsumatori

Come dicevo, il tempo mediamente dedicato alla scelta degli alimenti di uso quotidiano è molto breve, specie per chi ha lavoro e famiglia e può dedicare meno tempo alla spesa. Per prodotti diversi (tecnologia, elettrodomestici) il consumatore è più attento, ma non sempre in grado di elaborare le tante informazioni presenti sulla confezione. Sicuramente le indicazioni che riguardano la salute destano maggiore attenzione, ma la composizione e il luogo di produzione del prodotto restano troppo spesso ignorati. Va detto anche, però, che, nonostante la crisi economica, visti i numerosi scandali nel settore alimentare, è in crescita il numero di cittadini sensibilizzati che preferiscono premiare la trasparenza delle etichette e della lavorazione del prodotto, piuttosto che lasciarsi guidare dal prezzo più conveniente.

CBA Italy

Oggi si sa che l'etichetta è un media affidabile e controllato. L'attenzione all'etichetta è uno degli aspetti di una tendenza più ampia che vede le persone sempre più consapevoli e critiche rispetto ai prodotti industriali. I bisogni, i desi-



deri, i dubbi, la curiosità, trovano risposta nei testi della confezione che vengono letti scrupolosamente. Di certo non tutti: si legge solo quello che interessa.

Come fare per renderle più efficaci, se lo spazio non può aumentare?

Confconsumatori

La tecnologia, in questo settore, fa passi da gigante. Ne sanno qualcosa i giovani studenti che hanno partecipato al concorso "Confood, Compra qualità e risparmia in casa", che Confconsumatori ha promosso nei mesi scorsi insieme ad importanti partner istituzionali e aziende di marca. La sfida era aiutare il consumatore a riconoscere la qualità e a spendere meno in casa: in molti hanno proposto di lavorare sulle etichette, suggerendo elementi grafici, giocando sull'utilizzo

dei colori o studiando l'inserimento di Qrcode collegati ad App che offrano al consumatore

più informazioni o la possibilità di confrontare tra loro i prodotti. Certamente, però, resta prioritario ciò che compare sulla confezione e, se lo spazio è

poco, occorre che vengano messe



cba
designing brands with heart



in risalto eventuali controindicazioni se le informazioni riguardano la salute.

CBA Italy

Selezionando le informazioni più rilevanti: la prolissità è la minaccia principale, che rende invisibili le informazioni più importanti. Spesso lo spazio ridotto porta a strizzare tutto. È più utile invece dare a quello che importa la giusta visibilità con il coraggio di eliminare il superfluo. Ufficio legale permettendo...

Quali altri luoghi, occasioni o modalità ritenete idonei per aumentare o rendere realmente efficaci le informazioni sui prodotti?

Confconsumatori

Confconsumatori agisce su due fronti: da un lato la formazione continua attraverso incontri o progetti specifici in cui l'associazione cerca di migliorare la consapevolezza dei consumatori; dall'altro lato l'azione di sensibilizzazione delle Istituzioni, delle aziende e dei distributori. Si pensi al caso dello scandalo

della carne equina non dichiarata e contenuta in alcuni prodotti commercializzati in Italia e in Europa. Dopo aver chiesto e ottenuto il ritiro dagli scaffali e la dichiarazione di tutti i prodotti interessati dalla presenza di carne equina tra gli ingredienti, Confconsumatori ha chiesto chiarimenti ai responsabili della Grande Distribuzione Organizzata e ha sollecitato presso le Istituzioni un'implementazione della legislazione vigente che assicuri la piena conoscenza dell'origine dei prodotti, con particolare riferimento alla gastronomia trasformata.

CBA Italy

L'accesso alle fonti di informazione, grazie alla diffusione di Internet e degli smartphone, è cresciuto esponenzialmente negli ultimi anni ed è cambiato l'atteggiamento dei consumatori. Leggono, si confrontano, giudicano. La rete offre naturalmente ampi spazi per amplificare l'esperienza del prodotto e le marche possono sfruttarla per parlare in un tono meno freddo e sintetico, influenzando le opinioni e rafforzando il legame con i propri target. ■

Il primo manifesto anti-spreco

di Elsa Riva

La comunicazione costruita nei contenuti e nelle forme da clienti reali e potenziali di U2 attraverso un tazeobao prima virtuale e poi reale

Dallo scorso 17 marzo è attiva la nuova campagna pubblicitaria della catena U2 Il Supermercato Controcorrente dedicata al tema dello spreco; il claim 'È' Stupido Sprecare' è un invito a considerare che ogni giorno ci sono numerose occasioni per evitare sprechi, dal pane al tempo, fino alle emozioni. Il taglio della comunicazione non è assertivo, prescrittivo, non vuole comunicare cosa è giusto o non giusto fare. Si parte dal presupposto che oggi ognuno abbia preso coscienza del fatto che sprecare sia sbagliato, non solo perché è un comportamento etichettato come non etico dalla società, ma soprattutto perché controproducente. Ecco allora la domanda ai clienti e ai cittadini: 'per te, cosa è stupido sprecare?' Alcune testimonianze dei riscontri ricevuti sono stati raccolti in un video visibile sul canale ufficiale

le YouTube di U2 Supermercato. L'obiettivo è instaurare un dialogo con i clienti e insieme individuare opportunità concrete che derivano dalla riduzione degli sprechi. Al fine di incentivare il confronto con le idee espresse, la campagna prevede un coinvolgimento e uno sviluppo online, cuore dell'attività. Sul sito internet www.stupidosprecare.it ognuno è invitato a indicare cosa ritiene stupido sprecare e tutti i media previsti, sia on line sia tradizionali, promuovono tale invito. Un rombo colorato fa da contenitore ai messaggi che gli utenti possono postare per esprimere il proprio pensiero. L'insieme dei rombi e dei messaggi costituirà il primo manifesto antispreco U2 in rete. Il tema sarà in un secondo tempo trasposto anche all'interno dei punti di vendita, dove verranno esposti lungo le corsie dei supermercati alcuni dei rombi postati proprio dagli utenti. ■



*Uno degli elementi
della campagna
ideata da Melismelis.*



Come raccontare la prevenzione

di Elena Consonni

Scelta dell'imballaggio, modalità produttiva, logistica e refrigerazione al consumo sono gli assi portanti della sostenibilità ambientale per Red Bull comunicati in modo semplice e visuale

Può la sostenibilità ambientale diventare un messaggio accattivante? Sì, se si utilizzano il linguaggio e il mezzo opportuni. Così ha fatto Red Bull, con la sua pagina web dedicata (<http://energydrink-it.redbull.com/ciclo-di-vita>) che racconta con poche sintetiche frasi e disegni efficaci il ciclo di vita delle lattine e la propria politica di controllo dell'impatto ambientale.

Unico formato

Rispetto ad altre aziende del settore beverage, Red Bull è sul mercato con un unico tipo di confezione: la lattina da 20 cc. Non si tratta

di una scelta tecnico-commerciale o frutto di sole valutazioni di marketing, ma sono state valutate le ricadute positive sull'impatto ambientale. La lattina in alluminio è leggera (quelle attualmente utilizzate per la bibita energetica pesano il 60% in meno di un decennio fa) e riciclabile.

Inoltre, essendo compatta, secondo i calcoli dell'azienda occupa il 40% di spazio in meno di una bottiglia in vetro di pari capacità e il 30% di una in Pet, con conseguente risparmio in termini di trasporto.

Pack a km zero

Quanto all'organizzazione produttiva, la

Il riciclaggio di una lattina richiede il 95% di energia in meno rispetto alla produzione di una nuova lattina.



La produzione con il sistema "wall-to-wall" permette di risparmiare più di 5.313 tonnellate di CO₂ ogni anno.



Il trasporto intelligente produce minori emissioni di CO₂ red bull energy drink arriva a destinazione soprattutto via rotaia o nave.





bevanda energetica segue il principio del wall-to-wall: in pratica le lattine sono fabbricate e riempite nello stesso impianto, evitando chilometri di trasporto dei contenitori vuoti all'impianto di riempimento. Considerando che si tratta di circa due miliardi di lattine all'anno, l'azienda calcola che la produzione con il sistema wall-to-wall permetta di risparmiare più di 5.313 tonnellate di CO₂ ogni anno. La concentrazione della produzione in un unico stabilimento in Europa Centrale consente di investire sull'efficienza delle tecnologie impiegate, che riducono i consumi di risorse. L'80% dell'energia utilizzata nello stabilimento deriva da fonti rinnovabili.

Dallo stabilimento al mondo

Tutte le spedizioni, verso i 160 mercati in cui Red Bull è distribuita, vengono eseguite prediligendo, quando possibile, il mare o le rotaie. Il trasporto su gomma viene impiegato quando non sono praticabili altri sistemi più puliti. L'impegno dell'azienda per la sostenibilità ambientale non termina con la consegna al cliente: Red Bull è una bibita che si consuma fredda e spesso il punto di acquisto coincide con quello di consumo. Per questo motivo



sono stati progettati per i punti di vendita dei frigoriferi a basso impatto ambientale, denominati Eco Cooler, che consumano il 45% di energia in meno rispetto a quelli tradizionali e impiegano refrigeranti naturali. Attualmente sono stati installati oltre 313.000 Eco Cooler nel mondo, oltre un terzo dell'intera flotta di frigoriferi Red Bull e l'azienda è impegnata a distribuirne altri in futuro, dove le infrastrutture locali lo permettano. Infine, la sottile e conduttiva parete di alluminio permette di raffreddare più rapidamente di qualsiasi altro materiale d'imballaggio, richiedendo meno consumo energetico e comunicando subito se la bevanda è fresca al punto giusto. ■

Forma e peso perfetti. **La lattina è il contenitore ideale da trasportare.**

Le bottiglie di vetro occupano
il 40% di spazio in più
Le bottiglie in PET occupano
il 30% di spazio in più



Red Bull ha già installato 313.00 Eco Cooler al posto dei normali frigoriferi.





Slim & light technologies

Sleeve PET su PET, Roll Feed, Dual Label e Digital Printing sono le nostre soluzioni per un'etichettatura sostenibile, per chi vuole ridurre gli sfridi, ottimizzare il layout, risparmiare sugli impianti, offrire contenitori sempre più monomateriali



Differenziate al volo

di Argia Fanelli

Nei brevi e veloci transiti all'aeroporto si generano montagne di rifiuti: prevenzione e gestione in un nuovo progetto a Bergamo

Sacbo, la società che gestisce l'aeroporto Caravaggio di Bergamo e i consorzi Cial, Comieco e Corepla hanno siglato a marzo scorso un accordo per migliorare la raccolta differenziata già attiva all'interno dello scalo. Il progetto punta a definire la composizione e la qualità dei rifiuti prodotti nelle diverse aree, e di conseguenza ad ottimizzare i costi di gestione e il corretto recupero innalzando la quota dei rifiuti valorizzabili.

In particolare, i tre Consorzi si sono offerti di definire un Protocollo di Analisi funzionale alla caratterizzazione dei flussi e della qualità dei rifiuti prodotti. All'interno dell'aeroporto verranno condotte una serie di verifiche per individuare l'organizzazione dei contenitori per la raccolta dei rifiuti; analisi merceologiche per ognuno dei flussi di rifiuti prodotti; interviste a gestori e addetti al servizio di gestione dei rifiuti per individuare abitudini e criticità e determinare una sorta di decalogo di buone pratiche per una corretta differenziazione. Successivamente, sulla base dei



risultati delle analisi effettuate, Sacbo, Cial, Comieco e Corepla individueranno le migliori soluzioni per ottimizzare il conferimento.

I dati raccolti serviranno, quindi, a definire le linee guida e i criteri da applicare per la gestione interna dei servizi e per la comunicazione interna all'utenza.

Dal progetto sviluppato si otterrà un case study da poter applicare in contesti analoghi per dimensioni e flussi di visitatori e personale. Il Caravaggio è il 4° scalo italiano per movimento passeggeri (9 milioni) e il terzo per unità di traffico. Soltanto nell'area dei controlli, si stima che se il 5% deve privarsi di un prodotto ai controlli di sicurezza, si generano 450mila gesti di abbandono di prodotto che diventa rifiuto. Attribuendo a ciascun gesto 200 grammi circa, il quantitativo arriva a 90 tonnellate. Di queste una parte è recuperabile come prodotto integro (auspicabile l'attivazione di una onlus), mentre il resto è destinato all'indifferenziato (auspicabile una pratica di svuotamento e separazione). ■



L'obiettivo di un obiettivo? Porsi le domande giuste

di Luca Maria De Nardo

Non ha risposte e se le sue immagini hanno un effetto denuncia, va bene così. Ma per Rosanna Maiolino la fotografia è riflessione: della realtà e del pensiero

In uno dei suoi Pensieri, il filosofo Pascal sosteneva che "c'è abbastanza luce per chi desidera vedere e abbastanza oscurità per chi ha disposizione contraria": Rosanna Maiolino, fotografa di still life, fotografia pubblicitaria, natura e ambiente, usa l'obiettivo non per catturare, ma per vedere. Conosce la filosofia, si è laureata in questo campo ma

poi ha seguito i corsi dell'Istituto Italiano di Fotografia di Milano. "Svolgo frequenti ricerche artistiche senza commissione - confessa - Possiamo dire che in questi momenti della professione il mio obiettivo non ha obiettivo ma vuol essere obiettivo: giochi di parole a parte, voglio dire che c'è qualche cosa che mi attira in determinate situazioni spontanee



Rosanna Maiolino



XXIst Century Beach



della natura e dell'ambiente antropizzato, a volte stravolto dall'uomo. Una volta colta l'immagine, scopro lentamente cosa potrebbe significare. Per esempio, se guardate una delle ultime ricerche, '21st century beach', trovate una galleria di oggetti spiaggiati: dal packaging ai galleggianti delle reti, dalle scarpe ai fiori di plastica. Non li ho modificati, non ho creato un set, sono dei veri 'ready made': ho atteso la luce radente e ho ritratto. Il senso? A fine campagna, ho percepito che oramai questi rifiuti fanno parte del paesaggio, sono presenze accettate da noi: lo so, è una considerazione amara, ma necessaria per capire come mai vi siano quegli oggetti là dove non

dovrebbero essere. Se poi questa campagna ha un effetto denuncia, va bene. Io non volevo fare il reportage della spazzatura, soltanto fermarmi a riflettere."

Overpackaging

Dall'analisi del reale e dall'applicazione di questo metodo della 'constatazione' era nata anche una ricerca senza 'commissione': 'Measure for Measure – daily food daily garbage', che ha poi suscitato l'interesse della Commissione Europea, e di recente dell'ente fieristico Simeì, relativa al peso del packaging nel largo consumo: in un dittico, Maiolino ritrae a destra, per esempio, una prima colazione com-

XXIst Century Beach

pleta e pronta, mentre mostra a sinistra tutti i packaging vuoti che contenevano gli alimenti necessari per prepararla. Ha usato i criteri dell'enfasi al particolare e dell'antitesi. L'effetto è forte, visualizza accumuli di alimenti e cumuli di materiali vuoti, quasi sempre di volume maggiore di quello degli alimenti.

Contenuti

Contraria al packaging? "Per quanto mi riguarda, da qualche anno, dopo l'esperimento di "Measure for Measure", ho adottato uno stile di consumo alternativo: mi interessa il contenuto, e quindi la mia attenzione è polarizzata dall'origine, dal processo produttivo e, nel caso del cibo, anche dalla vera qualità degli ingredienti e dal valore nutrizionale e organolettico del prodotto: tutti aspetti che il packaging non coglie, o meglio dissimula, nasconde, dimentica, come un meta-linguaggio che tende a non comunicare ciò che mi interessa. Quando individuo un prodotto che risponde ai miei interessi di consumo, allora scatta l'analisi del packaging. Ed è in questa fase che, il più delle volte, non ne comprendo

la necessità." Tuttavia, non ricorrervi sarebbe anacronistico..." Certo - ammette la fotografa - ma non è sempre necessario: per esempio i GAS, i gruppi di acquisto solidale, sono una realtà che da anni sperimenta la possibilità di acquisto, direttamente dal produttore, che non richiede il packaging nelle forme, nelle quantità e nei materiali necessari al processo distributivo moderno: la qualità è superiore a quella del circuito distributivo classico e i prezzi sono inferiori. Per quanto riguarda i prodotti alimentari, lasciamo per un attimo da parte l'aspetto etico del valore differente riconosciuto al produttore, aspetto che è comunque una delle motivazioni alla base del costituirsi di un GAS, così come il sostegno di produttori nel campo del biologico: guardando soltanto all'aspetto economico e qualitativo non c'è obiettivamente paragone... cosa vuol dire? Il packaging costa, ovvio, e molto spesso mortifica i prodotti freschi."

E la GDO?

La distribuzione moderna potrebbe fare quindi un passo indietro? "Io credo di sì, ma



Measure for Measure
- healthy breakfast



Eco Equo

non solo questa parte della filiera - precisa la Maiolino - Se risaliamo la catena, le responsabilità sono per tutti: la direttiva europea sui rifiuti chiedeva di dimostrare la riduzione, la prevenzione, la eco-compatibilità del packaging per i nuovi prodotti: chi controlla? Chi certifica che ciò sia avvenuto e avvenga? Nessuno, mi pare. Una disposizione andata a vuoto, che rischia di andare in prescrizione." Nel frattempo Rosanna Maiolino continua le sue ricerche: la prossima in uscita, imminente, è dedicata al tema Bio-non-Eco. "Mi sono domandata il perché di una totale mancanza di coerenza di una parte importante dei produttori di biologico: investimenti sul prodotto, creazione di un mercato, di una fiducia nel consumatore e poi il packaging è quello dei prodotti tradizionali, a volte anche peggiore... paradossalmente si può oggi osservare che investe di più sull'eco-compatibilità e sulla riduzione del packaging una grande marca italiana internazionale dei cereali e derivati, di alcuni produttori e distributori del settore bio, anch'essi di livello nazionale. Non darò ri-



Bio non Eco

sposte con le mie foto, ma ne cercherò... forse ai consumatori di biologico non gliene importa nulla? Se così fosse dovremmo dare ragione a quanti sostengono che il biologico è solo moda stabile messa a punto per un'élite, più attenta alla propria salute che all'ambiente, aggiungerei... ma spero di no, da parte mia provo a gettare un sasso nello stagno..." ■

Sostegni all'efficienza

All'esame delle Camere il disegno di legge su politica, norme e finanziamenti in tema di ottimizzazione energetica, un impegno al quale è chiamata anche l'industria del settore

Lo scorso 4 aprile il Consiglio dei Ministri ha approvato in prima lettura il decreto di recepimento della direttiva europea 2012/27 UE sull'Efficienza Energetica.

Lo schema del decreto introduce un set di nuove misure finalizzate a promuovere l'efficienza energetica nella pubblica amministrazione centrale, nell'edilizia pubblica e privata, nei processi produttivi, nei sistemi di produzione, trasmissione e distribuzione di energia e nel settore domestico, per conseguire l'obiettivo di riduzione dei consumi di energia al 2020 già fissato dalla Strategia Energetica Nazionale-SEN.

"Consumare meno e meglio: un'economia più efficiente sotto il profilo energetico è la chiave di volta per rilanciare la crescita economica e favorire la creazione di nuovi posti di lavoro connessi alla diffusione di soluzioni tecnologiche innovative – ha commentato il ministro dello Sviluppo Economico, Federica Guidi. - Il Governo mette a disposizione quasi 800 milioni di euro dal 2014 al 2020 per promuovere l'efficienza energetica. Sono inoltre previste - conclude il ministro - iniziative che mirano ad accrescere la consapevolezza dei consumi energetici tra le famiglie."

"La sfida dell'efficienza energetica – ha sottolineato il ministro dell'Ambiente Gianluca Galletti - può rappresentare un volano per la ripartenza del Paese, perché innescherà lavoro e quindi sviluppo sia nel pubblico che nel privato nell'ambito della Green Economy. Otterremo così, in prospettiva, un rilevante risparmio sia ambientale, in termini di minori emissioni di gas serra e polveri sottili, sia eco-



nomico grazie al minore consumo di energia."

Il target di riduzione dei consumi di energia al 2020, già fissato dalla SEN, viene oggi aggiornato con nuove misure: interventi annuali di riqualificazione energetica sugli immobili della pubblica amministrazione; la previsione dell'obbligo per le grandi imprese e le imprese energivore di eseguire diagnosi di efficienza energetica; l'istituzione di un Fondo Nazionale per l'efficienza energetica per la concessione di garanzie o l'erogazione di finanziamenti, al fine di favorire interventi di riqualificazione energetica della PA, l'efficienza energetica negli edifici residenziali e popolari e la riduzione dei consumi di energia nell'industria e nei servizi. ■

*Il ministro dello
Sviluppo Economico
Federica Guidi.*

Un uovo salverà il mondo?

di Elena Consonni

Un barbecue in materiale refrattario studiato dalla NASA ha una coibentazione molto elevata

Anche i meno abili ai fornelli avranno, almeno una volta nella vita, cucinato un uovo, ma quanti hanno mai pensato che è possibile cuocere in un uovo? Alla forma del guscio d'uovo, uno dei packaging più efficaci creati dalla natura, ha pensato di ispirarsi la statunitense Big Green Egg, per creare uno strumento per la cottura all'aria aperta, pratica tanto cara agli americani. Questa evoluzione del barbecue è realizzata in un materiale refrattario, inizialmente studiato dalla Nasa per i viaggi spaziali, ed è costituita da due parti: quella inferiore, dotata di una presa d'aria, in cui viene posto il carbone (il combustibile) e quella superiore,



la camera di cottura chiusa in cui viene posto l'alimento, con uno sfiatatoio che permette l'uscita dell'aria calda. Poiché le due parti sono ermeticamente chiuse, è possibile utilizzare Big Green Egg anche sotto la pioggia e, scegliendo la misura giusta, optare per la taglia più adatta alle proprie esigenze di cottura e spazio.

Insomma in uno scenario da 'day after', senza più carburante, né elettricità ed esposti alla furia degli elementi, a salvarci sarà un semplice guscio d'uovo! Peccato che il costo non sia proprio accessibile: anche le versioni più piccole, da balcone, superano i 600 euro. ■

Fotovoltaico italiano: nuova era, nuovi modelli

di Maria Luisa Doldi

Senza incentivi cambia l'approccio, ma il concetto 'energia dal sole' rimane valido e si rafforza

Anche il 2013 è stato un anno di grazia: nonostante guerre annunciate e crisi energetiche sempre imminenti, il sole ha continuato a brillare e per l'Italia ha prodotto ben il 7% dell'energia elet-

trica consumata a livello nazionale. Questo è avvenuto grazie agli oltre 550mila impianti fotovoltaici pari una potenza installata di 17,9 GW. Le previsioni indicano che, sebbene con ritmi più tranquilli di quelli registrati nel 2011-2012, il fotovoltaico nazionale continuerà a crescere: di 1GW nel 2014, secondo le proiezioni dell'ultimo Solar Energy Report presentato di recente dall'Energy & Strategy Group del Politecnico di Milano.

Cambiano i riferimenti

Tuttavia siamo a un sostanziale cambio strutturale del mercato: nell'ultimo anno il settore ha visto la fine degli incentivi e deve ora affrontare il necessario emergere di un mercato in grid parity. Si tratta di mutamenti fondamentali sia per l'offerta, sia per le utenze; due sono particolarmente importanti.

Innanzitutto emerge la necessità di un nuovo criterio nel considerare i servizi cosiddetti O&M (Operational and Maintenance) che, in assenza di incentivi, divengono vitali per un buon ritorno di investimento. La gestione richiederà più attenzione di quanto non gliene sia stata riservata fino ad ora: diventa essenziale non solo la manutenzione ordinaria, ma anche migliorare la qualità e la resa, oltre ad assicurare una competenza elevata nella gestione del fine vita dei moduli.

Arrivano i SEU

In secondo luogo, diventa sempre più van-



Vittorio Chiesa, direttore di Energy & Strategy Group, ha presentato la sesta edizione del Solar Energy Report al Politecnico di Milano lo scorso 10 aprile.



taggioso sfruttare al massimo l'autoconsumo dell'energia prodotta che, essendo per ora esente dai costi che invece pesano sull'energia acquistata tradizionalmente, ovvero di trasporto e dispacciamento, raggiunge un prezzo competitivo e permette un ritorno più veloce dell'investimento.

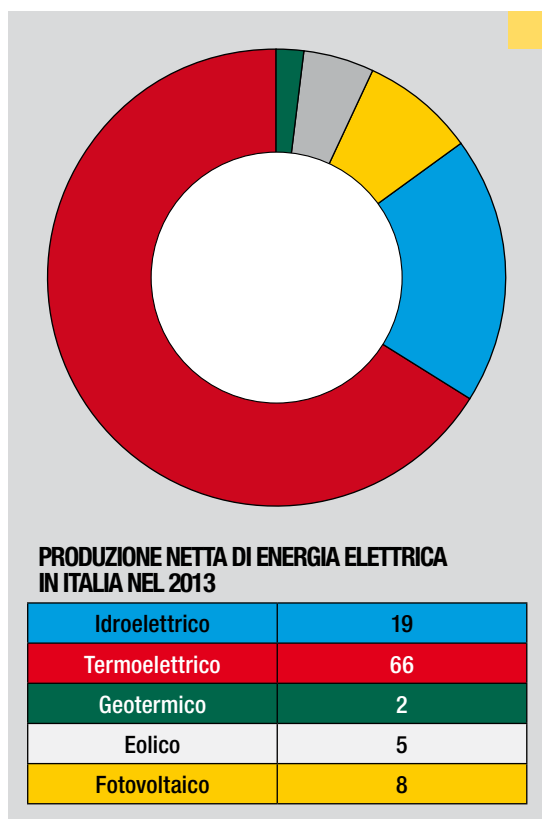
Per favorire l'autoconsumo nel 2013 è anche stato approvato il modello SEU (Sistemi Efficienti di Utente) in cui proprietario dell'impianto e fruitore dell'energia possono essere due entità diverse. Tale modello massimizza l'autoconsumo, creando la possibilità per il cliente finale di vedersi corrisposto un risparmio sull'energia elettrica consumata, ma ad investimento nullo. Per il proprietario dell'impianto, il SEU crea invece la possibilità di una vendita diretta dell'energia elettrica a un prezzo concordato. Questa sembra essere dunque la via di affermazione del fotovoltaico in Italia nell'era post incentivo: la logica dell'autoconsumo, che viene da oggi favorita da un abbassamento dei prezzi della tecnologia e dall'attuale esenzione da oneri di sistema.

La grid parity

In energetica, la grid parity (parità di rete, nel senso dei costi a confronto) è il punto in

DOVE SI ESPANDE, MENO SI SPENDE

A fine 2013, la ripartizione regionale della potenza installata vede la Puglia in testa alla classifica, con 2,5 GW (14%) circa seguita dalla Lombardia (11%) con 2 GW e dall'Emilia Romagna (10%) con 1,9 GW circa. Sopra il GW seguono Veneto, Piemonte, Sicilia, Lazio e Marche, sotto 1 GW tutte le altre regioni italiane. Rispetto ai valori di installato nel solo 2013, l'Emilia Romagna guida la classifica con il 16%, seguita dalla Lombardia e dal Veneto col 13% delle installazioni annuali.



cui l'energia elettrica prodotta a partire da fonti alternative ha lo stesso prezzo dell'energia tradizionale prodotta tramite fonti fossili. Secondo uno studio pubblicato a luglio 2013 dalla società di consulenza tedesca Eclareon, in molte situazioni italiane il fotovoltaico è già in grid parity, ovvero installare un impianto non incentivato è già più conveniente rispetto ad acquistare l'elettricità dalla rete. Questo avviene grazie anche al calo del costo degli impianti e ai prezzi dell'elettricità in bolletta piuttosto elevati. Non è tutto oro quel che luccica: la grid parity diventa tanto più reale quanto maggiore è l'autoconsumo e, ovviamente, se esso rimane esente dagli oneri di sistema legati all'utilizzo della rete e al dispacciamento dell'energia elettrica. In caso contrario la grid parity si allontanerebbe. Il problema fondamentale? Non abbiamo ancora una legislazione che chiaramente e definitivamente appoggi una vera transizione energetica. Nonostante il clima parli da sé! ■

La produzione elettrica netta italiana del 2013 è ammontata a 277.380 GW, di cui circa il 7,9% ascrivibili al fotovoltaico. Attenzione: nel termoelettrico è calcolata anche la bioenergia da impianti a biogas, non solo da impianti a gas tradizionali (Dati Terna).

Gas serra: riduzioni sì, ma...

di Maria Luisa Doldi

È fresco di stampa l'Inventario Nazionale delle Emissioni di Gas Serra in Atmosfera di ISPRA: non è tutto oro quello che luccica

Nell'ambito degli strumenti e delle politiche per fronteggiare i cambiamenti climatici, un ruolo fondamentale è svolto dal monitoraggio delle emissioni dei gas-serra che in Italia è l'ISPRA a registrare, su incarico del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare. Secondo l'inventario recentemente presentato, in Italia nel 2012 le emissioni totali, espresse in CO₂ equivalenti, sono diminuite del 5,4% rispetto all'anno precedente e dell'11,4% rispetto all'anno di riferimento (1990). In 22

anni il Paese avrebbe così emesso in aria 59 milioni di tonnellate di CO₂ in meno rispetto a uno scenario di non intervento. A fronte di un impegno nazionale di riduzione del 6,5% nel periodo 2008-2012, previsto dal Protocollo di Kyoto, l'Italia ha ancora un eccesso di 16.9 Mt CO₂ equivalenti per l'intero periodo. L'obiettivo di Kyoto, dunque, non è raggiunto, ma non è nemmeno troppo lontano e con uno sforzo limitato il Paese potrà arrivare al traguardo attraverso l'acquisto di crediti di carbonio, senza dover pagare sanzioni.



Fonte EU

Emissioni in riduzione

La riduzione delle emissioni ha, secondo ISPRA, una duplice causa: innanzitutto la congiuntura economica che, per via di una diminuzione dei consumi e delle produzioni, con eventuali delocalizzazioni di queste ultime, ha giocato a favore di una riduzione totale delle emissioni. Si tratta però di una situazione contingente. Qualora l'economia si riprendesse, questo andamento potrebbe invertire la rotta. D'altro canto si è registrata una diminuzione dovuta anche a misure senza via di ritorno, da ascrivere cioè a un maggior ricorso a fonti energetiche rinnovabili, e quindi neutre dal punto di vista delle emissioni di CO₂, ad una conseguente riduzione dell'utilizzo di fonti fossili e a tutte le misure di efficientamento nei processi, nei consumi e nell'utilizzo delle materie prime che il Sistema Paese e l'industria hanno messo in atto in questi anni: e questa è la notizia positiva dell'attuale inventario di ISPRA.



Energia e trasporti: da primato

Tra i diversi settori dell'economia, la produzione di energia da fonti fossili e i trasporti sono i più impattanti: essi, infatti, contribuiscono alla metà delle emissioni nazionali di gas climalteranti. Rispetto al 1990 le emissioni di gas serra del settore trasporti sono aumentate del 2,9%, a causa dell'incremento della mobilità di merci e passeggeri. Per il trasporto su strada, ad esempio, le percorrenze complessive (veicoli x km) per le merci sono aumentate del 37% e per il trasporto passeggeri del 18%. Per il secondo anno consecutivo, però, si è riscontrata quest'anno una riduzione delle percorrenze di merci e anche i consumi energetici del settore, dopo aver raggiunto un picco nel 2007, sono in riduzione. Nel settore energetico, nel 2012 le emissioni di CO₂ (di gran lunga il gas serra più importante) sono risultate inferiori dell'8,8% rispetto al livello del 1990: è un dato in linea con il contemporaneo aumento di produzione di energia rinnovabile o con il passaggio da prodotti petroliferi a gas naturale.

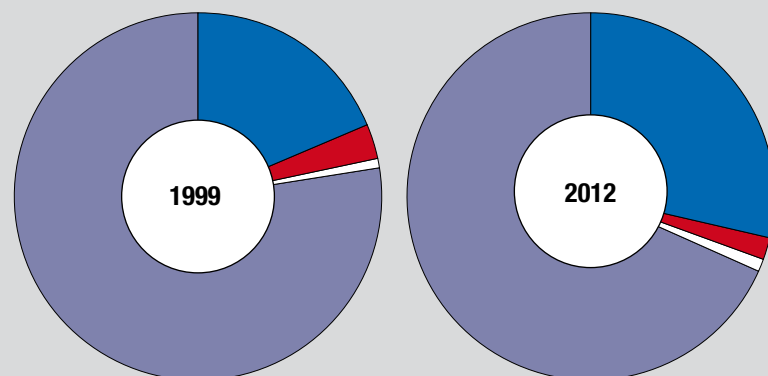
Più gas naturale

Le emissioni del settore dell'industria manifatturiera sono diminuite del 36,8% rispetto al 1990 prevalentemente grazie all'incremento nell'utilizzo del gas naturale in sostituzione dell'olio combustibile per produrre energia e calore, oltre a un calo della produzione. Per quel che riguarda il settore dei processi industriali, nel 2012 le emissioni sono diminuite



Fonte EU

EMISSIONI GAS SERRA IN CO₂ EQUIVALENTI



Trattamento acque	19	29
Incenerimento	3	1.5
Altro (compost)	0	0.4
Discarica	78	69

del 26,5% rispetto al 1990; tale andamento è determinato soprattutto dalla forte riduzione delle emissioni di N₂O (-96,5%) nel settore chimico, grazie all'adozione di tecnologie di abbattimento delle emissioni nella produzione dell'acido nitrico e acido adipico.

I vantaggi della differenziata

Il settore 'trattamento dei rifiuti' comprende lo smaltimento di rifiuti solidi in discarica, il trattamento delle acque reflue, l'incenerimento e altre tecnologie di minore impatto economico. A tutto il settore si attribuisce nel 2012 una delle quote minori delle emissioni totali di gas serra nazionali, ovvero il 3,5%, valore che si assestava a 3,79% nel 1990. Le emissioni sono dunque diminuite del 17,5% e, secondo il rapporto, sono destinate a diminuire ulteriormente nei prossimi anni per la riduzione dello smaltimento dei RSU in discarica, avvenuta attraverso il miglioramento dell'efficienza di captazione del biogas e per la minor quantità di materia organica biodegradabile in discarica grazie alla raccolta differenziata e al riciclo. ■



Cos'è COM.PACK

È il nuovo bimestrale di approfondimento dedicato alla sostenibilità compatibile delle tecnologie del packaging.

Il nostro pubblico

Si rivolge alle figure decisionali (packaging, purchasing, engineering, R&D, logistics, quality control, operations manager) dell'industria alimentare (alimenti freschi e conservati), bevande, detergenza casa e persona, cosmetici, farmaceutica, elettrodomestici ed elettronica di consumo, cartoleria e giocattoli, bricolage e giardinaggio, prodotti per la casa e l'auto.

Accanto all'area dei prodotti di consumo, COM.PACK comprende anche le principali aziende che producono e movimentano prodotti intermedi (materie prime, componentistica, semilavorati, prodotti zootecnici e per l'edilizia, ecc.).

Il profilo del pubblico di riferimento è completato dai principali operatori-utenti del packaging, quali le società di servizi logistici e della ristorazione commerciale e collettiva, le catene della distribuzione moderna al dettaglio e all'ingrosso dei settori alimentare e non alimentare; tra i fornitori di servizi si annoverano agenzie di progettazione (industrial e graphic designer), docenti, analisti, ricercatori e progettisti presso università, centri di ricerca pubblici e privati, laboratori accreditati, associazioni, consorzi e istituti specializzati.

Infine, per completezza del progetto editoriale, COM.PACK ha scelto di coinvolgere le più importanti realtà e figure decisionali degli assessorati ambiente, territorio e attività produttive di comuni, province e regioni, le stazioni di committenza, le più importanti municipalizzate e un numero selezionato di energy manager.

I temi di COM.PACK

Dal dialogo con questi lettori e con i fornitori di materiali, imballaggi e sistemi automatici, COM.PACK elabora analisi, idee e spunti di riflessione per gestire in chiave sostenibile processi e soluzioni per il confezionamento. I temi chiave sono: ridurre pesi e volumi dei materiali, evitare sfridi di produzione, ottimizzare le linee di processo e confezionamento per consumi energetici e cambi formato, realizzare materiali, forme e formati che agevolino la distribuzione e il recupero, ridurre il consumo energetico in fase di trasporto e stoccaggio, allungare la shelf-life per non generare prodotti in scadenza, aiutare il consumatore a gestire i rifiuti da imballaggio, permettere agli operatori intermedi il riutilizzo degli imballaggi da trasporto.

Inoltre la sezione TRE - Trattamento - Rifiuti - Energia è dedicata a processi e tecnologie che consentono di prevenire e gestire le emissioni lungo tutta la filiera del packaging e di recuperare, sotto forma di materie prime per l'imballaggio e di energia per i processi, gli sfridi e i rifiuti connessi sia al packaging sia ai processi industriali.

COM.PACK

Sostenibilità compatibile

Rivista bimestrale indipendente di packaging
Maggio - Giugno 2014 - Anno IV - n. 14
Periodico iscritto al Registro del Tribunale
di Milano - Italia
n. 455/14 settembre 2011
Codice ISSN 2240 - 0699

Proprietà

Elledi srl, Via Fatebenesorelle 18/A
20121 Milano - Italia

Direttore responsabile

Luca Maria De Nardo
editor@packagingobserver.com

Progetto grafico

Daniele Arnaldi, Gianpiero Berteà

Redazione

Via G. Montemartini 4-20139 Milano - Italia
info@packagingobserver.com

Pubblicità

advertising@elledi.info
Fax 02 92876885
+39.348.450.31.46 +39.338.30.75.222

Editore

Elledi srl
Via Fatebenesorelle 18/A
20121 Milano - Italia
Iscritto al ROC n. 21602 dal 29/09/2011

Hanno collaborato a questo numero:

Elena Consonni, Luca Maria De Nardo,
Cristina Maria De Nardo, Maria Luisa Doldi,
Argia Fanelli, Elsa Riva, Antonio Savini

Stampa

Bonazzi grafica
Via Francia, 1
23100 - Sondrio

Caratteristiche tecniche

Foliazione minima: 64 pagine
Formato: cm 21 x 28 con punto metallico
Distribuita in Italia per invio postale
Tiratura media: 2.500 copie (al netto delle copie per
diffusione promozionale solo in coincidenza con fiere
di settore). Profilo sul magazine on line
www.packagingobserver.com

PACKAGING  OBSERVER

Cerca Com.Pack su



Informativa sul trattamento dei dati personali

Elledi srl è titolare del trattamento dei dati raccolti dalla redazione e dai servizi amministrativo e commerciale per fornire i servizi editoriali. Il responsabile del trattamento è il direttore responsabile. Per rettifiche, integrazioni, cancellazioni, informazioni, e in generale per il rispetto dei diritti previsti dalle norme vigenti in materia di trattamento dei dati personali, rivolgersi a: Elledi srl, via Fatebenesorelle 18/A - 20121 Milano - Italia, oppure via fax allo 02-9287.6885; via e-mail a info@elledi.info

© La riproduzione parziale o integrale di immagini e testi è riservata.



EMILIANA IMBALLAGGI



Soggetto Autorizzato



EMILIANA IMBALLAGGI S.r.l. - 42042 FABBRICO (RE) - Via Gobetti, 12
Tel. 0522 660030 r.a. - Fax 0522 660040
www.emilianaimballaggi.it - ei@emilianaimballaggi.it

AWARENESS

Nel 2013 IMA ha aumentato il fatturato del 15,8% e le superfici produttive del 12,1%. A fronte di questo incremento, il consumo di acqua è salito solo dell'1,1%.

Un'economia più sostenibile è uno dei nostri obiettivi, perché un Gruppo delle dimensioni di IMA deve essere attento al contesto locale così come a quello globale.

*I numeri sono importanti.
Saperli leggere ancora di più.*

Discover sustainable innovation
INTERPACK 2014 | 8-14 Maggio 2014
Düsseldorf, Germania
Padiglione 17

