

COM.PACK

SOSTENIBILITÀ COMPATIBILE

Numero 19



ALTA
PROTEZIONE
A BASSO IMPATTO
PUNTI D'INCONTRO PER TECNOLOGIE GREEN

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 IPACK-IMA
dal 19 al 23 maggio 2015, padiglione 7, stand C174.



2 0 1 5

PROCESSING & PACKAGING

Fieramilano, Milan - Italy
19-23 May 2015

industrial.omron.it/packaging



Punti d'incontro

In questo numero, il terzo speciale dedicato a Expo 2015 in occasione del primo mese di apertura in concomitanza con Ipack-Ima, COM.PACK intende sondare una serie di tecnologie abilitanti alla sostenibilità. La rivista ha invitato 10 esperti e consulenti a dare il loro contributo tecnico e progettuale su come tecnologie e metodi possano rendere maggiormente performanti materiali e macchine d'imballaggio, in vista di un miglioramento specifico dell'impatto ambientale della confezione e di un miglioramento complessivo e più generale del sistema prodotto+imballo. Si parla di food, di materiali a contatto con gli alimenti ma anche di materiali a contatto con l'ambiente, dell'impatto dell'export, di aspetti economici e finanziari che determinano lo sviluppo delle imprese del packaging, particolarmente vitali per le economie di intere province d'Italia decisamente 'vocate' alla missione specifica dell'imballaggio. Affidiamo i messaggi alla noce di cocco, metafora dei container, dell'export, degli imballaggi in legno, dei materiali food contact, della conservazione della risorsa idrica, della funzione protettiva intrinseca del packaging e, ovviamente, della sostenibilità.

Luca M. De Nardo

STRUMENTI

Analisi e metodi

- Le notifiche a portata di click 10

APPLICAZIONI

Automazione

- 'Alimentare' la ripresa 17

Toiletry

- Il tubo? A iniezione è meglio! 25

PUNTI D'INCONTRO 27

È la serie di conversazioni tecniche promosse dalla rivista COM.PACK in occasione di Ipack-Ima 2015.

RUBRICHE

- Appunti 4, 6



SPS IPC Drives Italia, un lustro di crescita

La fiera italiana che affronta le sfide e i cambiamenti della quarta rivoluzione industriale ha appena concluso con successo la quinta edizione, a Parma dal 12 al 14 maggio. Con più di 100 nuovi espositori, per un totale di oltre 600 aziende presenti in fiera, anche l'edizione 2015 ha dato un importante contributo al mondo europeo e internazionale dell'automazione, grazie alla presenza di operatori, costruttori di macchine e fornitori di tecnologie che hanno animato sia gli stand sia gli eventi. Il tema di quest'anno, "Industrie 4.0", ovvero la quarta rivoluzione industriale,

era stato anticipato durante la tavola rotonda dello scorso 22 gennaio in ANIE, ma la fiera lo ha approfondito sia con le Tavole Rotonde sui Fil Rouge dedicati ai settori Automotive, Pharma & Beauty e Food & Beverage, sia con i convegni di carattere tecnico/scientifico "Appuntamento con la Tecnologia" che si sono sviluppati sui due temi "Progettare Efficienza" e "Automazione 4.0".

SPS IPC Drives Italia è un evento di Messe Frankfurt, ente fieristico leader internazionale presente in oltre 160 Paesi, con un fatturato di 550 milioni di euro, oltre 2.200 collaboratori, 28 società affiliate e circa 50 sales partner internazionali.

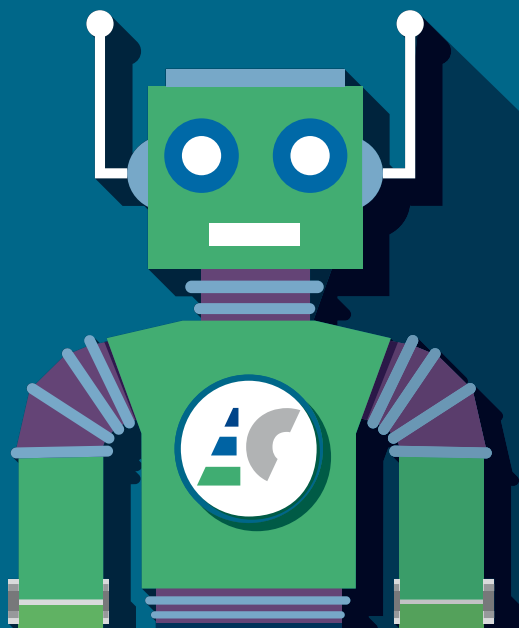
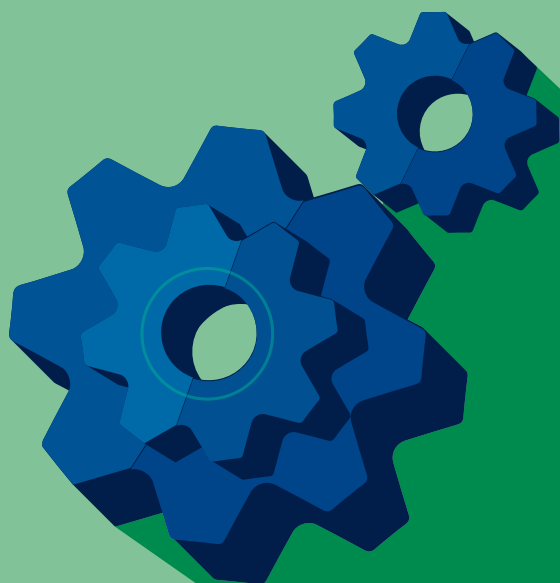
Al mondo dell'automazione, della mecatronica, del telecontrollo e della trasmissione di potenza sono dedicati i prossimi eventi.

Con SPS IPC Drives Italia l'appuntamento è per il prossimo anno: 24-26 maggio 2016.

I PROSSIMI APPUNTAMENTI 2015-2016			
16-17 giugno 2015 Sede del Gruppo 24ORE, Milano	29-30 settembre 2015 Hangar Bicocca, Milano	29 ottobre 2015 Hotel Parchi del Garda, Pagnago di Larino (VR)	24-26 maggio 2016 Fiere di Parma
 tecmeeting.it	 www.forumtelecontrollo.it	 www.forummeccatronica.it	 www.spsitalia.it
MOSTRA CONVEGNO TECNICA - ECONOMICA MECCATRONICA PER L'AUTOMAZIONE E LA TRASMISSIONE DI POTENZA	TELECONTROLLO MADE IN ITALY: A STEP FORWARD FOR A BETTER LIFE SOLUZIONI SOSTENIBILI PER LA SMART COMMUNITY	L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA MOTORE DELLA CRESCITA IN ITALIA	TECNOLOGIE PER L'AUTOMAZIONE ELETTRICA, SISTEMI E COMPONENTI, FIERA E CONGRESSO
www.tecmeeting.it	www.forumtelecontrollo.it	www.forummeccatronica.it	www.spsitalia.it

MESSE FRANKFURT

Via Quintino Sella 5 - 20121 Milano
Tel. 02 88.0778.1



TECO'15

tecomeeting.it

Meccatronica, automazione e trasmissione di potenza

Feeding Technology Energy for Business

www.tecomeeting.it

L'appuntamento per i protagonisti del mondo della
meccatronica per l'automazione e la trasmissione di potenza
Milano, 16-17 giugno 2015 - Sede Gruppo24ORE

Partecipazione gratuita previa registrazione online. I primi 100 iscritti riceveranno un biglietto
Expo Milano 2015 omaggio. Per maggiori informazioni: www.tecomeeting.it

I nostri Partner

Bonfiglioli
power, control and green solutions

CAMOZZI

CARRARO



Deutsche Messe

DMG MORI **HEIDENHAIN**

METALWORK
PNEUMATIC

oerlikon
graziano

SCHAEFFLER
LUK **INA** **FAG**

SIEMENS

STAUFEN.

TIMKEN



SAMP

SOMASCHINI

Scopri gli altri Protagonisti su: www.tecomeeting.it/protagonisti

assiot **ANIE** AUTOMAZIONE **assofluid**

messe frankfurt



Consumi food in Expo 2015

Secondo Coldiretti, durante i sei mesi di Expo 2015 saranno distribuiti all'interno del quartiere espositivo 26 milioni di pasti (50mila tonnellate valutate in 320 milioni di euro tra colazioni, pranzi, merende e cene). Dei 20 milioni di visitatori, 8 saranno stranieri. Saranno serviti 1,5 milioni di colazioni, 17 milioni di pranzi, 4,4 milioni di merende e 3,1 milioni di cene, soprattutto durante i weekend e in occasione dei grandi eventi.

Conai nel 2014

Dalla Relazione 2014 presentata il 22 aprile scorso a Milano in occasione dell'Assemblea annuale dei Consorziati, i dati preliminari relativi al 2014 indicano una quota di rifiuti di imballaggio avviata a riciclo del 68,3% sull'immesso al consumo (+0,5%) e un aumento del 3,3% dei rifiuti di imballaggio trasformati in materia prima seconda. Il riciclato arriva così a 8 milioni di tonnellate. Considerando altre azioni di valorizzazione differen-

Meno sacchetti in UE

Lo scorso 28 aprile il Parlamento Europeo ha approvato la legislazione che impone agli stati membri di adottare adeguate misure che portino a ridurre il consumo di shopping bag di plastica monouso. Dopo la firma e la pubblicazione sulla GUCE, la normativa entrerà in vigore; prevede la scelta fra l'introduzione di una tassa entro la fine del 2018 e l'adozione di misure in grado di ridurre i consumi annuali pro capite per paese di 90 sacchetti entro la fine del 2019 e di 40 pezzi entro la fine del 2025. Sono previste tre azioni di monitoraggio e studio della Commissione relative ai report annuali dei paesi, all'impatto dei materiali oxo-degradabili, agli impatti connessi alle misure scelte per ridurre i consumi dei sacchetti.



ti dal riciclo, il recupero complessivo arriva al 78%.

Grande sviluppo della raccolta differenziata in convenzione, regolata dall'Accordo Quadro ANCI-CONAI: + 6,1% a livello nazionale (con punte del + 7,9% per la plastica e + 7,5% per il vetro). CONAI ha lanciato per il 2015 la seconda edizione del "Bando per la prevenzione - Valorizzare gli imballaggi ecosostenibili", a fronte dei positivi risultati ottenuti dalla prima edizione 2014; disponibile un monte

premi di 200.000 euro e 6 premi speciali da 10.000 euro ciascuno per i casi vincitori più virtuosi.





rilegno

Consorzio
Nazionale
per la raccolta
il recupero
e il riciclaggio
degli imballaggi
di legno

Riciclo e recupero della filiera imballaggi di legno: i dati 2014

Il consorzio Rilegno ha presentato in occasione dell'assemblea annuale di fine aprile i dati degli imballaggi di legno (dall'impresso al consumo 2014 fino al recupero complessivo dei rifiuti della filiera in Italia). E' una fotografia interessante fin dalla produzione, ovvero dal quantitativo di imballaggi impressi al consumo sul territorio nazionale lo scorso anno: un dato in crescita, per il quinto anno consecutivo. Gli imballaggi utilizzati sul territorio nazionale, rispetto al quale vengono valutati i risultati in termini percentuali di recupero della filiera, sono arrivati a 2 milioni 578.000 tonnellate (+ 2,9% rispetto al 2013). Di questi, ben 1 milione 538 mila 519 tonnellate sono stati complessivamente avviati a riciclo nel 2014: il dato è pari al 60% dell'impresso al consumo. Se a questa quota sommiamo anche il dato del recupero energetico, arriviamo ad un complessivo di oltre 1 milione 626 mila tonnellate (il 63% rispetto all'impresso al consumo). Si dimostra dunque ancora una filiera che funziona, quella del riciclo e recupero dei rifiuti di imballaggi di legno, anche nell'ottica di una crescita del tetto percentuale per gli obiettivi di riciclo per filiera fissati dall'Unione Europea.

Rilegno e il network delle piattaforme

Rilegno è il Consorzio nazionale per la raccolta, il recupero e il riciclaggio degli imballaggi di legno in Italia. E' nato a seguito del decreto ambientale 22/97



(decreto Ronchi, oggi ricompreso nel Testo Unico Ambientale 152/2006) ed è uno dei sei consorzi di filiera Conai (Consorzio Nazionale Imballaggi). Rilegno ha il compito di organizzare e garantire il riciclo e recupero dei rifiuti di imballaggio di legno. Cardine dell'attività è la realizzazione del network delle piattaforme consortili per il ritiro dei rifiuti speciali di imballaggio provenienti dal circuito industriale, nonché dei rifiuti urbani di provenienza pubblica: ormai da anni estremamente diffuso sul territorio nazionale, è un sistema dinamico. Nel 2014 i punti di ritiro convenzionati e capillarmente distribuiti in tutta Italia, erano 389 al servizio dell'attuale tessuto industriale e commerciale, nonché adeguato all'attuale sviluppo delle raccolte differenziate comunali.



RILEGNO

www.rilegno.org - facebook.com/rilegno
instagram.com/rilegno
youtube.com/videorilegno



PET verde ambiente

Birrificio Angelo Poretti del gruppo Carlsberg ha preparato per i sei mesi in cui sarà Birra Ufficiale di Padiglione Italia a EXPO 2015, uno spazio privilegiato che enfatizza anche il sistema di spillatura eco-sostenibile.

Nel bar interno si avverte l'eco della storica sala di cottura: dalle tubature in rame che ricoprono il soffitto del bar pendono lampade fatte con i fusti di birra in PET riciclabile. Il sistema di spillatura DraughtMaster™ diventa elemento di arredo e di celebrazione dell'innovazione. Sopra il bancone centrale trova spazio un'imponente colonnina di spillatura a doppio ponte con 20 punti spina che eroga nove diverse birre del Birrificio Angelo Poretti. I visitatori avranno



anche la possibilità di servirsi la birra autonomamente grazie alla presenza di tre spillatori da banco Select 10, che si avvalgono della stessa tecnologia DraughtMaster™. Il racconto dell'azienda proseguirà anche all'interno del bar grazie ad un ledwall posizionato sopra i fusti in PET dove alcuni video racconteranno la storia del Birrificio e delle sue birre, il processo produttivo e l'innovazione DraughtMaster™.

2.500 anni di riciclo

Fra i più grandi utilizzatori di uno dei primi imballaggi monouso della storia della civiltà, i romani utilizzavano le anfore a fine vita come materia secondaria per una serie di attività geotecniche legate all'edilizia pubblica e privata: come emerge da uno studio scientifico di M.V. Antico Gallina dell'Università Cattolica di Milano (Archivo Español de Arqueología, 2011) le anfore non venivano accatastate in modo disordinato per un ipotetico drenaggio del terreno, invece venivano deposte razionalmente per creare di volta in volta strutture di infiltrazione, aerazione, isolamento termico, fondazione, consolidamento ed an-

che di bonifica idraulica. Moltissime le città interessate, prime fra tutte Milano, capitale dell'impero romano d'occidente per 116 anni; diffuse queste tecniche anche in altre città padane, come Cremona e Novara.



EPS in calo

Il mercato 2014, con 116.000 tonnellate, registra una flessione del 4% rispetto all'anno precedente. Stabile la produzione per l'edilizia (69.000 t), in calo del 10% il packaging che passa da 49.000 a 44.000 tonnellate, rappresentando il 37% del mercato complessivo. Tende a crescere la forbice tra i due principali settori applicativi. I consumi totali del primo trimestre 2015 registrano valori simili a quelli del primo trimestre 2014.





Per eleganza, per riciclabilità

Wake Up è una giovane realtà in crescita che opera nel campo alimentare e nello specifico del caffè.

Grazie ad un'attenta indagine di mercato, supportata anche dall'esperienza maturata negli anni del proprio organico, ha deciso di intraprendere e specializzarsi in due campi fondamentali nella filiera produttiva: confezionamento conto terzi di caffè e bevande calde in barattoli in banda stagnata e vendita prodotti a marchio proprio "Caffè Buono". Wake Up (la sede è in via dell'Industria a Berlingo-BS) ha scelto di sposare il confezionamento in banda stagnata come servizio di confezionamento conto terzi per un'ampia gamma di prodotti (caffè in grani, macinato e in capsule auto-protette ma anche prodotti in foglia quali tè e tisane e solubili a base zucchero come orzo, ginseng e cioccolata) per le caratteristiche di visibilità, eleganza, elevata protezione e riciclabilità di questa tipologia di contenitore e di materiale. La scelta di packaging e di assortimento apre Wake Up ad un target che spazia dai produttori di caffè e solubili alla GDO, passando dalle varie catene di ristorazione e/o caffetterie fino



ai grossisti che desiderano il loro prodotto o, a richiesta il prodotto messo a punto da Wake Up, a proprio marchio di qualità senza investire nella creazione del packaging e con tempi di realizzazione molto brevi. Wake Up fornirà un servizio di studio grafico totalmente interno all'azienda. Accanto all'attività di co-packing, e a garanzia della qualità dei prodotti, Wake Up commercializza una linea di prodotti a proprio marchio (Caffè Buono) declinato in tutte le forme e formati, comprese cialde morbide e capsule rigide, presto anche in versione compatibile con alcuni dei principali sistemi per il caffè espresso domestico. Target di questa linea di prodotti saranno il canale famiglie e le attività commerciali/professionali.





ACCIAIO CASSAFORTE DELLA NATURA AMICO DELL'AMBIENTE

Barattoli, scatolette, tappi, secchielli, fusti e bombolette...oltre a proteggere e conservare in modo sicuro i prodotti, sono riciclabili al 100% e all'infinito!

Per questo ti chiediamo di separare gli imballaggi in acciaio dal resto dei rifiuti, contribuendo al loro riciclo e ottenendo così nuova materia prima per la realizzazione di binari ferroviari, lamiere per auto o navi, travi e tondino per cemento armato...

Chiedi al tuo Comune le informazioni sulla raccolta differenziata degli imballaggi in acciaio oppure visita il sito www.consorzioricrea.org



MADE IN 
STEEL

Siamo presenti a Made in Steel
Evento italiano dedicato
all'intera filiera dell'acciaio
20-21-22 maggio 2015 - Rho Fiera
Stand F 06 - Pad 12

Seguici anche su:



Acciaio, il futuro passa dal riciclo

Il ruolo della valorizzazione post consumo negli scenari di un importante gruppo di studio sulla sostenibilità del comparto siderurgico

Ricrea, il Consorzio Nazionale per il Riciclo e il Recupero degli Imballaggi in Acciaio, partecipa all'iniziativa Industria e Acciaio 2030, l'evento-studio organizzato da Siderweb (con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico) sui temi della sostenibilità, dell'innovazione, della distribuzione del metallo e delle sue innumerevoli applicazioni. All'interno di Made in Steel, la mostra convegno in programma dal 20 al 22 maggio 2015 al quartiere fieristico di Rho-Milano, la giornata di mercoledì 20 maggio sarà dedicata ad illustrare i macro trend che caratterizzeranno il futuro dell'industria della siderurgia. L'evento si dividerà in due parti: nella prima ci sarà l'esposizione delle tendenze per sostenibilità, innovazione e distribuzione, mentre nella seconda si

svolgerà una tavola rotonda che commenterà i risultati emersi dallo studio. L'appuntamento organizzato da RICREA in forma di seminario si tiene il 20 maggio, alle 10 in sala Gemini del Centro Congressi Stella Polare (ingresso Porta Sud, a 300 m dalla stazione MM 1 Rho-Fiera) e affronta il tema ***"End of waste: nuovi obblighi e responsabilità. Quando il rifiuto di acciaio diventa nuova materia prima"***. L'incontro presenta i contributi di Federico Fusari, direttore generale del Consorzio, di Andrea Meneghini di EcamRicert, di Gianluca Stocco, Giusi Rizzo, Cristina Sancelodi di Normachem e di Marco Breda, di Unilab Laboratori Industriali. Il Regolamento (CE) n. 1907/2006 (REACH) sulla gestione delle sostanze chimiche, il Regolamento (CE) n.1272/2008 (CLP) e la direttiva "rifiuti" (2008/98/CE) hanno determinato un forte impatto sul settore produttivo italiano ed europeo. Il REACH esclude completamente i rifiuti dal proprio campo di applicazione ma dal trattamento dei rifiuti possono essere ottenute nuove materie prime. Quelle che un tempo si chiamavano "materie prime seconde" e attualmente "non più rifiuti" o "materie recuperate" secondo il D.Lgs. n. 205/2010 ricadono nel campo di applicazione del REACH e vanno classificate, etichettate ed imballate in accordo al CLP. Per stabilire quando un rifiuto cessa di essere considerato come tale, il legislatore ha introdotto una serie di criteri specifici per diverse tipologie di materiali tra cui gli acciai (Regolamento (UE) n. 333/2011). Il seminario ha l'obiettivo di chiarire il confine tra rifiuti e materie prime recuperate, e l'applicazione di REACH e CLP.



Per informazioni e materiale fotografico

RICREA

Roccandrea Iascone,
cell. 3498715354

iascone@consorzioricrea.org



Le notifiche a portata di click

Attraverso un portale anche i semplici cittadini possono conoscere in tempo reale le notifiche sulla sicurezza dei prodotti alimentari e dei materiali a contatto con gli alimenti

Da circa un anno, dal giugno scorso, i cittadini europei hanno a disposizione uno strumento di facile accesso e consultazione, sempre che dispongano di una connessione al web e che abbiano una conoscenza almeno elementare della lingua inglese. Possono infatti accedere al RASFF Portal e conoscere gli alimenti o i materiali

destinati al contatto con gli alimenti oggetto di notifiche al sistema di allerta rapido dell'Unione Europea, il motivo della notifica e i Paesi in cui si è verificata. La sigla RASFF significa appunto Rapid Alert System for Food and Feed. Attraverso il portale chiunque sia attento al tema della sicurezza alimentare può avere accesso a tutti gli alimenti oggetto di allerta in un dato periodo. La ricerca può

NOTIFICA PER TIPOLOGIA DI RISCHIO

hazard category	alert	border rejection	information for attention	information for follow-up	total
adulteration / fraud	1	84	5	2	92
allergens	57	3	16	2	78
biocontaminants	14	6	17	2	39
biotoxins (other)	19		4	2	25
chemical contamination (other)	3	2	1	1	7
composition	63	44	45	64	216
feed additives	1			2	3
food additives and flavourings	13	70	23	26	132
foreign bodies	34	29	12	23	98
GMO / novel food	1	29	19	34	83
heavy metals	98	86	82	19	285
industrial contaminants	35	21	11	13	80
labelling absent/incomplete/incorrect	3	2	2	6	13
migration	12	39	28	15	94
mycotoxins	54	280	44	5	383
non-pathogenic micro-organisms	8	36	8	16	68
not determined / other	4	2	1	1	8
organoleptic aspects	4	26	2	9	41
packaging defective / incorrect	7	8	1	8	24
parasitic infestation		9	3	6	18
pathogenic micro-organisms	248	242	176	116	782
pesticide residues	43	279	95	18	435
poor or insufficient controls	4	50	2	4	60
radiation		7	1	4	12
residues of veterinary medicinal products	19	52	17	11	99
TSEs			1	11	12



Escherichia coli al microscopio.



essere fatta dagli addetti ai lavori che vogliono conoscere maggiori dettagli su qualche evento specifico, ma anche da semplici curiosi, che si interrogano su quali alimenti siano potenzialmente più pericolosi, da dove provengono o quali sono i motivi più frequenti di ritiro. La ricerca può essere fatta attraverso il numero o la data di notifica, la tipologia di prodotto coinvolto (alimento, mangime, materiale a contatto) o di evento (allerta, respingimento doganale, informazione, news) o di azione di contrasto intrapresa, che può essere il ritiro dal mercato, il sequestro, il blocco alla frontiera. Chi vuole fare le pulci a una cate-

UN PO' DI STORIA

Il sistema RASFF nasce nel 1979 come strumento per scambiare rapidamente le informazioni tra le autorità nazionali circa i rischi relativi al cibo e all'alimentazione animale. Attualmente fanno parte della rete RASFF:

- gli stati membri dell'Unione Europea
- altri Paesi europei come Norvegia, Liechtenstein, Islanda e - solo relativamente al blocco doganale dei prodotti di origine animale - Svizzera
- il Segretariato dell'EFTA (European Free Trade Association)
- l'Autorità Europea per la sicurezza alimentare
- alla Commissione Europea spetta il ruolo di coordinamento.

goria particolare di alimenti può scegliere di visualizzare tutte le notifiche che riguarda-

NOTIFICHE PER CATEGORIA DI PRODOTTO

product category	alert	border rejection	information for attention	information for follow-up	total
alcoholic beverages	3	1		1	5
animal by-products				5	5
bivalve molluscs and products thereof	35	43	41	6	125
cephalopods and products thereof	2	13	6		21
cereals and bakery products	45	43	13	15	116
cocoa and cocoa preparations, coffee and tea	6	41	6	9	62
compound feeds	3	1		12	16
confectionery	12	5	1	11	29
crustaceans and products thereof	5	40	20	7	72
dietetic foods, food supplements, fortified foods	57	50	34	63	204
eggs and egg products	5				5
fats and oils	3	12	3	1	19
feed additives		1	12	16	29
feed materials	25	55	31	98	209
feed premixtures			2	1	3
fish and fish products	118	82	92	31	323
food additives and flavourings	3	1	11	10	25
food contact materials	23	104	36	22	185
fruits and vegetables	91	369	149	11	620
gastropods	3		2		5
herbs and spices	37	51	28	5	121
honey and royal jelly		1		1	2
ices and desserts	4	1			5
meat and meat products (other than poultry)	67	53	21	16	157
milk and milk products	48	3	7	8	66
non-alcoholic beverages	3	15	1	8	27
nuts, nut products and seeds	31	250	20	7	308
other food product / mixed	9	18	8	7	42
pet food	18	10	11	8	47
poultry meat and poultry meat products	48	79	45	13	185
prepared dishes and snacks	17	7	5	1	30
soups, broths, sauces and condiments	10	9	4	4	27
wine	1			1	2



LE TIPOLOGIE DI NOTIFICHE

Notifiche di allerta (alert notifications): si scelgono qualora un prodotto presente sul mercato rappresenti un rischio serio per la salute e sia richiesta un'azione rapida. Il Paese che identifica il problema, intraprende le azioni correttive necessarie e dà il via all'allerta. Ricevuta la notifica, gli altri membri verificano se il prodotto è sui loro mercati e prendono rapidamente le misure necessarie.

Notifiche informative (information notifications): si utilizzano quando non è necessaria un'azione tempestiva da parte degli altri membri o perché il prodotto non è presente sui loro mercati o perché il rischio non è tale da richiederla.

Respingimenti al confine (border rejection): se si riscontra un rischio connesso ad alimenti, mangimi o materiali in ingresso nell'Area Economica Europea, la notifica viene inviata a tutte le postazioni di confine per rafforzare i controlli.

News: Qualsiasi altro tipo di informazione, ritenuta di interesse per le attività di controllo, che non sia stata comunicata come allerta o notifica informativa.

la metà nasce a seguito dei controlli doganali. In alcuni casi il prodotto viene trattenuto in attesa dell'esito dei risultati delle analisi e accettato o respinto a seconda dei risultati. In altri casi le autorità optano per inviare il prodotto al destinatario, intimandogli di non immetterlo sul mercato fino all'arrivo dei risultati dei controlli; in altri ancora la merce in ingresso viene ammessa alla vendita immediatamente, ma sarà poi necessario rintracciarla e ritirarla in caso di esiti non favorevoli.

Un'altra quantità consistente delle notifiche provengono dal mercato interno (e l'Italia è uno dei Paesi che emettono più notifiche), che derivano da reclami dei consumatori, da segnalazioni delle stesse aziende che hanno rivelato problemi a seguito di controlli interni o anche dal monitoraggio delle notizie circolanti sui media.

Solo in pochi casi (nel 2014 non se ne è verificato nessuno) le notifiche derivano dalla segnalazione di Paesi Terzi.

Tra gli alimenti più spesso oggetto di notifica lo scorso anno spiccavano frutta e verdura (620 notifiche); seguono la carne, con circa 330 notifiche complessive tra bianca e rossa, poi i prodotti ittici (320 notifiche) e la frutta in guscio e semi (308). I materiali a contatto con gli alimenti hanno generato nel 2014 185 notifiche, di cui 23 allerte.

La principale causa di notifiche (54) ha riguardato la presenza di mercurio in prodotti ittici, seguita dalle aflatossine nella frutta in guscio (49) e dalla salmonella in pollame (45). Per quanto riguarda i materiali a contatto sono state emanate notifiche riguardo alla migrazione di cromo (38) e manganese (25) da prodotti provenienti dalla Cina. Non è detto che le notifiche coincidano con il ritiro del prodotto dal mercato, sono i Paesi membri a decidere in base al rischio la misura di intervento necessaria, anche se il ritiro è spesso la misura scelta a fronte di un pericolo per la salute dei cittadini. ■

(di Elena Consonni)

no, per esempio, i prodotti ittici o gli additivi; chi invece è più attento agli aspetti geografici può sbizzarrirsi a individuare il Paese in cui avvengono più notifiche o quello da cui provengono più frequentemente le merci 'incriminate'. La ricerca si fa via via più raffinata incrociando più parametri.

I dati del 2014

Nel 2014 sono state trasmesse 3.157 notifiche al sistema, di cui 751 classificate come allerta, 410 come informative di proseguimento di casi già notificati, 623 informative e 1.373 respingimenti doganali. Esse hanno dato origine ad altre 5.910 notifiche di follow-up. Rispetto al 2013 si è verificata una diminuzione complessiva delle notifiche dell'1,1%, ma una crescita dell'1,6% di quelle di follow-up. Tra quelle originali sono cresciute le allerte e lo stesso vale per quelle di proseguimento. Questo dimostra come i membri abbiano progressivamente focalizzato i propri sforzi per individuare e trasmettere informazioni sui pericoli più seri e che richiedono interventi immediati.

Nell'ambito delle notifiche, poco meno del-

BIOPLAST

100% Biodegradabile e Compostabile

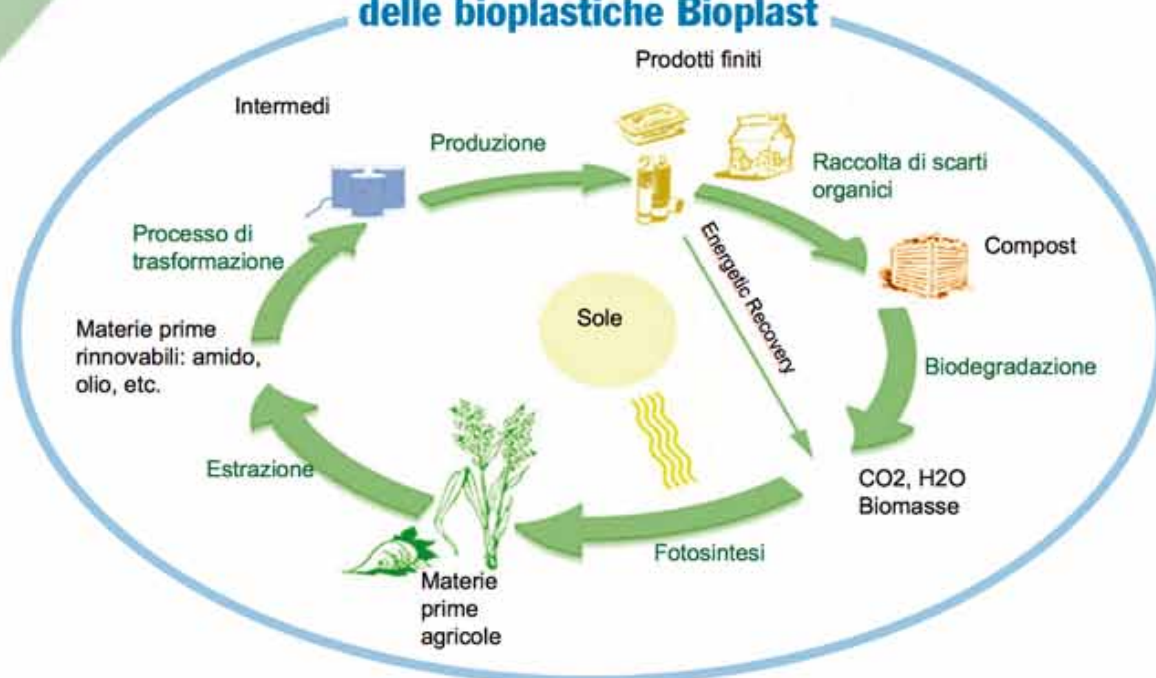
I valori delle bioplastiche Bioplast

- QUALITÀ** Le Bioplastiche Bioplast sono lavorabili come un normale PE
- EFFICIENZA** I sacchetti/films realizzati con bioplastiche Bioplast sono meccanicamente resistenti come quelli in PE. Possono essere colorati.
- OPTIMALS** I sacchetti/films plastici/manufatti realizzati con bioplastiche Bioplast da amido di patata (OGM free) sono totalmente compostabili
- VERSATILITÀ** Con le bioplastiche Bioplast si possono produrre ogni tipo di borse, sacchetti, films plastici, piacevoli al tatto e privi di odore
- GARANZIA** Certificazione OK Compost e Compostabile in conformità della Norma UNI EN 13432:2002;



DIN CERTCO

Il ciclo di sostenibilità delle bioplastiche Bioplast



Servizi completi per l'export

L'imballaggio industriale sia standard sia su misura al centro di un'unica realtà, in grado di modulare prodotti e servizi a seconda delle necessità sempre più just in time del mercato

Emiliana Imballaggi, specialista in soluzioni di imballaggio industriale in legno, ha completato il processo di integrazione con la nuova impresa Emi Pack Logistic, operativa negli imballi industriali di grandi dimensioni, ed estende l'offerta con nuovi servizi nell'ambito del trasporto delle merci pericolose grazie alla stretta collaborazione con un'azienda specializzata nel settore.

L'azienda di Fabbrico (RE), situata al centro della pianura padana lungo l'autostrada Modena-Brennero, ha chiuso con il 2014 la prima parte della propria strategia di sviluppo: garantire un pacchetto completo di prodotti standard e su misura per l'imballaggio industriale in legno. "A partire dal 2015 - spiega Andrea Vezzani, planning manager - la nostra attenzione sarà dedicata a perfezionare la parte relativa ai servizi: l'accordo con un partner

per l'imballo delle merci pericolose ci consente di proporre ancora più casse e imballaggi rispetto a quelli nostri già omologati insieme a consulenza, analisi, assistenza durante il trasporto. Il pacchetto, quindi, è oggi dimensionalmente più ampio, le imprese hanno più scelta."

Protagonista è il servizio

Più in generale Emiliana Imballaggi annuncia un focus crescente alle esigenze variabili del cliente: dopo aver migliorato i prodotti storici, sviluppato nuovi prodotti, introdotto la produzione automatizzata, riorganizzato i processi secondo un'ottica 'lean', la capacità di rispondere in tempo reale a differenti esigenze è il valore che si aggiunge a quelli tradizionali di elevata qualità tecnica, rispetto della tempistica e delle modalità di consegna, ricorso a materiali lignei di alta qualità e tecnicamente a norma, anche per quanto riguarda le certificazioni sulla sostenibilità ambientale (EUTR-Due Diligence sul legname legale e ISPM 15-FAO sulla qualità fitosanitaria). Il 2014 è stato anche l'anno di implementazione del nuovo sistema di generazione di calore totalmente alimentato dagli scarti di lavorazione prodotti durante tutto l'anno e che serve l'intera area produttiva coperta (15mila mq) di Fabbrico.

Un primo traguardo

Ad inizio 2015 l'azienda emiliana si conferma come uno dei protagonisti dell'imballaggio industriale, con 14 milioni di fatturato, 80 dipendenti, 21.000 mq di aree coperte destinate alla produzione, 40.000 mq totali, 20.000 m³ fra legno di abete e compensati tra-





sformati in imballaggi di dimensioni sia medie sia grandi: 460.000 casse fra pieghevoli (le e-box, monouso), impilabili-riutilizzabili (le vikontainer), rinforzate pieghevoli, industriali di grandi e medie dimensioni, pannellate e gabbie. Il ventaglio delle soluzioni, l'esperienza nella realizzazione di casse sia su misura sia standard, la resistenza dei materiali hanno sedotto clienti anche difficili: Emiliana Imballaggi opera da 50 anni, ma da 48 vende in Austria e da 40 in Germania. In questi giorni, nel nuovo stand a Ipack-Ima, presenta ai partner commerciali dell'area germanica la nuova struttura aziendale articola-

ta, i numeri, le potenzialità di crescita sul mercato estero (oggi l'export vale il 25% del giro d'affari). Settori di punta restano meccanica, elettronica e meccatronica, con un focus particolare nel complesso e delicato settore della ricambistica automotive.

Per le macchine automatiche

La presenza al salone internazionale di Milano vuol essere anche l'occasione per sottolineare al mondo dei costruttori di macchine automatiche per l'imballaggio, il confezionamento, il processo alimentare e il converting, storicamente tutti utilizzatori importanti di soluzioni di grandi imballaggi



in legno su misura, l'avvenuta integrazione fra Emiliana Imballaggi ed Emi Pack Logistic: la nuova realtà nasce dall'acquisizione di un ramo d'azienda della padovana Zeta Pack Logistic, da oltre 20 anni attiva nel Nord Est nel settore. "Abbiamo scelto l'im-





prenditore e il suo staff di 10 persone - spiega Andrea Vezzani - per le capacità progettuali, l'organizzazione del processo produttivo e i rapporti con il mercato, in particolare con aziende che devono imballare e spedire merce ad alto contenuto tecnologico e pezzi unici che presentano criticità di trasporto per dimensione e struttura."

Un solo partner

Oggi la tendenza è quella di avere un fornitore unico sia per l'imballo standard sia per quello su misura: poter offrire entrambi è un vantaggio per gli utilizzatori. Per Emiliana Imballaggi, oltre ad affacciarsi su un nuovo segmento di mercato, si apre la prospettiva anche di nuovi clienti e nuove aree geografiche, mentre per la squadra di Emi Pack Logistic si tratta di poter usufruire del sito emiliano di Fabbrico (RE) e della rete di relazioni di Emiliana Imballaggi. "Alle sinergie e ai vantaggi di aver un unico fornitore per standard

e su misura aggiungiamo quello della verniciatura - ricorda Vezzani - Infatti, i grandi impiantisti, per esempio, non possono spedire grandi componenti con superfici grezze che nel trasporto potrebbero risentire delle condizioni estreme di viaggio via nave: la verniciatura protettiva diventa quindi indispensabile prima dell'imballo e dell'imbarco.

La nuova realtà produttiva sfrutta il grande bacino logistico veneto e in particolare padovano, quest'ultimo strumento operativo di primo piano per tutte le attività portuali dell'area veneziana e ravennate. Infine, Emiliana Imballaggi porta in dote l'esperienza e la reputazione in fatto di certificazioni tecniche, oltre che il suo personale impegno in chiave di sostenibilità ambientale.

E su questo fronte già si annuncia un nuovo progetto: per il prossimo biennio 2015-2016 Emiliana Imballaggi investirà ancora in efficienza energetica.

Contatti e info

Emiliana Imballaggi Srl

42042 Fabbrico (RE) - Via Gobetti, 12
0522 - 660030 r.a. - Fax 0522 660040
www.emilianaimballaggi.it
ei@emilianaimballaggi.it



‘Alimentare’ la ripresa

Coltivare l'estero con costanza e collaborare con grandi gruppi: la ricetta di un costruttore veneto

Negli ultimi anni Imanpack di Schio (VI), specializzata in confezionatrici automatiche, fine linea e sistemi per il conferimento differenziato di RSU, ha accelerato le vendite all'estero, al punto che oggi l'80% del fatturato viene generato dall'esportazione. "Siamo soddisfatti - commenta Giovanni Bisio, ceo dell'azienda vicentina - Perché riscontriamo un incremento di ordini dal mercato italiano e dai paesi europei, un fatto che testimonia una ripresa degli investimenti sia in Italia che in tutta Europa." L'espansione costante chiede investimenti in tecnologie e risorse, il giro d'affari è cresciuto del 10% ogni anno nell'ultimo periodo.

"Soprattutto scegliamo persone che credano fortemente nel cambiamento come ci crediamo noi. Siamo alla continua ricerca di nuove figure per integrare il comparto tecnico e commerciale. Negli ultimi tre anni il nostro organico è aumentato ed oggi l'azienda conta su oltre 60 addetti." L'importanza di essere presenti sui mercati internazionali significa non mancare a un appuntamento con profilo fortemente internazionale come Ipack-Ima, soprattutto nell'edizione del 2015. "Si tratta di un appuntamento consueto per Imanpack

al quale non possiamo mancare operando a livello globale: rappresenta una vetrina internazionale dedicata al nostro settore, che mostra le qualità e i tratti identitari fondamentali del Made in Italy, in ambito tecnico. Pertanto, ci aspettiamo che questo evento costituisca uno strumento efficace dal punto di vista commerciale, ma anche dal punto di vista della comunicazione per un'azienda in espansione come la nostra. Questo ci fa ben sperare in una ripresa delle attività, più equilibrata". Imanpack lavora principalmente su progetti customizzati rispetto a speci-

fiche esigenze del cliente. A Milano, quindi, porterà soluzioni che incarnano questo concetto di flessibilità: si tratta di varie confezionatrici, tutte funzionanti, tra cui una macchina confezionatrice orizzontale HFFS (Servoflex Pba), collegata a un Robot Spider di carico da impiegare nel settore food e

tecnico; una macchina confezionatrice verticale VFFS (Microvert PRO) con 2 moduli di conteggio CMF5 per ambito hardware e kit; una confezionatrice orizzontale flow-pack (Micropac Bagmatic) adatta per confezionare kit e hardware; infine una confezionatrice orizzontale flow-pack da utilizzare nei settori plastica e hardware (Moonlight Pbb). ■



*Giovanni Bisio,
CEO presso Imanpack
Packaging & Eco Solutions spa.*

Il packaging nell'era

Scenari e modelli di eccellenza per le piccole e microimprese del settore moda/accessori

Il commercio elettronico in Italia nel 2013 ha registrato vendite pari a oltre 11 miliardi di euro: si tratta di un settore in continua crescita (+23% nell'ultimo anno). I servizi intangibili (come viaggi, finanza, intrattenimento) rappresentano ancora la maggioranza delle transazioni on line, ma i settori legati al manifatturiero continuano lentamente a spostare quote di fatturato verso la rete: nel 2013 l'abbigliamento rappresentava il 12% delle vendite on line in Italia ed il secondo mercato dell'e-commerce per valore, con un trend di crescita costante, performance di fatturato superiori del 30% rispetto al 2012 e un valore complessivo di circa 1,37 miliardi di euro.

Sulla base di questo scenario Comieco ha chiesto ad Astra Ricerche di condurre un'analisi per approfondire il rapporto tra commercio elettronico e imballaggio all'interno di un settore ad alto contenuto di creatività e manifattura quale è il comparto moda e accessori, per costruire un modello interpretativo finalizzato a promuovere le eccellenze e identificare i percorsi per la loro diffusione

Fattori generali

Gli impatti ambientali del commercio elettronico sono generalmente valutati sulla base dell'accorciamento della filiera distributiva rispetto al commercio tradizionale e si riferiscono a 120 milioni di consegne "fisiche" in Italia, corrispondenti a 120 milioni di confezioni. Ripensarne il packaging significa ottimizzare la logistica e la relazione tra confezione e consumatore, senza trascurare il beneficio economi-

co derivante dal risparmio dei sistemi anti-taccheggio. Nel settore moda si aggiunge un fattore critico: il commercio on line aggiunge packaging rispetto alla vendita in negozio e oltretutto deve ricreare l'esperienza dello shopping. Ma esempi di case on line rivelano che è possibile offrire comunque un'esperienza d'acquisto efficace congiunta alle esigenze di sostenibilità ambientale.

'Imballaggio apertura facile' è frutto di un'iniziativa decennale di Amazon concepita al fine di facilitare ai clienti l'apertura dei pacchi, eliminando la plastica e le fascette. Grazie alla certificazione 'imballaggio apertura facile', i produttori possono inviare i propri prodotti imballati ai laboratori Amazon per l'analisi gratuita dell'imballaggio e per ricevere suggerimenti. Il programma determina le dimensioni ideali del pacco per qualsiasi articolo, permette ai clienti di esprimere il parere sugli imballaggi degli ordini Amazon.it e di caricare le immagini dei propri pacchi; dal 2008 a oggi questo programma ha consentito la ridefinizione del packaging di circa 200.000 prodotti di 2.000 aziende, con l'eliminazione di circa 11.000 tonnellate di confezioni e una riduzione dei volumi dei pacchi di oltre 410 mila m³.

Moda on line e packaging

Le tipologie di negozi on line per la vendita di prodotti legati al comparto moda sono essenzialmente tre:

- piattaforma multibrand: si tratta di negozi on line che offrono prodotti di più brand (Es. Yoox, Asos, Zalando come siti specializzati; Amazon come sito generico);



dell'e-commerce



Borse prodotte da Ilvy Jacob con materiali cellulosici.

- e-store monomarca: si tratta di negozi on-line legati a un singolo brand che offrono la stessa collezione presente in negozio in quel momento. (In Italia molti di questi negozi sono progettati e gestiti da Yoox);

- portali che raccolgono venditori privati o piccoli negozi on line, che gestiscono in modo autonomo le proprie spedizioni (Etsy o Ebay).

- tipologie particolari di portali legati alle vendite evento on line (Privalia, Vente-Privée) che in termini di packaging affrontano le stesse problematiche delle piattaforme multibrand.

Yoox ha generato 2,785 milioni di spedizioni nel 2013 per un totale di 853.093 kg di cartone per spedizioni (verso clienti negozio multimarca, monomarca escluso Marni e Diesel, e verso magazzini periferici); rappresenta uno dei maggiori player italiani del settore. Ha affrontato la sfida del packaging sostenibile con l'iniziativa denominata Ecocommerce Yooxygen e l'utilizzo di Ecobox, un nuovo contenitore creato ad hoc e certificato a

livello internazionale FSC, PEFC e SFI, utilizzato per consegnare in tutto il mondo gli ordini effettuati sugli online store yoox.com, thecorner.com e sho-
escribe.com.

Il caso Etsy

È un portale di e-commerce americano che permette a tutti di crearsi un proprio negozio e vendere online prodotti handmade (fatti a mano), vintage (con almeno 20 anni) e supplies (ovvero materiale per creare, di qualsiasi genere). Si tratta di un negozio virtuale in cui tutti possono aprire la propria vetrina e vendere i propri manufatti.

Nel 2012 Etsy ha effettuato, a livello globale, transazioni per un valore di 600 milioni di dollari, con oltre 50 milioni di visite mensili, 1 milione di venditori e circa 19 milioni di membri.

Un questionario sottoposto all'interno della community dei venditori italiani su Etsy, che conta 3.604 membri, ha evidenziato come il fattore ambientale legato alla scelta del packaging sia considerato importante–molto impor-

tante per il 100% delle risposte, ma comunque subordinato ai fattori estetici e funzionali.

La comunità di Etsy si affida tendenzialmente ai servizi postali ordinari per cui è molto influenzata dalle esigenze di protezione delle spedizioni; nel 77% delle risposte, i negozi Etsy affermano di utilizzare il più possibile materiale di recupero, sia per il proprio packaging primario (sacchetti del pane, scatole da pasticceria, ecc.), sia per quello secondario (polistirolo, pluriball recuperato da altre spedizioni). La carta e il cartone sono i materiali principalmente utilizzati sia per l'imballo primario sia per quello secondario. Tranne che per una risposta, l'utilizzo di carta e cartone, fatto 100 il totale del packaging utilizzato, raggiunge percentuali superiori al 50%; molti compratori affermano di riutilizzare a loro volta l'imballaggio ricevuto. In Etsy curare l'aspetto ambientale dell'imballo significa: protezione della spedizione dagli urti e dall'umidità, materiali più leggeri per contenere i costi di spedizione, soluzioni ad hoc sia del punto di vista tecnico (es. dimensioni) sia del punto di vista estetico.

Sviluppi futuri

Basandosi sul valore medio unitario delle vendite di Yoox (215 euro) e il valore medio dello scontrino on line riferito all'e-commerce in generale (80 euro), il packaging secondario connesso alle spedizioni moda in Italia è stimato circa tra 1.900 e 5.300 tonnellate di cartone nel 2013: Comieco si propone come partner strategico per ridefinire in chiave di maggior sostenibilità il packaging primario e secondario, tanto più che anche la moda è



Borsa prodotta da Onao, design di Naoto Fukasawa Team.

nel recente programma del ministero dell'Ambiente per il calcolo dell'impronta ambientale (hanno aderito Benetton, Cruciani, Cucinelli, Lanificio Leo, Armani, Gucci,...).

Da un punto di vista strategico le esigenze del settore emerse dallo studio possono essere ricondotte a tre filoni:

- ripensare il packaging anche in base delle necessità del vettore di trasporto;
- ripensare il packaging per renderlo riutilizzabile o facilmente separabile ai fini di un corretto smaltimento da parte del consumatore finale;
- ripensare il packaging legato alle vendite on line del settore moda/accessori quale possibile strumento di comunicazione dei valori ambientali in un'ottica di racconto del prodotto dal punto di vista della sostenibilità.



Orecchini prodotti da Madd-Gioielli di Carta, design di Marta Costantino.

CONTATTI E INFO

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

ECOMONDO

THE GREEN TECHNOLOGIES EXPO



hoopcommunication.it

Organizzato da



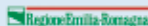
In contemporanea con

keyEnergy

keyWind



Con il patrocinio di



MARTEDI VENERDI

03.06

NOVEMBRE 2015

RIMINI - ITALY

**19^A FIERA
INTERNAZIONALE
DEL RECUPERO
DI MATERIA
ED ENERGIA E
DELLO SVILUPPO
SOSTENIBILE**

WWW.ECOMONDO.COM

Leader nelle tecnologie per il

Il Gruppo IMA si espande in settori e mercati in crescita, grazie soprattutto ad una solida base finanziaria e ad un rapporto stretto con la Packaging Valley italiana

“**U**no dei nostri obiettivi per l'anno in corso è il consolidamento del settore del packaging alimentare, a seguito della recente acquisizione del business dairy del Gruppo OYSTAR, operazione che contribuirà al superamento dell'importante soglia del miliardo di euro di ricavi previsti nel 2015”: così Alberto Vacchi, Presidente e Amministratore Delegato di IMA spa, commenta l'approvazione lo scorso 28 aprile, da parte dell'assemblea degli azionisti del Gruppo, del bilancio 2014. E conferma la strategia:

continuare nel rafforzare il primato nel processing e nel packaging farmaceutico e sviluppare il settore del packaging alimentare in mercati ad alto tasso di crescita.

La base finanziaria

Il Gruppo IMA ha chiuso lo scorso anno con ricavi netti in crescita a 854,6 milioni di euro (+12,3% rispetto ai 760,9 milioni al 31 dicembre 2013). La quota export ha raggiunto circa il 91%, con ottimi risultati in Asia, Medio Oriente ed Europa. In forte crescita il margine operativo lordo (EBITDA) ante oneri non ricorrenti salito a 131,6 milioni di euro (+16,2% rispetto ai



GRUPPO IMA-OPERAZIONI DI M&A NEGLI ULTIMI 5 ANNI

La storia di IMA è caratterizzata da una crescita costante sia per linee interne sia per linee esterne tramite acquisizioni ed alleanze. Ecco le principali operazioni degli ultimi cinque anni.

2010

- Acquisisce la quota di maggioranza di GIMA S.p.A., società di packaging con sede nei pressi di Bologna ed operante prevalentemente nei settori del food and beverage e del personal care.
- Sigla un accordo per l'acquisizione della divisione "Dairy & Convenience Food" del Gruppo Sympak Corazza.

2011

- Perfeziona il closing della divisione "Dairy & Convenience Food" ed acquisisce il business "Chocolate & Confectionery" del Gruppo Sympak Corazza.
- Con SACMI sigla un accordo per la condivisione della newco "CMH", attualmente partecipata in quote paritetiche, dedicata all'industria del cioccolato.

2013

- Sigla un accordo per l'acquisizione di una partecipazione nel gruppo svizzero ILAPAK, che produce macchine confezionatrici per il packaging primario nel settore food.
- Attraverso la controllata cinese IMA Life Beijing, completa l'acquisizione del 59% delle quote della società Shanghai Tianyan Pharmaceutical Machinery Co. Ltd, con sede a Shanghai, specializzata nella progettazione, commercializzazione ed assistenza tecnica nel settore della fornitura completa di sistemi per il riempimento, in ambiente sterile, per prodotti farmaceutici liquidi e polveri e di sistemi di lavaggio e sterilizzazione.
- La partecipazione nel gruppo ILAPAK sale al 51%.

food, la salute e il benessere

113,3 milioni al 31 dicembre 2013), il margine operativo lordo (EBITDA) che ha raggiunto i 130,3 milioni di euro (+16,3% rispetto ai 112 milioni al 31 dicembre 2013) e l'utile ope-

rativo (EBIT) salito a 107,9 milioni di euro (+24,6% rispetto agli 86,6 milioni nel 2013). L'utile dell'esercizio è salito a 56,7 milioni di euro (+3,5% rispetto ai 54,8 milioni nel 2013) e



2014

- La partecipazione nel gruppo ILAPAK sale all'81%.
- Acquisto di una partecipazione di minoranza in Continuus Pharmaceuticals.
- Siglato l'accordo per l'acquisizione di Benhil, Erca, Hassia, Hamba e Gasti (società del Gruppo OYSTAR), leader nella progettazione, produzione e commercializzazione di macchine, linee ed impianti per il confezionamento di prodotti destinati all'industria alimentare e, in particolare, al settore "dairy" con impianti produttivi in Germania, Francia, Spagna e India.

Si tratta dell'acquisizione più importante nella storia del Gruppo. Con questa operazione il Gruppo IMA compie un ulteriore passo verso il futuro. L'offerta delle cinque aziende acquisite, complementare alla presenza del Gruppo nel settore food, posiziona IMA, a livello mondiale, fra i più importanti gruppi leader nel settore del packaging alimentare. Nel mercato globale sempre più competitivo, il Gruppo procede nella sua politica di crescita sostenibile basata sulla valorizzazione di marchi leader di mercato.

2015

- Siglato l'accordo per l'acquisizione di una partecipazione in Teknoweb Converting, con sede a Palazzo Pignano, Cremona, che opera nel settore converting, producendo e commercializzando macchine per la realizzazione di salviette umidificate usa e getta ("wet wipes").
- Perfezionato il closing per l'acquisizione di Benhil, Erca, Hassia, Hamba e Gasti e per l'acquisizione di una partecipazione in Teknoweb Converting.



l'utile del Gruppo ha raggiunto i 51,6 milioni di euro (51,5 milioni nel 2013). Il portafoglio ordini consolidato al 31 dicembre 2014 ha raggiunto i 525,9 milioni di euro, evidenziando una crescita del 15,3% rispetto ai 456,3 milioni al 31 dicembre 2013.

Il Gruppo IMA chiude l'esercizio 2014 con risultati in crescita in tutte le aree di business, grazie al positivo andamento delle vendite di macchine automatiche verso i settori di riferimento (farmaceutico e food) e al contributo del Gruppo ILAPAK.

Le previsioni 2015

L'elevata consistenza del portafoglio ordini al 31 dicembre 2014 e il positivo andamento degli ordinativi nel pri-

mo trimestre, superiore al 1° trimestre 2014, consentono di prevedere nel 2015 una crescita sia per linee interne sia grazie agli importanti investimenti nel settore del packaging alimentare. La recente acquisizione del business 'dairy' del Gruppo OYSTAR dovrebbe infatti contribuire per circa 165 milioni di euro ai ricavi del Gruppo IMA previsti per il 2015 e per circa 15 milioni di euro in termini di EBITDA, rafforzando la presenza nel settore del packaging alimentare. Previsioni di crescita anche del settore farmaceutico.

Nel complesso la stima dei ricavi, in crescita, è di circa 1.085 milioni di euro, un margine operativo lordo (EBITDA) a circa 157 milioni e un significativo aumento dell'utile netto.

CONTATTI E INFO
www.ima.it



Il tubo? A iniezione è meglio!

Contenitori più leggeri e massima versatilità sono le caratteristiche dei tubi prodotti per iniezione con una tecnologia messa a punto da due imprenditori olandesi

Perdere peso è un obiettivo di molti... anche dei produttori e utilizzatori di packaging. Se poi oltre a ridurre materiali e spessori si riesce anche ottimizzare il processo produttivo e a garantire una varietà di forme praticamente infinita, allora si può ben dire di aver fatto l'en-plein. E' quello che hanno fatto due imprenditori olandesi, Corné van Baal e Rinze Willemsen: il primo è il titolare di Appkuns, azienda di stampi a iniezione, il secondo ha un forte spirito di innovazione.

Il progetto nacque con un'osservazione di Corné van Baal: produrre un tubo per estrusione richiede 5 o 6 passaggi, troppi secondo lui, che riteneva invece fosse possibile diminuirli in maniera più efficiente con la tecnologia a iniezione. Bastò condividere questa riflessione con Rinze Willemsen e, nel giro di un giorno, a quest'ultimo venne l'idea di 1-2Tube: un tubo con il tappo a cerniera prodotto in un unico step con uno stampo a iniezione. Il tubo è pensato per essere riempito dall'alto, quindi il tappo con cerniera viene chiuso e sigillato con un sistema a ultrasuoni (www.1-2tube.com). "Se il tappo viene sigillato, anziché chiuso a vite o a pressione - spiega Willemsen - lo spessore delle pareti può essere reso più sottile, con una riduzione di peso fino al 40% rispetto a un pack analogo prodotto per estrusione".

Continua van Baal: "Esistono già dei tubi prodotti per iniezione sul mercato, ma i processi sono lenti e richiedono l'assemblaggio di più parti, come quelli estrusi. La novità di 1-2Tube è che è costituito da un solo pezzo e richiede solo iniezione, riempimento e sigil-



latura. Anche l'etichettatura può essere integrata nel processo di iniezione".

Per ottenere un pack competitivo anche in quanto al prezzo, è stato necessario usare uno stampo con 60 cavità e il progetto pilota è stato fatto con tubi per i formati da hotel. Attualmente la gamma è formata da 4 versioni. Basic è il primo nato: un tubo completamente dritto, perché non essendo necessaria la saldatura del fondo, si evita che quest'ultimo sia più largo della chiusura, cosa che avviene con i tubi estrusi. Poi è arrivata la variante Eco, con un tappo extra piatto che permette un risparmio del 40% di materiale. La versione Elegant sfrutta la libertà permessa dalla tecnica produttiva: il profilo è affusolato, angolato e asimmetrico. L'ultima variante è Special, che combina materiali diversi: chiusura in PP e tubo in plastica flessibile, anche in due colori.

E siamo solo all'inizio: le potenzialità di questa tecnica sono tutte da esplorare. ■

(tratto da VerpakkingsManagement)



PROCESSING & PACKAGING

Fieramilano 19 - 23 maggio 2015

Orari: 10.00 - 18.00
Ingressi: Porte Est, Sud, Ovest

Preregistrati su
www.ipack-ima.com

Being part of innovation.

Milano nel

Il futuro è **IPACK-IMA 2015**, la visione più completa e di valore di tutta la supply chain per il food e non-food. La fiera di riferimento mondiale per l'industria del Grain Based Food e la scelta numero uno in ambito health & personal care, chimica, beni industriali. L'innovativo punto di incontro per il settore alimentare del fresco e la distribuzione. La grande esposizione delle eccellenze produttive internazionali.

Un esclusivo insieme, integrato e sinergico di tecnologie e innovazioni del processing, packaging, converting e logistica, una straordinaria concomitanza con Expo 2015, un grande evento da non perdere.
Fate in modo di esserci.

Connected events:



Co-located with:



Promossa da:



This event is being covered
by professional packaging
journalists from IPPO

INTERNATIONAL PACKAGING
PRESS
ORGANISATION

Con il patrocinio di:



Organizzata da:



ipack-ima spa - Corso Sempione, 4 - 20154 Milano - Italy
tel +39 023191091 - fax +39 0233619826 - e-mail: ipackima@ipackima.it - www.ipackima.it



Punti d'incontro

È la serie di conversazioni tecniche promosse dalla rivista COM.PACK in occasione di Ipack-Ima 2015.

Ogni conversazione ha durata massima di un'ora.
È sostenuta da un esperto del settore sul tema proposto, che condivide con un pubblico di circa 20 persone.

La sintesi di ogni singolo contributo è disponibile sul numero di COM.PACK 19-2015 in distribuzione presso lo stand dove si tengono gli incontri e, a partire dal 24 maggio, anche sul sito www.packagingobserver.com

Mercoledì 20 maggio

Ore 11.30 - **FOOD PACKAGING**

Approcci innovativi
per l'active packaging
Jiabil Gigli - Gruppo SAES

Ore 14.30 - **DETERGENTI**

Il packaging deve prevenire l'overdose
di prodotto? Quali vantaggi?
Mirco Onesti - Reverse Innovation
Paolo Santagiuliana - Taplast

Ore 15.30 - **CREDITO E FINANZA**

Come evitare che un grande debitore
condizioni l'impresa
Antonella Simone - ADZ Morison

Giovedì 21 maggio

Ore 11.30 - **MACCHINE AUTOMATICHE**

Scenari di mercato in Europa: strategie
possibili, tra fusioni e acquisizioni
Antonio Savini - ASEtudes

Ore 14.30 - **SICUREZZA NELL'EXPORT**

Come evitare che il rischio biologico
diventi rischio economico e ambientale
Eni Borshi - A.B.R.A.S.

Ore 15.30 - **ECONOMIA CIRCOLARE**

Il caso del pallet di legno nel settore
alimentare: aspetti di sostenibilità
Primo Barzoni - Palm

Venerdì 22 maggio

Ore 11.30 - **FOOD DESIGN**

La sostenibilità spiegata a tutti: eventi,
packaging, etichette
Luisa Manfrini e Laura Pavesi
Egg Food Design

Ore 14.30 - **ACQUE REFLUE INDUSTRIALI**

Riduzione dei consumi, trattamenti a
norma e riutilizzo nell'industria del packaging
Angelo Bassetti - SIMAM

Ore 15.30 - **CONTATTO ALIMENTARE**

Questioni di sicurezza e di eco-compatibilità
nei materiali cellulosici innovativi per
l'imballaggio alimentare
Andrea Pierpaoli

Quando e dove

Dal 19 al 22 maggio, presso il quartiere fieristico Rho Pero (MI),
all'interno di Ipack-Ima 2015
Pad. 7 / Stand A 116 - COM.PACK (Elledi srl)

Come raggiungere Ipack-Ima 2015

Linea MM 1 direzione Rho-Fiera (con biglietto ATM extra urbano)
Treni suburbani S5 e S6 del Passante Ferroviario-fermata Rho Fiera
(con biglietto ATM extraurbano)
Treni di linea Freccia Rossa, Freccia Bianca e Italo che fermano
a Rho Fiera.

Come entrare a Ipack-Ima 2015

Richiedere alla redazione di COM.PACK il biglietto d'ingresso gratuito
elettronico all'indirizzo mail: info@elledi.info

Specificare a quale incontro si intende partecipare e indicare nome,
cognome, azienda e funzione svolta.

Nuove frontiere per il packaging alimentare

Cosa possono avere in comune un sofisticatissimo display OLED ed il packaging alimentare?

Contributo a cura di:

Stefano Tominetti

Business Development Manager presso SAES Getters

La differenza sembra – ed è – enorme, ma i punti di contatto sono più di quelli che a prima vista si potrebbero immaginare. O almeno questa è la sfida che il Gruppo SAES, una multinazionale italiana con sede a Lainate (Milano), ha raccolto e che sta cercando di affrontare attraverso un'importante attività di Ricerca e Sviluppo.

SAES è leader mondiale nella produzione – tra le altre cose - di materiali che assorbono gas o comunque interagiscono con specie gassose. L'applicazione che ha segnato la storia (e per lungo tempo anche lo stesso nome) dell'azienda è quella del getter per il raggiungimento od il mantenimento del vuoto in molti dispositivi elettronici sigillati.

Al getter si è affiancata nel recente passato una serie di prodotti ottenuti integrando materiali assorbitori di gas all'interno di matrici polimeriche. Concepita principalmente per rispondere ad esigenze di integrazione nel processo produttivo sempre più spinte, questa famiglia di compositi polimerici funzionali (in inglese Functional Polymer Composites - FPC) si è sviluppata inizialmente attorno alla necessità di salvaguardare dall'umidità i display LED organici (OLED, Organic Light Emitting Diodes). Sono così nati dei prodotti dispensabili in forma di coating per assorbire umidità e coating o colle speciali per eliminare o limitare il tra-



Un getter è generalmente un materiale solido che reagisce con specifiche molecole di gas quando ne viene in contatto formando composti stabili e quindi rimuovendo tali molecole dal volume in cui si trovano. SAES fornisce questi materiali anche dispersi all'interno di matrici polimeriche



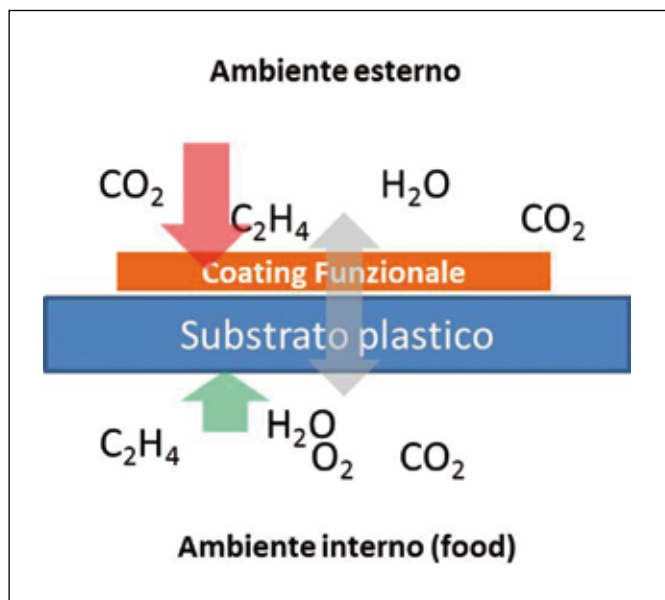
sporto di acqua verso l'interno. Ed ecco il punto di contatto: con l'evolversi della tecnologia dei display verso schermi flessibili e su supporti polimerici, il Gruppo SAES ha sviluppato materiali utili a limitare la permeazione dell'umidità attraverso questi ultimi, sfruttando la capacità dei propri FPC di allungare sensibilmente il tempo di attraversamento. In maniera analoga possono essere incorporati anche materiali nanometrici e sub-micrometrici in grado di interagire con un'ampia varietà di molecole coinvolte nel ciclo di vita degli alimenti.

Mentre gli imballaggi alimentari convenzionali sono barriere passive disegnate per ritardare le interazioni negative dell'ambiente esterno verso l'alimento, un imballaggio attivo è progettato per interagire sia con l'ambiente esterno che con l'alimento, giocando un ruolo dinamico nella conservazione del prodotto.

In quest'ottica, gli sviluppi nell'imballaggio attivo hanno già consentito per esempio di ritardare il processo di ossidazione e di controllare velocità di respirazione, crescita microbica e migrazione dell'umidità. Analogamente, altre tecnologie di packaging attivo prevedono l'impiego di emettitori/assorbitori di biossido di carbonio, assorbitori di odori, materiali in grado di rimuovere l'etilene ed emet-

titori di aromi. Un esempio pratico è quello dell'etilene, prodotto da frutta e ortaggi durante la maturazione. La sua presenza accelera i processi respiratori, portando alla rapida senescenza del prodotto; di conseguenza la sua rimozione dall'imballaggio favorisce l'estensione della shelf life del prodotto fresco.

Il concetto d'avanguardia per il controllo della maturazione dei frutti (climaterici) è rappresentato dal controllo della permeazione selettiva (permselectivity) dei gas attraverso i film plastici utilizzati negli imballaggi per prodotti freschi confezionati con atmosfere modificate. Tali film devono consentire il trasporto dei gas di respirazione, ossigeno ed anidride carbonica, in maniera controllata e nel contempo rimuovere efficacemente l'etilene. Per i prodotti freschi le atmosfere modificate prevedono una quota ridotta di ossigeno rispetto alla composizione dell'aria (1-5%) ed una maggior quantità di anidride carbonica (2-10%), mentre l'etilene deve essere mantenuto a valori inferiori ad 1 ppm. Il concetto di permeazione selettiva necessita della dispersione a livello nanometrico di un assorbitore selettivo per etilene disperso in un film polimerico garantendo nel contempo i requisiti di permeabilità per ossigeno e anidride carbonica. La dispersione a livello nanometrico è un aspet-



Le core-competences SAES sulla tecnologia getter al lavoro: permselectivity abilitata da un coating polimerico funzionale.

to critico per la massimizzazione delle proprietà funzionali del nanocomposito, in particolare qualora si voglia o si debba preservare la trasparenza dell'imballaggio.

Con i materiali nanocompositi, oltre al miglioramento delle proprietà funzionali quali l'effetto barriera e le proprietà meccaniche si arriverà a garantire la sicurezza del prodotto e la qualità sensoriale degli alimenti integrando opportuni sensori ed indicatori direttamente all'interno dell'imballaggio stesso. I nanomateriali sono abbondanti in natura e numerose tecniche sono disponibili per la loro produzione. Le nanoparticelle possono essere prodotte sfruttando il così detto approccio "top down" da strutture di dimensioni maggiori, attraverso macinazione, erosione mediante laser e vaporizzazione seguita da rapido raffreddamento. In alternativa, la tecnica "bottom up" è comunemente utilizzata per la sintesi di nanostrutture più complesse e si basa sull'estrazione/evaporazione a mezzo solvente, sulla cristallizzazione, sull'auto-assemblaggio, sulla deposizione strato per strato, sulla sintesi microbica e/o sulle reazioni da biomassa.

Di fondamentale importanza per poter sfruttare appieno le proprietà delle nanotecnologie applicate ai materiali da imballaggio è la capacità di disperdere finemente queste particelle all'interno delle matrici polimeriche. I laboratori R&S di SAES hanno sviluppato ed ottimizzato tecnologie

avanzate di compatibilizzazione ed omogeneizzazione dei materiali tra loro, supportate dalle necessarie capacità analitiche: l'esperienza maturata nel packaging di sofisticati dispositivi di elettronica organica consente ora al Gruppo SAES di guardare con ottimismo e da una posizione privilegiata alle nuove necessità del mondo dell'imballaggio in particolare di prodotti di qualità.

SAES ha deciso di rispondere a quella che è la richiesta principale che pare emergere quando si parla di packaging innovativo: l'integrazione di nuove funzionalità all'interno del materiale degli imballaggi o la funzionalizzazione delle loro superfici per ottenere una maggiore durata dei prodotti deperibili preservando nel contempo anche le proprietà nutraceutiche, gli aromi ed anzitutto la sicurezza alimentare.

Molte aziende leader nel settore degli imballaggi hanno deciso di intraprendere o stanno intraprendendo questa strada ed il Gruppo SAES è già attivamente coinvolto in progetti di sviluppo specifici con esse. Anche in questo campo, infatti, la creazione di collaborazioni che sfruttino le specifiche competenze dei partner coinvolti è indispensabile per coniugare l'innovazione tecnologica con le specifiche esigenze del mercato, senza trascurare il tassello fondamentale della capacità di trasferire i risultati di questa collaborazione su una adeguata scala industriale.



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



LATTINE PER BEVANDE



FOGLIO SOTTILE



BOMBOLETTE SPRAY



TUBETTI



VASCHE



SCATOLETTE



Il packaging deve prevenire l'overdose di prodotto?

Non solo la comunicazione, ma anche la forma dell'imballaggio, la quantità e i sistemi di erogazione sono funzionali a prevenire sprechi ed eccessi

Contributo a cura di:

Mirco Onesti

Creative Director

Partner di Reverse Innovation



Tutto deve concorrere a far consumare più prodotto possibile? Oltre alla pubblicità, anche il packaging deve massimizzare il riacquisto frequente? Si tratta di due domande solo apparentemente scomode: infatti da sempre la marca desidera che si consumi e che si riacquisti. È l'industria stessa che si pone queste domande, ascoltando il consumatore e raccogliendo il suo disagio, un consumatore a volte deluso dal prodotto a causa del suo imballaggio che genera eccessi, difetti o sprechi. Nel settore della detergenza per la casa, per la persona e per il toiletry, il disagio è diffuso. Per esempio, nei detergenti liquidi per superfici dure vigeva fino a qualche anno fa la regola che un flacone dovesse lasciar libero il consumatore di versare. In realtà di recente è nata l'esigenza di dotare il contenitore di un sistema che aiuti il corretto dosaggio, e la presenza di tale sistema viene considerata dal cliente un punto di forza.

Il pre-dosing system sta sostituendo il tappo dosatore, impreciso, poco pratico, di capacità spesso maggiore di quanto in realtà necessario, al punto che occorre prevedere una tacca di livello per evitare che sia riempito a raso. Il consumatore oggi accetta, anzi cerca una sequenza manuale

obbligata perché lo esonera dal dover esprimere una valutazione troppo soggettiva. Tanto più che la fiducia verso la marca, insieme ad un sistema ben progettato e ben comunicato, gli semplifica la vita. Il criterio-guida dev'essere ispirato all'ergonomia e alla semplicità. Più il sistema parla da solo, meglio è.

A ciascuno il suo sistema?

Tali riflessioni valgono per tutti i prodotti di pulizia oppure è necessario analizzare settore per settore? Se osserviamo il comparto della detergenza per piatti, la questione del "corretto" dosaggio è stata risolta con successo nel segmento dei prodotti per lavastoviglie, oltretutto con successo ecologico e tecnico grazie a film idrosolubili.

Nel segmento per il lavaggio piatti-a-mano, la diffusione dei concentrati ha creato un maggiore vantaggio nella riduzione di peso e di ingombro, piuttosto che nella riduzione della quantità di prodotto da utilizzare; difatti il consumatore tende ad usarne in quantità quasi simile al prodotto diluito. E se da una parte il produttore vede aumentare il consumo, dall'altra il rischio è che il suo cliente



torni al prodotto diluito-tradizionale, dopo aver valutato costi e benefici.

In questo settore sarebbe interessante valutare la possibilità di adottare tappi dosatori progettati ad-hoc, usando la comunicazione per spiegare il vantaggio di un dosaggio inferiore. Un'esplorazione puntuale e accurata andrebbe effettuata anche nel settore dei dentifrici, piuttosto che nei deodoranti roll on, dove spesso il consumatore manifesta irritazione per il mancato utilizzo di tutto il prodotto.

Mani troppo pulite?

Una categoria ad elevati volumi di vendita, globale e ormai ampiamente diffusa, dove innovare è vitale, è sicuramente quella dei saponi liquidi per le mani.

Un po' come sta avvenendo nel settore dei detergenti per superfici dure, anche qui la tendenza delle marche è aiutare l'utente a ridurre la quantità di prodotto erogata ma anche ridurre la struttura del packaging.

A questo punto la sfida raddoppia, perché mettere a punto un packaging flessibile che eroghi tramite un sistema a pompa la quantità voluta, non è un progetto semplice.

Fino ad oggi, la soluzione che più si avvicina al desiderio di erogare la corretta quantità è quella dei dispositivi 'foamer', che oltretutto regalano una sensazione molto più piacevole rispetto alla goccia densa di sapone liquido. Nei punti sin qui affrontati, l'obiettivo condiviso tra industria e consumatori è: ridurre i costi oppure ridurre gli impatti ambientali? I consumatori avvertono disagio di fronte allo spreco e all'inefficienza del packaging, in quanto comportano una perdita 'economica', un danno estetico ai prodotti o una perdita di tempo (il risciacquo, per esempio); la motivazione ambientale resta spesso in secondo piano. Ciò non significa che non sia importante, ma è un onere della marca educare il proprio consumatore a considerare che, oltre al vantaggio economico-pratico, il dosatore intelligente produce anche un vantaggio ambientale condiviso da tutti. Nei criteri per l'assegnazione dell'Ecolabel ai detergenti per la persona, risulta premiante il packaging che consente di utilizzare il più possibile il prodotto contenuto: è un criterio che fa parte di un sistema non ampiamente diffuso ma che indica, dal punto di vista etico ed ambientale, una strada corretta.



La questione 'alimentare'

Il tema dello spreco e dell'eccesso, e quindi del ruolo del packaging nel prevenirlo e gestirlo, diventa invece prioritario nel food e nel beverage.

L'argomento è ovviamente l'impatto sulla salute dei cittadini, ben più rilevante di quello della detergenza sulle persone e sull'ambiente.

La scala delle priorità prevede quindi che la massima attenzione sia data al ruolo-guida del packaging nel food in ordine alla salute, seguito dallo stesso tema ma in ordine alla prevenzione degli sprechi alimentari. Al terzo posto gli impatti di sprechi ed eccessi connessi al toiletry e al loro imballaggio. Al quarto gli impatti legati ai detergenti casa e tessuti ed alle loro confezioni.

Ad elevare la soglia di attenzione al packaging per gli alimenti sono in primis sia le raccomandazioni, sia le direttive e i regolamenti comunitari, fra i quali quello recente sull'e-

tichettatura e in particolare sulle tabelle nutrizionali.

Nel settore alimentare è difficile indicare percorsi o criteri-guida, ma la priorità resta quella di creare un sistema di informazioni nutrizionali efficiente ed efficace, tenendo conto dei limiti di chiarezza e di usabilità, insiti nei dati stessi concepiti come 'tabella'. Più interessante, invece, e potenzialmente più innovativa è la strada della parcellizzazione delle dosi e nella capacità della dose di visualizzare subito il proprio impatto nutrizionale, corredato da un'opportuna informazione. Ma anche questa è una strada in salita! La sfida è riuscire a determinare un rapporto ottimale fra il costo del packaging e il prezzo finale del prodotto venduto in monodose, rispetto alle più economiche confezioni famiglia. Per i progettisti, ma anche per le aziende del settore degli imballaggi, è richiesta una riflessione importante ed anche una spinta a ricercare delle soluzioni che rispondano a tali esigenze.

SIMEI

26^A EDIZIONE

SALONE INTERNAZIONALE
MACCHINE PER ENOLOGIA
E IMBOTTIGLIAMENTO



ORGANIZED BY



Unione Italiana Vini
since 1895



FIERA MILANO

WORLD LEADER
IN WINE
TECHNOLOGY

3-6 NOVEMBRE 2015
Fiera Milano (Rho)

info@simei.it / simei.it

Dispenser e sostenibilità: modificare o ripensare?

È un manufatto ad alta intensità di prestazioni tecniche e di aspettative economiche e sociali, alle quali si aggiungono anche quelle ambientali.

Missione possibile?

Contributo a cura di:
Paolo Santagiuliana
AD presso Taplast

i-Trio di Taplast unisce All Plastic Pump, erogatore in sola plastica senza metallo, a ridotto impatto e riciclabile, a un sistema che regola la quantità di prodotto agendo su una ghiera a ruota: aiuta a dosare senza eccessi.



"Innovation is working on dreams of Customers not on dreams of engineer. We have to improve the Consumer's experience and we have to understand where our product can be distinctive..."

LARRY HUSTON – P&G PAST HEAD OF CONNECT & DEVELOP

Come dev'essere un erogatore intelligente? Per natura un dispenser comunica praticità e qualità connesse al prodotto differenziandolo nettamente dai prodotti che ne sono sprovvisti: rappresenta un delta competitivo molto forte, in grado di determinare il posizionamento, il prezzo, l'identità di marca, la funzione e soprattutto il riacquisto.

Sfide costanti

Se i sistemi di erogazione e dosaggio rappresentano elementi di differenziazione, è anche vero che l'offerta di prodotti che ne sono provvisti è sovrabbondante, e gli elementi del prodotto che possono stimolare la scelta d'acquisto si disperdono in un oceano infinito. A rendere complesse le scelte, s'aggiungono i forti richiami di prezzo del discount e della promozionalità continua, che generano crescente infedeltà sia verso l'insegna, sia verso la tipologia di negozio sia verso il brand.

L'esperienza d'uso dell'erogatore impatta direttamente su percezione e valore della marca: design, mancanza di ergonomia, imprecisioni nel dosaggio, difetti, ecc. hanno un effetto immediato sulle vendite.

Oltre la funzionalità, al dispenser è richiesta anche l'emozionalità: se un elevato numero di prodotti ha oramai adottato un sistema legato a una forma dell'erogatore che a sua volta produce un determinato effetto, differenziare significa ripensare sistema, forma dell'erogatore ed effetto che produce. Ciò richiede allineamento elevato fra le esigenze del produttore del dispenser, dell'azienda di marca e del consumatore.

Criteri guida di base

Una bussola progettuale non può prescindere da alcuni punti cardine: impatto visivo a scaffale forte, sostenibilità in sintonia con il senso critico del consumatore, miglioramenti sul piano della logistica, incremento dell'efficienza produttiva, ergonomia e utilizzo intuitivo, semplificazione di sequenze fino a ieri complesse, basso impatto sullo scontrino, capacità di ispirare fiducia, eleganza, pulizia e precisione; infine, un fattore crescente: deve ispirare simpatia presso l'utenza anziana.

Il dispenser si profila come l'artefatto più complesso del mondo del packaging dopo gli impianti per il confezionamento sterile di farmaci e alimenti: infatti, oltre alle prestazioni economiche, di marketing e di usabilità citate, deve soprattutto rispondere a obiettivi tecnici non semplici, quali il mantenimento della shelf life (aspetti chimici e fisici) del prodotto nella confezione integra, la durabilità minima del prodotto una volta aperto, la stabilità del con-



i-Foam di Taplast riduce gli impatti ambientali grazie ad un uso più efficiente del prodotto e a un minor consumo d'acqua; aggiunge l'esperienza sensoriale tattile della morbidezza.



i-Dose di Taplast è un nuovo sistema dotato del dispositivo brevettato Self-Stop che eroga una dose controllata e previene lo spreco della quantità discrezionale all'uso.

tenitore al quale è associato, la possibilità di essere riutilizzato, la riciclabilità, la possibilità di stampa con diverse tecniche, la facilità di trasporto, la compatibilità con differenti situazioni climatiche, Infine, tutto ciò ovviamente al prezzo più basso, e disponibile sempre e subito. Modificare uno solo di questi fattori, trasforma completamente il progetto.

Innovazione anche ambientale

Il brief per un erogatore innovativo richiede appunto la modifica di uno o più di questi fattori. Per esempio, se si parte dal desiderio di aumentare la sostenibilità di un prodotto e al tempo stesso di integrarla con un'esperienza d'uso, con un nuovo rituale legato al prodotto, la complessità del progetto offre una serie di benefici trasversali. E' il caso recente di i-Dose, un progetto di tappo dosatore Taplast che promuove l'acquisto dei liquidi concentrati, valorizzando i loro punti di forza (minor ingombro nello stoccaggio domestico e maggior maneggevolezza) subito apprezzati dal consumatore; inoltre, il sistema è dotato di un dispositivo brevettato (Self-Stop) che eroga una dose controllata e quindi previene lo spreco della quantità discrezionale all'uso. Quindi, si aggiungono ai vantaggi 'logistici' la riduzione all'esposizione a sostanze chimiche, la maggior durata del prodotto, la riduzione degli impatti ambientali (insiti nel concetto stesso di concentrato). Solo detergenza domestica? Analoghi sono i benefici appli-

cando i-Dose al toiletry, ai cosmetici e all'alimentare (basti pensare all'apporto calorico di salse e condimenti). Il fatto che il consumatore percepisca i vantaggi e li apprezzi, genera un aumento dei margini per l'industria di marca. Un'altra soluzione di Taplast, i-Trio, percorre la medesima filosofia progettuale: si tratta di un sistema All Plastic Pump, erogatore in sola plastica privo di parti metalliche, a ridotto impatto e riciclabile, integrato con un secondo sistema che regola la quantità di prodotto agendo su una ghiera a ruota, un sistema semplice ed intuitivo, affidabile e preciso. In questo caso il consumatore, a seconda dell'uso, può scegliere output diversi.

Anche i-Foam si basa su analoghi concetti ma declinati nella tecnologia della schiuma, nei quali risulta particolarmente apprezzabile la riduzione degli impatti ambientali: utilizzo più efficiente del prodotto e minor consumo d'acqua (applicati per esempio ai saponi liquidi), ma aggiunge l'esperienza sensoriale tattile della morbidezza.

Fra gli elementi ispiratori dei progetti più recenti, l'essenzialità, la semplicità, l'integrazione di nuovi valori e prestazioni sono quelli costitutivi dei nuovi dispenser che, pur apparendo semplici e semplificatori (rientrano nell'area 'fare di più con meno'), richiedono una complessità progettuale ed esecutiva elevata, la conoscenza di mappe del comportamento, l'interpretazione di codici anche in culture diverse, al fine di rendere facile, intuitiva ed emozionale l'esperienza d'uso del consumatore.

Gestire il debitore più grosso ed evitare che lui gestisca noi

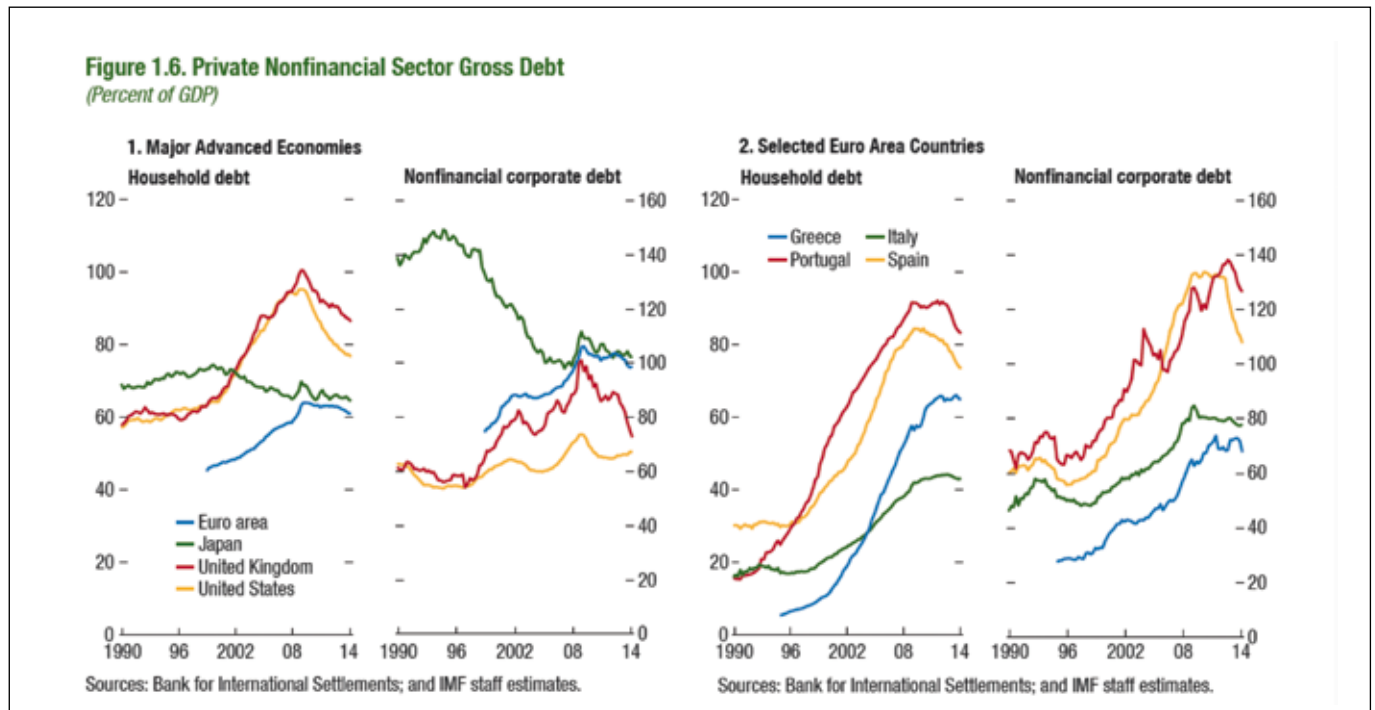
Come uscire da un circolo vizioso generato dal timore di perdere fatturato: le azioni correttive e il ruolo di una comunicazione costruita ad hoc

Contributo a cura di:

Antonella Simone

Responsabile area gestione rischio di credito

ADZ Morison-Milano



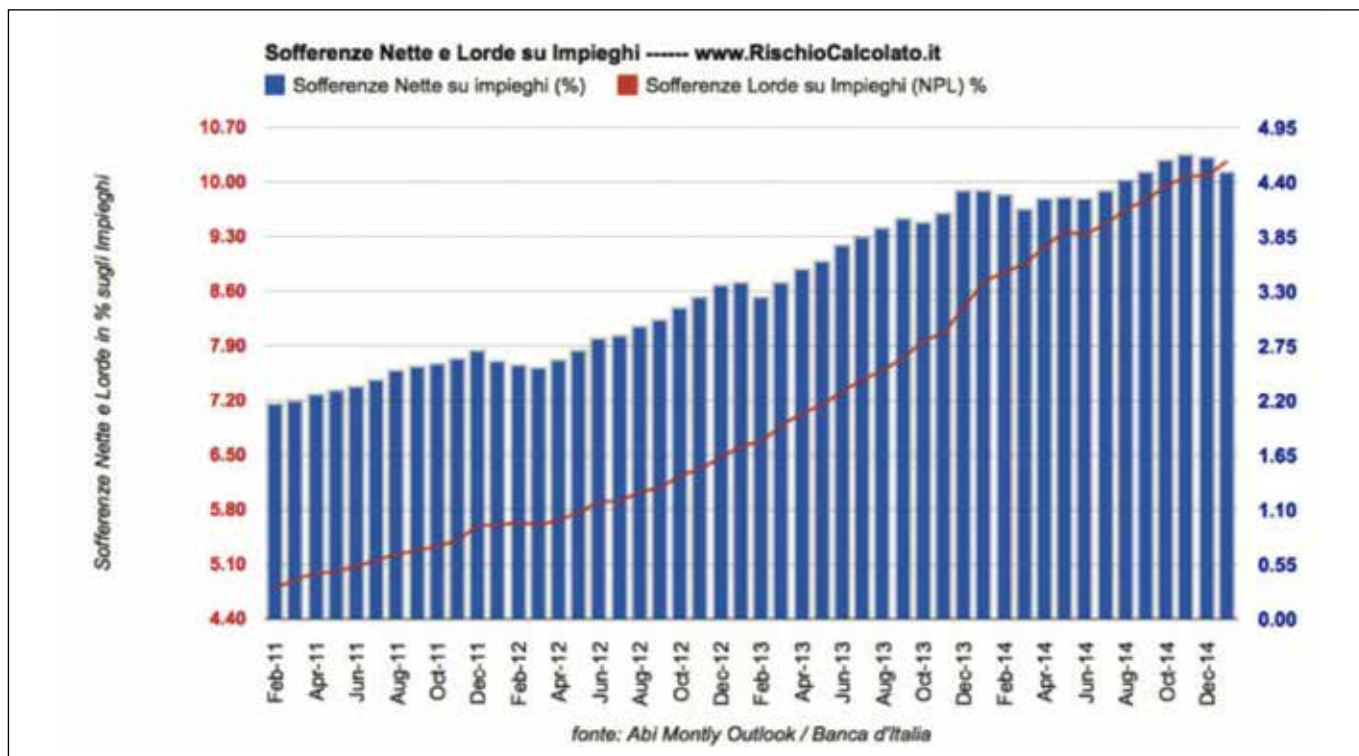
Sia a livello bancario, sia a livello aziendale, oggi il portafoglio dei ricavi, delle sofferenze, dei piani di rientro sta diventando sempre di più schiacciante per l'imprenditore, che resta comunque legato alla cultura del fatturato: sono in molti ad essere ancora vittime dell'equivalenza fatturato=liquidità. Ciò li porta ancora a seguire meccanismi semplici e automatici: portare le fatture in banca, usarle come base per il credito, eventualmente ricorrere al factoring.

Tempi moderni

Peccato, però, che nel frattempo le banche hanno smesso di spuntare gli effetti per dinamiche tutte loro: perché di fatto hanno cambiato mestiere e sono diventate aziende multicanale e multi-prodotto. Nell'aspettativa della piccola impresa italiana, la banca però rimane sempre il partner finanziario; è convinta che la finalità dell'istituto di credito sia supportare l'attività imprenditoriale. Non è più così, la banca ha perso da tempo questa prerogativa, al massimo è vicina alla grande im-

presa per ragioni legate maggiormente agli interessi del mercato borsistico, come la quotazione in borsa, la vendita delle azioni e dei prodotti strutturati connessi. L'imprenditore però non si è ancora dato dei nuovi parametri per condurre l'azienda sotto il profilo finanziario: succede sempre più spesso che le fatture non vengono scontate; spesso a scadenza non si registra il pagamento, anche perché il sistema italiano dei pagamenti è oggi molto rallentato, nonostante le ultime note della fine del 2014 e dell'inizio del 2015 mostrino un rallentamento del peggioramento (da leggersi come una diminuzione del negativo e non come un miglioramento del positivo).

Comunque l'imprenditore si rivolge al sistema bancario chiedendo servizi per le linee di credito, l'operatività, i conti correnti e il castelletto, perché punta almeno alla stabilità del fatturato come obiettivo di base. In questo scenario critico relativo ai pagamenti, anche le società di recupero crediti hanno scarso margine di manovra, e l'imprenditore si ritrova a 'manovrare' da solo almeno per disincagliare i crediti più consistenti.



Panico

La paura di perdere fatturato porta alla perdita di lucidità. A questo punto si innesca la dinamica dell'inseguimento con reiterati tentativi di seduzione. Il debitore, esso stesso imprenditore, ha ben presente la dinamica, sa benissimo che il fatturato resta un driver importante dell'azienda, e adotta meccanismi ricattatori: offre o accetta piani di rientro che sono però vincolati a nuove forniture. E se il piano di rientro è consistente, scatta anche il condizionamento della scontistica. L'imprenditore così si trova a inseguire, sedurre, subire il ricatto del debitore più grosso ed anche lo sconto. Questa dinamica porta le aziende ad implodere, non porta crescita né al debitore né al creditore: il debitore spesso allunga soltanto la corda mentre sta già annegando, mentre il creditore che deve riscuotere si concentra sugli aspetti patologici e sottrarre risorse agli aspetti fisiologici.

La soluzione

Si è innescato un circolo vizioso, e la discontinuità è la via d'uscita. Si riparte dando priorità ai clienti veri e ai prospect, a quelli valutati, analizzati e scelti, sui quali siano state raccolte tutte le informazioni che permettono di conoscerli in modo approfondito. Si riparte da questa regola semplice: posso gestire soltanto ciò che conosco. Concentrarsi su una realtà economica 'schedata' permette di formulare offerte, scontistiche, piani di pagamento concreti. Fra i comportamenti invece da evitare nei confronti di grandi debitori è prendere l'auto blu, smuovere l'amministratore delegato e o il direttore generale per andare a trovare il debitore più

grosso: la questione deve mantenere l'importanza adeguata ma non bisogna fargli percepire che il coltello dalla parte del manico ce l'ha lui. Attraverso una comunicazione ben fatta bisogna fare in modo che sia il debitore a sentire l'impellenza di venire dal creditore.

Messaggi chiari

Evitare quindi i segnali di riverenza che vengono interpretati come debolezza, concedere sconti, dare forniture prima che siano state pagate quelle vecchie, accettare piani di rientro non negoziati e imposti unilateralmente, o non verificati in base alla credibilità e alla sostenibilità dell'azienda debitrice: quest'ultima deve dimostrare che sarà ancora attiva, esistente e in grado di pagare fino all'ultima data prevista del piano; deve garantire che possa permettersi un determinato piano di rientro, che sia 'capiente'.

Un piano di rientro, se è stato negoziato bene, offre veramente delle opportunità: comunica al debitore che la mia azienda è ben gestita, che non ho bisogno di fatturato ma di avere clienti, cioè aziende che paghino regolarmente a scadenza.

Queste indicazioni sono generalizzazioni: infatti, le situazioni patologiche sono spesso standard, quelle fisiologiche mai. Quindi la soluzione per rientrare in una gestione creditizia fisiologica è sempre particolare e unica, a seconda dei casi. La comunicazione da costruire per reimpostare il rapporto col debitore va studiata. Le tecniche di comunicazioni adottabili rivelano che si ottengono concreti risultati sia con piccole aziende o multinazionali, sia con aziende della stessa nazione sia in caso di export.

Macchine automatiche: Italia e Germania a confronto

Il mercato chiede sempre più fornitori unici capaci di assicurare progettazione, realizzazione e assistenza post vendita di impianti completi: o crescere o allearsi

Contributo a cura di:

Antonio Savini

Market analyst presso ASEtudes

INDICI DI BILANCIO (MEDIA 2010-2013)

	Italia	Germania
Var % fatturato	7,9%	7,5%
ROI %	5,7%	7,1%
Leverage	4,8	3,0
Liquidità %	10,7%	14,3%

Fonte: Elaborazioni ASEtudes su dati di bilanci 2010-2013

Germania e Italia sono i due più importanti esportatori di macchine per l'imballaggio al mondo. In media più dell'80% della loro produzione è venduta sui mercati esteri. Tradizionalmente, si utilizzano i dati di commercio per confrontare i due paesi. Le esportazioni, però, hanno il difetto di offrire un quadro parziale, perché:

- 1) registrano unicamente le macchine e non i servizi;
- 2) non contengono né la produzione venduta sul mercato domestico, né il fatturato estero su estero;
- 3) sono dati aggregati e non consentono un'analisi a livello di singola impresa.

Questi inconvenienti si possono evitare se si utilizzano i dati di bilancio delle imprese. Allo scopo di fornire un quadro il più possibile corrispondente alla realtà, si è deciso di analizzare i bilanci 2010-2013 di un campione composto da 63 imprese italiane e da 39 imprese tedesche con fatturato superiore a 10 milioni di euro. Per maggiore completezza sono stati utilizzati i bilanci consolidati.

Le differenze dei fatturati

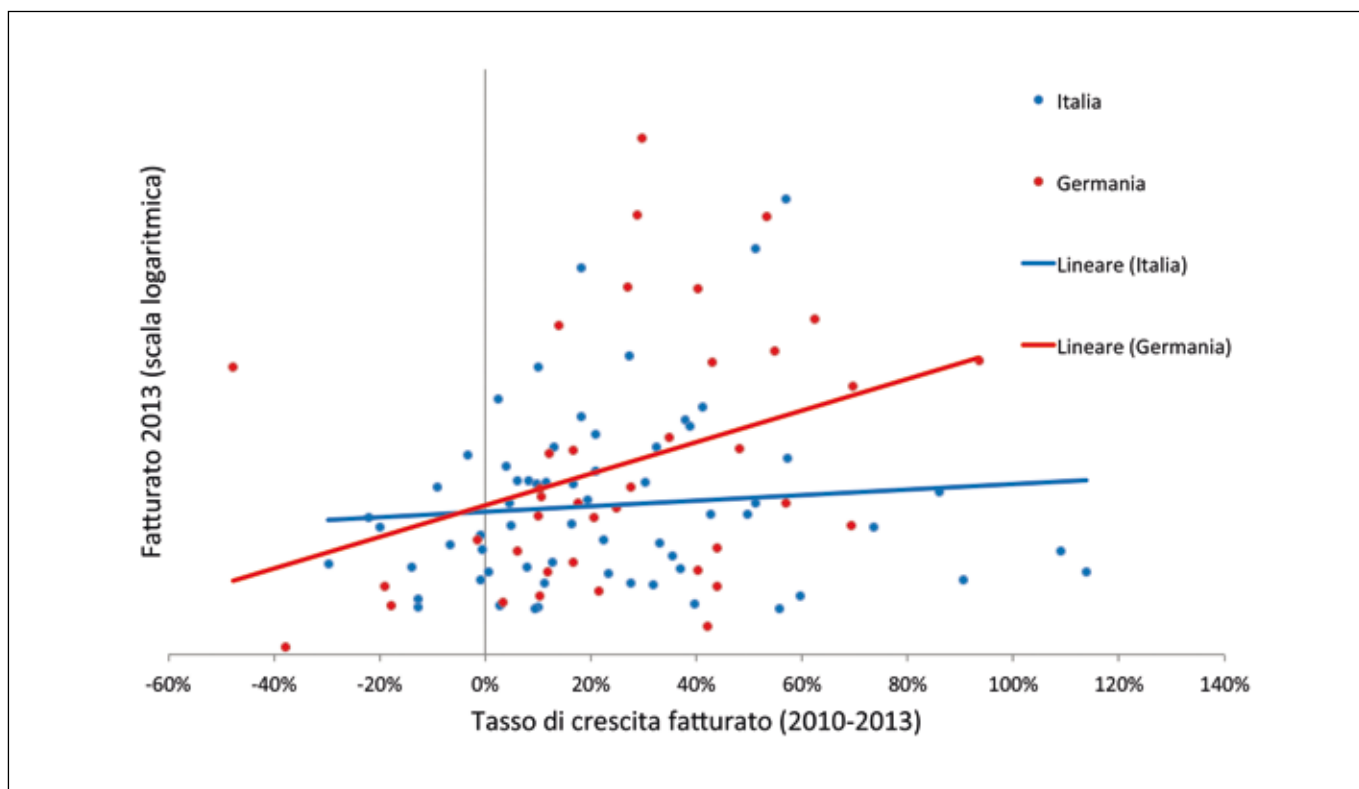
Esaminando unicamente i dati delle esportazioni, si può essere portati a concludere che le dimensioni del settore siano simili nei due paesi. Nel 2013, la Germania ha espor-

tato macchine per un totale di 5.584 milioni contro i 4.895 milioni di euro dell'Italia. Invece, guardando i bilanci si osserva un fatturato totale tedesco 2013 di 8.430 milioni che si contrappone ai 5.400 italiani. La differenza tra i due paesi, che è del 14% se ci si limita ad osservare le esportazioni, diventa del 56% se si confrontano i fatturati. La discrepanza tra i due dati si può spiegare osservando come nei bilanci siano presenti le vendite sul mercato interno tedesco (più grande di quello italiano) e, soprattutto, il fatturato estero su estero.

Nel complesso la crescita dei ricavi nei due paesi è stata in linea con la crescita del mercato globale. Nel periodo 2010-2013, le esportazioni mondiali di macchine per l'imballaggio sono aumentate del 29,6%, mentre i fatturati complessivi sono cresciuti del 31,5% in Italia e del 30,1% in Germania.

La redditività

La tabella permette di approfondire l'analisi confrontando i tassi di crescita con gli indici di redditività, d'indebitamento e di liquidità. Tra il 2010 e il 2013, il tasso di crescita medio annuo del fatturato è stato simile nei due paesi, con un leggero vantaggio dell'Italia. Al contrario, la redditività del



capitale investito è stata superiore in Germania. Infatti, il ROI (rapporto tra il reddito operativo e il totale dell'attivo di bilancio) si è attestato mediamente al 7,1% contro il pur buon 5,7% delle imprese italiane. La minore redditività italiana non dipende dal costo del lavoro (63 mila euro contro 65 mila), ma da fattori dimensionali. Nel nostro campione, il fatturato medio di un'impresa italiana è di 86 milioni contro i 216 della sua omologa tedesca. La maggiore dimensione consente di ripartire i costi fissi legati alla necessità di sostenere una rete commerciale mondiale, allo sviluppo di nuove tecnologie ed all'amministrazione su un fatturato superiore e consente di realizzare economie di scala. Tutti questi elementi si traducono in una superiore redditività. Un altro elemento di svantaggio delle imprese italiane è rappresentato dalla loro minore capitalizzazione. Il leverage, rapporto tra il totale dell'attivo da un lato e il capitale sociale e le riserve dall'altro, è notevolmente superiore per le imprese italiane rispetto alle loro omologhe tedesche. Una leva finanziaria più elevata non costituisce un problema in una situazione di crescita complessiva del settore; lo è durante una crisi economica. In questo caso diventa più difficile reperire fonti di finanziamento esterne ed è importante disporre di scorte di cassa per far fronte ai flussi della

normale attività d'impresa. La liquidità detenuta dalle imprese italiane (rapporto tra la cassa e il totale dell'attivo) è mediamente buona. Nel periodo 2010-2013 si è situata a quasi l'11%; livello importante soprattutto se si considera la situazione economica dall'Italia nello stesso periodo. Se la liquidità è buona in Italia, è, invece, ottima in Germania dove è pari al 14,3%. Il vantaggio delle imprese tedesche non è dovuto solo al tasso della liquidità, ma anche alla massa complessiva di mezzi di pagamento immediatamente disponibili, perché il 14,3% è calcolato su un capitale complessivo superiore.

I vantaggi della dimensione

Il grafico confronta il fatturato totale 2013 con il suo tasso di crescita (2010-2013) per ogni singola impresa del campione. Le società italiane sono in blu, mentre quelle tedesche in rosso. Due rette sono state interpolate ai dati per permettere di analizzare i due paesi separatamente. Le imprese italiane sono rappresentate dalla linea di tendenza blu. Essa è praticamente orizzontale; dunque le società sono cresciute mediamente come l'insieme del mercato indipendentemente dalla loro dimensione. Invece, la linea rossa delle imprese tedesche è inclinata positivamente e, di

conseguenza, le società tedesche più grandi sono cresciute un po' più rapidamente dell'insieme del mercato.

I fattori di questa performance sono due: acquisizioni e offerta di soluzioni produttive complete. Le fasce medie e alte del mercato della macchina per l'imballaggio sono caratterizzate dalla presenza di un numero ridotto di società che competono su scala globale. In una situazione oligopolistica di questo tipo, la strategia di conquistare quote di mercato con una politica di prezzi aggressiva va unicamente a vantaggio dei clienti. E' molto più saggio utilizzare la liquidità per aumentare le proprie quote di mercato tramite una politica di acquisizioni, ma di natura del tutto particolare.

Strategia di crescita

In generale, non si cerca di acquistare i propri diretti concorrenti (spesso non scalabili), ma si assorbono società che operano in segmenti di mercato paralleli. Le acquisizioni permettono di crescere più rapidamente dell'insieme del mercato, di acquisire nuove competenze tecnologiche e di valorizzare le competenze dell'impresa. Infatti, la vera specialità dei grandi attori del settore non è l'offerta di macchine per l'imballaggio destinate a uno specifico settore, ma la capacità di proporsi ai propri clienti come fornitore

unico capace di assicurare la progettazione, la realizzazione e l'assistenza post vendita di impianti completi tecnicamente complessi e con elevati standard di affidabilità. Queste competenze sono difficili da ottenere ma, una volta acquisite, possono facilmente essere valorizzate attraverso la loro applicazione a settori di sbocco diversi.

Bosch Packaging ha scelto questa strategia e la persegue in modo coerente da parecchi anni.

Più recentemente ha trovato numerosi imitatori, europei e non. Nel 2014, i gruppi americani Barry-Wehmiller e Pro-Mach hanno acquisito rispettivamente le società francesi Arcil (inventori della tecnologia form-fill-seal) e Zalkin (sistemi di chiusura). Anche le società italiane si stanno avviando decisamente in questa direzione.

Lo fanno attraverso le acquisizioni o, specificità italiana, con una politica di alleanze. Nei prossimi anni, la vera linea di frattura per comprendere le dinamiche del settore macchine per l'imballaggio non sarà tra Italia e Germania, ma tra imprese che adottano strategie diverse. Lo spazio di quelle specializzate su un singolo segmento di mercato tenderà a ridursi a vantaggio di quelle capaci di offrire, grazie ad acquisizioni o alleanze, soluzioni integrate per tutti i settori di sbocco, siano esse tedesche, italiane, americane o, a termine, asiatiche.

A new vision of the meat industry

Milano ad



MEAT TECH

Processing & Packaging
for the Meat Industry



Fieramilano 19-23 maggio 2015

Orari: 10.00 - 18.00

Ingressi: Porte Est, Sud, Ovest

Preregistrati su: www.meat-tech.it

Meat-Tech 2015 cambia lo scenario dedicato alle tecnologie e ai prodotti per la lavorazione, la conservazione, il packaging e la distribuzione delle carni, offrendo una visione d'insieme straordinariamente dinamica ed efficace per sviluppare nuovi business.

Grazie alla contemporaneità con **IPACK-IMA** e la sua correlata Dairytech, la nuova fiera specializzata per il settore lattiero-caseario, **Meat-Tech** potrà beneficiare della grande sinergia tecnologica con l'industria del fresco e di un pubblico altamente qualificato e internazionale.

Completa l'offerta espositiva Fruit Innovation dedicata al mondo dell'ortofrutta.

Un esclusivo insieme, integrato e sinergico di tecnologie e innovazioni, una straordinaria concomitanza con Expo 2015, un grande evento da non perdere.

Fate in modo di esserci.

Connected events:



Co-located with:



Organizzata da:



ipack-ima spa - Corso Sempione, 4 - 20154 Milano - Italy
tel +39 023191091 - fax +39 0233619826 - e-mail: ipackima@ipackima.it
www.ipackima.it

Promossa da:



Export: più sicurezza per prodotti e imballi

La globalizzazione degli scambi commerciali innalza il rischio biologico e potenzialmente favorisce la contaminazione degli ecosistemi

Contributo a cura di:
Eni Borshi

Quarantine Manager
presso A.B.R.A.S.



L'Italia è uno dei paesi che esporta maggiormente beni ad elevato valore aggiunto, dalla meccanica all'elettronica, dai beni strumentali a tutto il comparto dell'automazione. Sia i prodotti sia gli imballaggi, soprattutto di legno, possono trasformarsi in vettori di agenti biologici in grado di infestare o contaminare i territori di destino. In gergo tecnico, la spedizione in 'regime di quarantena' è la soluzione che previene danni economici (stop doganale o respingimenti) e ambientali. Eni Borshi, dottoressa in chimica, quarantine manager e responsabile presso A.B.R.A.S.-Fidenza (PR) dei sistemi di gestione per la qualità e fitosanitario, illustra i termini del problema e delinea il quadro delle soluzioni.

Le imprese oggi sono consapevoli del rischio biologico legato all'export?

Purtroppo oggi le aziende sono proiettate a rispondere ai requisiti 'economici' dei propri clienti: considerano la quarantena come una spesa in più. In generale, in Italia prevale una mentalità pompieristica: risolviamo brillantemente il problema dopo che si è manifestato. Una semplice analisi preliminare del rischio evidenzia che la quarantena non va vista come una spesa ma come un punto di miglioramento vincente.

Perché le imprese italiane tendono a trascurare il rischio biologico? Si può renderle più attente?

Sicuramente la crisi economica ha giocato a sfavore, ma direi che si dovrebbe lavorare maggiormente sulla mentalità: in base alla mia esperienza nel settore delle spedizioni degli imballi in regime di quarantena, posso dimostrare



che quando la quarantena diventa un processo standard i costi aziendali delle spedizioni si abbassano. L'ultimo caso l'ho verificato in un flusso di spedizioni standard in cui gli imballi dovevano essere sottoposti a quarantena secondo le richieste del Dipartimento dell'Agricoltura australiano: sono aumentate le competenze all'interno dell'azienda che esportava, e il suo cliente si è mostrato particolarmente soddisfatto.

Ogni paese ed ogni area geografica del mondo ha delle sue regole e specifiche: quale può essere considerata di riferimento?

Per gli imballaggi in legno esiste lo standard IPPC/FAO ISPM 15, che indica delle misure fitosanitarie specifiche per l'imballi, ma per quanto riguarda anche il relativo materia-



le ci riferiamo ad uno standard più ampio che considera tutto il campo della biosicurezza estesa dall'imballo fino al prodotto contenuto; in questo caso, sicuramente dobbiamo pensare all'AQIS, l'Australian Quarantine and Inspection Service che fa capo al Dipartimento, cioè al ministero, dell'Agricoltura, della Pesca e delle Foreste. Questa agenzia, tramite regole molto specifiche, ha la responsabilità primaria di tutelare il complesso bio-sistema continentale, messo sotto stress non solo dall'aumento degli scambi commerciali internazionali ma anche dai cambiamenti climatici.

In che senso le norme sono obbligatorie o facoltative?

Facciamo il caso dello standard internazionale ISPM - 15 relativo agli imballaggi in legno: non tutti i paesi del mondo

l'hanno adottato ma la maggior parte sì e tutti quelli più importanti per l'export: di fatto è obbligatorio, non è una legge vincolante per tutti ma è come se lo fosse. Lo stesso vale per l'introduzione di merci in grandi paesi come l'Australia, che vanta gli standard di biosicurezza più elevati del mondo: per esempio, a proposito di infestanti guarda non solo a quelli animali e vegetali, ma anche alla presenza di terriccio perché potrebbe nascondere spore o larve. Le muffe e i funghi azzurranti vengono spesso considerati motivo sufficiente per un rifiuto d'ingresso della merce negli Stati Uniti. Insomma, occorre dedicare attenzione alle normative dei singoli paesi.

Quali sono i criteri di base con i quali l'ufficio spedizioni di un'azienda manifatturiera deve agire?



Occorre sempre focalizzarsi su due requisiti: quelli del cliente e quelli del paese ospitante. I primi potrebbero essere anche più restrittivi dei secondi, e non viceversa ed è per questo che occorre considerarli entrambi per non avere brutte sorprese alle dogane.

Il secondo strumento da conoscere è quello delle normative, un aspetto che può essere oneroso se si esporta in numerosi paesi. In genere le aziende riconosciute e accreditate dei singoli paesi di destino sono sempre le realtà più aggiornate in fatto di normativa o possono dare la risposta in tempo reale.

Cosa intendono le autorità doganali estere con il termine inglese di 'quarantine'?

In Italia si tende a tradurlo e interpretarlo come 'quarantena', cioè il periodo di isolamento funzionale all'osservazione, della durata di 40 giorni, che si prescrive a una persona o a un animale in caso di malattie epidemiche. Ma nella logistica internazionale, il regime di quarantena significa 'assenza di infestanti'. La verifica di questo regime passa sia per la presenza di documentazione idonea e di marchi di qualità, che deve attestare idonei trattamenti fisici o chi-

mici, sia per l'ispezione fisica dalla quale deve risultare l'assenza di tracce o evidenze di infestanti biologici.

In quale ambito è più avvertita l'esigenza della biosicurezza?

Gli imballaggi in legno sono certamente i protagonisti: i primi controlli e la maggior parte dell'attenzione sono indirizzati a loro, sono un punto sensibile del regime di quarantena. Quindi, da una parte è importante curare molto la conformità dell'imballo in legno e di tutti i suoi componenti e accessori interni ed esterni, ma senza farsi distrarre troppo: gli ispettori di molti paesi verificano sempre di più l'assenza di infestanti anche per la merce contenuta. Più in generale, possiamo dire che la biosicurezza è un'area di controllo doganale in crescita: un numero crescente di paesi adotta misure che vanno anche oltre lo standard fitosanitario degli imballaggi in legno: chi produce ed esporta semilavorati, beni intermedi, strumentazioni ad elevato valore aggiunto è opportuno che investa in competenze e attenzione. Il motivo è semplice: non farlo costa di più perché il rischio di incappare in un controllo 'positivo' diventa ogni giorno sempre più elevato.



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



Economia circolare: il caso del pallet di legno

Un nuovo approccio alla qualità del pallet che parla del prodotto dell'impresa e del suo territorio: i primi partner sistemici che promuovono coerenza con i valori dei prodotti movimentati

Contributo a cura di:

Primo Barzoni

AD e Presidente di Palm spa

Indispensabile: immaginare qualsiasi altro imballaggio primario o secondario senza il bancale non è possibile perché non solo la sua dimensione determina la maggior parte delle dimensioni degli altri, ma anche perché ne giustifica l'esistenza: senza un pallet sarebbero intrasportabili.

La necessità di utilizzarli determina l'elevato numero in circolazione in Italia e nel mondo e ne impone l'analisi dal punto di vista ambientale, ma non solo: poiché il pallet più diffuso è di legno, ciò che ruota intorno all'economia agroforestale vive anche delle migliaia di aziende che ac-

quistano, trasportano, trasformano e assemblano sezioni di legno: in Italia e nel mondo. È opportuno che la riflessione socio-ambientale più importante vada indirizzata al settore che ne fa un utilizzo maggiore: l'agroalimentare.

Palm di Viadana (MN) opera da 35 anni nella produzione di bancali standard e su misura; nel 2007 ha iniziato un percorso di sostenibilità che l'ha portata a costruire un'importante sezione di quel concetto di economia circolare che viene indicato sempre di più come il futuro possibile per un'economia sostenibile, a partire dal tema stesso di Expo

SOLIDALE ITALIANO
altrimenti

LAVAZZA

MIELZIA

IRIS

GREENPALLET®
il pallet dal cuore verde
entra nell' INTERNET OF THINGS

100% TRACEABILITY
RFID

Sano
Attenzione alle caratteristiche delle materie prime utilizzate certificate FSC/PEFC e garanzia della solidità in particolare quando commesso al carotaggio-climatico

PEFC

FSC

-37% CO₂

Sistemico
Attivazione della rete regionale tra i vari soggetti in tutto il ciclo di vita del pallet privilegiando le sostenibilità ambientale come veicolo di valori da perseguire

Etico
Rispetto della giustizia sociale ed etica nel realizzare, salvaguardando dei diritti dei lavoratori

Slow Food

LURISIA
PREMIUM BEVERAGES

Slow fish

Latteria Soresina

CAMPAGNA AMICA



2015. Ed è infatti nel settore food che l'azienda ha realizzato nel corso degli anni un sistema di relazioni virtuose coinvolgendo aziende agroalimentari.

L'uso della LCA

Nonostante il settore imballaggi in legno non sia particolarmente impattante in termini di emissioni, Palm si è avvalsa della collaborazione del Consorzio Universitario di Ricerca Applicata (CURA) dell'Università degli Studi di Padova per dare vita ad un progetto per sviluppare un modello affidabile per il calcolo e la gestione della Carbon Footprint dell'intera filiera di cui Palm fa parte.

Nel rispetto della norma ISO 14064, è stato analizzato in dettaglio il ciclo di vita dei pallet (LCA) e dei processi che li coinvolgono. È stato così creato il "punto di partenza" dal quale si è partiti per migliorare la gestione di tutti i processi per ridurre le emissioni in atmosfera: la LCA è divenuta base per l'Ecodesign, il vero impegno quotidiano di Palm di co-progettazione insieme al cliente per ridurre gli impatti ambientali in ogni fase del ciclo di vita del prodotto.

È subito emerso che i soli trasporti generati dall'approvvigionamento delle materie prime legnose - le quali provenivano principalmente dall'Est Europa - erano responsabili del 60% di tutte le emissioni. Si è quindi deciso di privilegiare fornitori che si trovassero più vicini all'Italia, intensificando ove possibile l'utilizzo di legname disponibile localmente (pioppo delle golene del Po).

Sempre sul fronte trasporti, questa volta dei prodotti finiti ai clienti, si è agito parallelamente dotandosi di più moderni vettori "Euro 5" e-o scegliendo logistiche dotate di mezzi moderni e poco inquinanti. Il bancale viene concepito quindi coinvolgendo usi, necessità e comportamenti degli utilizzatori, con l'obiettivo però di renderli consapevoli del ruolo che il pallet svolge: in questo senso Palm si definisce co-produttore insieme all'industria e al cittadino consumatore, che sempre di più vede e sa riconoscere forme e funzioni del bancale di legno.

Energy saving

Inoltre sono state monitorate in modo sempre più preciso le tratte coperte, per cercare di ottimizzare consegne e saturare il più possibile i mezzi in movimento, sfruttando i viaggi di ritorno per recuperare pallet usati e rotti spesso giacenti nei magazzini dei clienti.

Sul fronte produttivo, esperti hanno analizzato i consumi, individuando due interventi: acquistare energia elettrica proveniente da centrali idroelettriche valdostane e ottimizzare le linee produttive installando motori meno energivori. È stata poi diffusa e attuata una serie di buone pratiche: raccolta differenziata dei rifiuti, illuminazione degli ambienti con fotocellule, uso di "ciabatte" elettriche per ridurre il numero degli apparecchi in stand-by, uso di carta e toner riciclati.

Gli sforzi hanno prodotto subito risultati a due cifre per-



GreenPallet, protagonista all'evento Seeds&Chips, ha sostenuto testi e infografiche esplicative sulle emergenze legate all'alimentazione.

centuali, condivisi con i nostri portatori d'interesse, tramite un calcolatore che riusciva a rendicontare ai clienti la quantità di CO₂ emessa e risparmiata attraverso un calcolatore. Ovviamente nei primi anni si sono avute le riduzioni più drastiche in quanto l'incidenza degli interventi è stata massima; tuttavia si tratta di un processo continuo che ha permesso di abbattere in 7 anni (dal 2007) del 37% l'impronta ambientale in termini di CO₂ equivalente.

Nasce una soluzione

LCA-Ecodesign e interventi progressivi hanno permesso di realizzare GrenPallet: isomodulare, risponde alle esigenze del Piano Nazionale della Logistica che prevede la riduzione di 4 miliardi di euro di costi anche saturando gli spazi sui camion che viaggiano non a pieno carico. GreenPallet viene eco-progettato in funzione delle esigenze di trasporto delle merci di ogni singolo cliente, con formati anche diversi dallo standard 80x120, riducendo così l'utilizzo di materia prima legno impiegata; quindi, permette di ottimizzare i trasporti e di ridurre le emissioni di CO₂ dovute alla circolazione di camion mezzi vuoti. Frutto del lavoro svolto a seguito della LCA-Ecodesign, il GreenPallet ingloba anche i

concetti di approvvigionamento equosolidale: scegliendo prodotti certificati FSC o PEFC le aziende e i consumatori contribuiscono alla tutela delle foreste e dei valori sociali e ambientali. L'adozione di queste risorse certificate crea automaticamente adeguamento alla normativa entrata in vigore a livello comunitario sulle importazioni di legno legale (Due Diligence, noto anche come EUTR). Il pallet nasce da un apposito software che permette un'eco-progettazione. L'azienda ha scelto un Disciplinare sistemico, un percorso a tappe che il software considera tenendo conto dei fattori in gioco suscettibili di aumentare o diminuire gli impatti ambientali e sociali.

"P" come partner

"A distanza di 7 anni - conferma Primo Barzoni, amministratore delegato dell'azienda mantovana - penso di poter affermare che una LCA-Ecodesign può diventare lo spunto ma anche la base per costruire un piano industriale, che ruota intorno ad un prodotto che, oltre a trasportare, contiene funzioni e valori realmente richiesti dalla comunità." GreenPallet è stato scelto come prodotto partner di numerose iniziative e progetti degli ultimi



GreenPallet con tecnologia RFID: il sistema di tracciabilità e rintracciabilità è servito per gestire la movimentazione dei pallet utilizzati per gli allestimenti degli stand al Salone del Gusto di Torino 2014.

anni nel settore agroalimentare: dal salone Sana a Fa' la cosa giusta!, da Seeds & Chips al Green Retail Forum ma sopra tutti emerge la collaborazione con l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e con il Salone Internazionale del Gusto, per il quale GreenPallet è stato protagonista delle ultime 4 edizioni biennali, in qualità di strumento logistico ma anche di struttura espositiva isomodulare, poi recuperata ad utilizzo logistico dalle aziende stesse a fine manifestazione: "Era questa la prova del 9 – precisa Barzoni – dimostrare come all'interno di un evento che genera un indotto economico importante come il Salone, GreenPallet fosse un fattore importante nella progettazione sistemica dell'evento stesso e fosse il pallet stesso un manufatto in grado di evolvere e prestarsi a più utilizzi."

Pallet e Internet of Things

E sull'onda di questi riscontri è nata l'ultima tappa in ordine di tempo (ma non l'ultima in assoluto) del progetto industriale: Palm ha coinvolto Tenenga, società specializzata in soluzioni di automazione che offrono trasparenza dei dati, efficacia operativa e copertura funzionale, nel

progetto innovativo di dotare i GreenPallet della tecnologia RFID introducendo un sistema di tracciabilità e rintracciabilità per gestire la movimentazione dei pallet utilizzati per gli allestimenti degli stand al Salone del Gusto di Torino 2014.

Il progetto coreografico ha previsto che su un migliaio di pallet degli 8mila utilizzati al Salone, fosse applicata la tecnologia RFID per identificare in maniera univoca ogni singolo pallet, rendendolo comunicante e intelligente in modo da facilitare la localizzazione, l'inventario nonché la gestione delle informazioni associate ai prodotti trasportati. Il progetto è stata l'occasione per ribadire il valore delle tecnologie e dell'automazione, soprattutto RFID a supporto di una buona gestione delle informazioni sia per gli operatori della filiera che per i consumatori finali.

L'applicazione dimostrativa realizzata in occasione del Salone torinese ha dunque confermato come il bancale GreenPallet si renda disponibile sul mercato quale primo strumento di tracciabilità e rintracciabilità, in un'ottica di gestione ottimizzata della logistica e di contrasto ai fenomeni di spreco, grazie alla possibilità del controllo in tempo reale della supply chain.

La sostenibilità spiegata a tutti: eventi, prodotto, packaging, etichette

Scongelare dati, cifre, statistiche e concetti che spiegano il peso di scelte d'acquisto e di consumo non è semplice: neppure per operatori del settore. Un sistema polisensoriale ed esperienziale per informare e stimolare al cambiamento

Contributo a cura di:
Luisa Manfrini e Laura Pavesi
Progettiste
presso Egg Food Design

Raccontare il consumo di risorse naturali e gli impatti creati sull'ambiente dalla trasformazione, produzione, consumo e gestione dei rifiuti di alimenti, bevande ma anche di prodotti non alimentari è sempre più una priorità per le imprese sia di beni confezionati sia di servizi di ristorazione, piuttosto che di hotelierie, benessere, salute.

La descrizione verbale, il dato numerico, l'immagine e il

video rimangono elementi fondamentali degli attrezzi comunicativi, ma le possibilità di informarsi e condividere sempre più spesso i contenuti in modalità digitale e nomade richiede sempre di più una brevità ed un'efficacia capaci di accorciare i tempi della lettura dei contenuti e della loro comprensione e assimilazione.

L'annuncio a suo tempo di Expo 2015 ha posto agli opera-





tori coinvolti nei temi della sostenibilità alimentare il problema di nuove forme di comunicazione e condivisione. Il problema di base è l'informazione tecnico-scientifica che un qualsiasi percorso di sostenibilità richiede per poter essere spiegato.

Soprattutto per il consumatore finale, già in difficoltà a decodificare le complesse indicazioni delle tabelle nutrizionali, si pone l'ostacolo di capire, per esempio, il senso e il valore delle emissioni di CO₂, l'importanza di ridurre un consumo idrico elevato per produrre e rendere disponibile un bene di consumo, capire quanto vale l'energia necessaria ad un processo industriale alimentare che offre un prodotto a sua volta 'contenitore' di energia per il corpo e per la mente. L'approccio emozionale e polisensoriale è il metodo che offre le maggiori possibilità di avere successo nello studiare come coinvolgere il consumatore (oppure il giornalista, il politico, il cliente, il collaboratore aziendale, ecc.), ma occorre anche tener presente l'aspetto 'educativo': un sistema di comunicazione non può limitarsi a informare, a trasferire semplicemente le informazioni delegando al caso o alla libertà del soggetto l'efficacia dell'azione comunicativa: è necessario che il sistema elaborato induca

modificazioni nei comportamenti. L'approccio emozionale e polisensoriale va coniugato a quello esperienziale per costruire un percorso, un viaggio, un'interazione prolungata nello spazio e nel tempo: che forma può avere? Un evento è l'esito più scontato, e indubbiamente più efficace, ma un packaging, quindi un oggetto fisico, può sintetizzare buona parte delle prerogative di questo metodo. Alcuni packa-



ging occidentali, massimamente la maggior parte di quelli giapponesi, sono packaging emozionali e polisensoriali, ma pochissimi hanno caratteristiche esperienziali, in grado di raccontare la sostenibilità del packaging, oppure del prodotto contenuto, oppure di entrambi. Tre anni fa Egg Food Design si è posta questa complessa sfida: la duplice

esperienza di food design e di fotografia ci ha permesso di armonizzare fra loro gli strumenti classici della comunicazione e della condivisione per arrivare a progettare un format di evento, suscettibile di essere domani anche un prodotto, un luogo, un'idea d'impresa. Il nome FOOD 4ALL -Heart to Earth presuppone la generazione di emozioni (Amore per la Terra) positive in ordine alla sostenibilità.

Il progetto è calibrato sul messaggio durevole lanciato da Expo 2015 per il futuro. Attraverso diversi percorsi tematici, il visitatore dell'evento FOOD 4ALL viene introdotto agli argomenti chiave di Expo: ottimizzazione delle risorse (acqua, terra, aria), riduzione di energia, sprechi di cibo, conservazione della biodiversità. FOOD 4ALL usa un alfabeto visuale, che crea un linguaggio senza confini per raccontare cosa si cela dietro ad ogni alimento. Ogni portata del menu è associata ad una delle sei tematiche: water, earth, air, energy, don't waste, biodiversity e ad ogni assaggio viene

associato un diverso sistema di consumo. È un contenitore di idee capace di valorizzare e animare qualsiasi location sia istituzionale (attraverso convegni, conferenze, seminari, workshop, corsi) che privata (con showcooking, social eating, performance, food concept, installazioni interattive). Gli eventi intendono veicolare valori e missioni di aziende e brand, fornire strumenti educativi volti a promuovere una sana alimentazione per prevenire l'insorgenza di malattie legate ai cattivi comportamenti a tavola, ed anche diffondere informazioni atte a valorizzare la visita al sito espositivo Expo Milano. Gli eventi FOOD 4ALL realizzati fino ad oggi sono stati:

- 22 aprile 2013, presso Appartamento LAGO spa (MI); varie possibilità di comunicazione esperienziale con showcooking, social eating, performance, food concept, installazioni interattive;
- 19 novembre 2014, "Back to School", presso l'Expo Gate di Milano; workshop e food concept per le scuole.

Due elementi rivestono interesse per il mondo del packaging: nel progetto, l'imballaggio viene utilizzato come elemento per comunicare, è protagonista sia perché forma dei prodotti sia perché comporta impatti ed emissioni. Attraverso il packaging i prodotti alimentari sono immedia-

tamente riconoscibili, la loro forma e porzionatura riesce ad esprimere in modo semplice ed immediato dei valori matematici capaci di far comprendere ad un pubblico di non addetti ai lavori il contributo di ogni atto di consumo alimentare nel grande scenario degli impatti ambientali. Per esempio, un grande tavolo da sala da pranzo ospita oltre 150 contenitori in vetro (bottiglie, flaconi, ma anche caraffe e bicchieri) interconnessi fra loro da tubicini trasparenti. La penombra rischiarata da lumini evidenzia il contenuto d'acqua: esattamente 100 litri. Dunque, cosa si può produrre utilizzando un ettolitro? A parete, sempre in buste trasparenti sottovuoto, il format FOOD 4ALL presenta le forme naturali e industriali di



corrispondenti grammature di cibo: caffè, manzo, formaggio, uova, pane tostato, mele, patate. Oppure, un sistema di cassette di legno per ortofrutta, contenenti piante aromatiche, di frutta e di verdura permette di quantificare e visualizzare esattamente 3 m² di terra, la quantità necessaria a produrre un piccolo burger a base di carne, uno più grande a base di pesce e verdure o quello maxi totalmente vegetariano. Ogni burger ha uguale impatto in termini di m² di terra consumata, ma varia dimensionalmente proprio per enfatizzare quanto possa cambiare l'impatto a seconda della tipologia dell'alimento scelto. Con questi, ed altri, strumenti è possibile comunicare la progressiva rarità di risorse in relazione alla popolazione crescente e gli impatti connessi alla dinamica produzione-consumo, ma soprattutto dimostrare che le aridità e i tecnicismi di dati, cifre e numeri devono e possono essere spiegati in modo chiaro e semplice, attraverso un evento multifunzione, che può coinvolgere anche aziende di marca e creare occasione per avvicinare industria e consumatori.

REALIZZA I SOGNI DI UNA BAMBINA
ADOTTA A DISTANZA SU WWW.TERREDESHOMMES.IT

Grazie

VAI SUL SITO:



Terre des Hommes Italia Onlus

Numero verde 800 130 130

Tel. +39 02 28970418

www.terredeshommes.it - info@tdhitaly.org



Terre des hommes

Proteggiamo i bambini insieme

Risorsa idrica nel pack, un valore strategico

Global Service: un'alternativa alla gestione "home made" delle acque reflue industriali per le imprese del packaging

Contributo a cura di:

Angelo Bassetti

Environmental Plants Manager

e **Elvio Ciccardini**

Marketing Manager presso SIMAM spa



L'evoluzione dei materiali e delle tecnologie di confezionamento ha assunto un ruolo fondamentale nella valorizzazione della qualità intrinseca del "prodotto packaging" che, sempre più, rappresenta la "cassaforte" del prodotto e ne garantisce sicurezza e qualità al consumatore finale.

Negli ultimi anni, il mercato ha premiato le aziende che hanno coniugato qualità ed eco-sostenibilità del prodotto e del relativo processo produttivo. Ad esempio, le politiche di raccolta-riciclo hanno portato all'industria italiana del settore benefici complessivi economici, sociali e ambientali stimati in oltre 2,5 miliardi di euro negli ultimi 10 anni.

Aggravio di costi

La progettazione eco-sostenibile ha determinato un importante ripensamento anche della gestione della risorsa/valore "acqua" che è input produttivo strategico sempre meno disponibile, impatta sul "brand" della società ed è anche un rifiuto recuperabile, con modalità di trattamento e smaltimento rigidamente regolamentate.

A titolo esemplificativo, l'apporto di sostanza organica (COD, BOD), nei processi industriali, comporta un aggravio dei costi di gestione in termini di maggiore quantitativo di fanghi generati e maggiore consumo di energia per l'aerazione. Per contro, in un processo biologico comprendente la rimozione dell'azoto, la sostanza organica è necessaria alla reazione di denitrificazione, al punto che, se presente in difetto nelle acque influenti, deve essere aggiunta dall'esterno con aggravio degli oneri gestionali. Anche la presenza di sostanze di difficile degradabilità (inquinanti refrattari) non deve essere trascurata, in quanto comporta

una gestione più critica degli impianti, aggravandone i costi operativi. In ogni caso, un adeguato protocollo di accettabilità degli scarichi, base di un sistema tariffario e sanzionatorio ben bilanciato, si basa su una conoscenza precisa e dettagliata del ciclo idrico del processo industriale (IPPC).

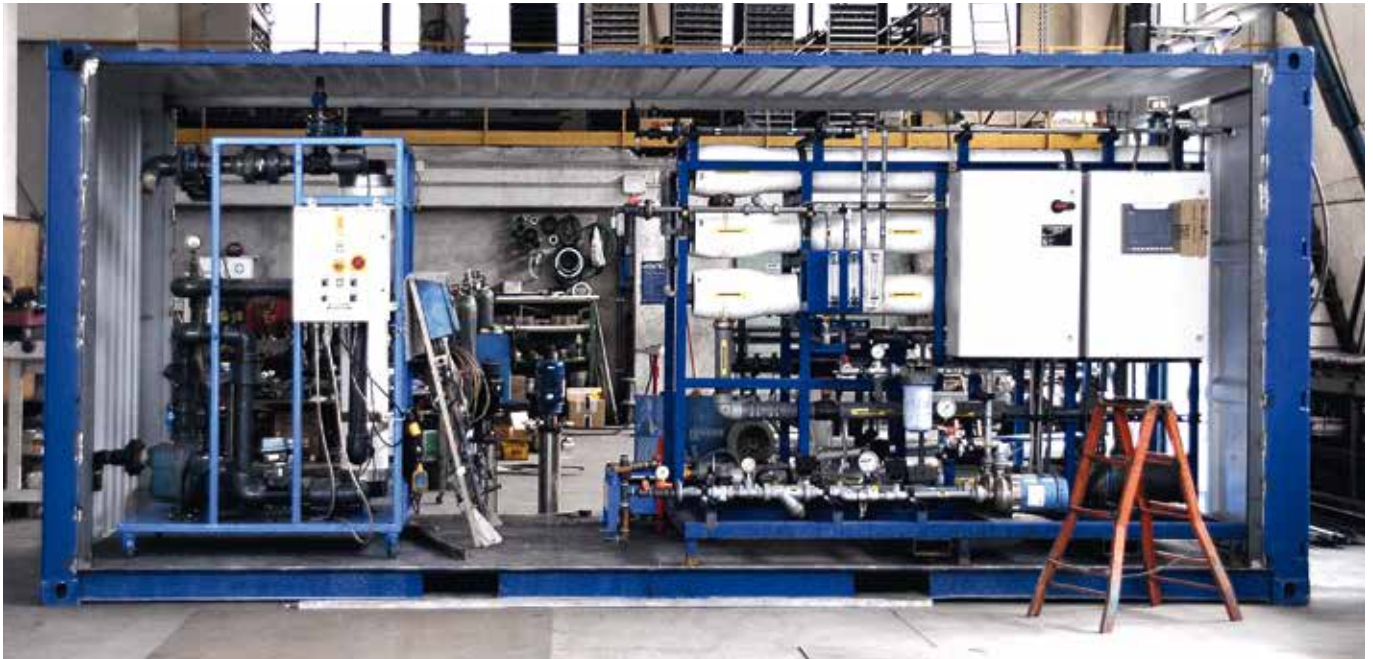
Controllare e gestire

È per questo che l'ottimizzazione del processo e il controllo operativo del ciclo dell'acqua sono elementi congiunti di una scelta strategica capace di produrre ricadute positive sulla forza competitiva generale dell'impresa.

Fino ad oggi, gli operatori hanno adottato un modello organizzativo proprietario (Home Made), basato sull'acquisizione e gestione, con proprio personale, di un impianto di



Unità di trattamento UF e RO.



Unità mobile di UF, seguita da FO/RO e RO 2° e 3° passo (da refluo ad acqua pro-demi).

trattamento acque, facendosi carico del relativo iter autorizzativo e legislativo legato alla gestione e allo smaltimento del rifiuto. Tuttavia, questa scelta impone di affrontare criticità rilevanti di natura economico/organizzativa, giuridico/amministrativa e tecnica.

Le criticità economico/organizzative sono legate agli alti costi fissi di investimento iniziali, a cui si sommano i costi variabili di funzionamento e di manutenzione. L'acquisto di soluzioni impiantistiche standardizzate, inoltre, limita lo sfruttamento di economie di dimensionamento e, nel lun-

go termine, può essere una problematicità per l'evoluzione degli impianti di produzione.

Dal punto di vista giuridico/amministrativo l'impresa si assume direttamente l'onere delle responsabilità penali legate al ciclo di smaltimento, spesso non dominando appieno, dal suo interno, le competenze tecniche necessarie. Infine, si segnala la necessità di acquisire knowledge e skill, attraverso la formazione di personale tecnico qualificato che, nei fatti, esula dall'effettivo core business aziendale, da cui si distolgono risorse.



*Impianto di trattamento acque oleose,
contenenti ammoniaca e solfuri.*

Delegare è ottimizzare

Il Global Services è un sistema integrato e completo di servizi che permette di superare queste problematiche, rendere efficienti i processi industriali per ottimizzare e ridurre l'utilizzo dell'acqua, selezionando un partner competente e professionale in grado di trattare i reflui liquidi prodotti, costituiti generalmente da portate medio-basse ma con concentrazioni di contaminanti anche molto elevate.

SIMAM spa, società di Senigallia attiva da oltre 20 anni nel settore del trattamento acque industriali, servizi ambientali e intermediazione rifiuti, è uno dei leader nazionali nella fornitura di servizi in Global Service.

Il sistema di servizi proposto si basa sulla presa in consegna del rifiuto da trattare e smaltire, attraverso un proprio impianto di trattamento acque, fisso o mobile, liberando contrattualmente il cliente da tutti gli aspetti autorizzativi e legislativi. Definite le caratteristiche delle acque da trattare e attribuito il relativo codice CER del rifiuto, SIMAM finanzia, costruisce e gestisce l'impianto di trattamento più opportuno dal punto di vista tecnico ed economico, presso il sito produttivo del cliente.

La società dispone di impianti mobili autorizzati per Trattamenti Biologici (D8) e Trattamenti Chimico Fisici (D9) di rifiuti liquidi costituiti da acque reflue industriali.

Le autorizzazioni riguardano le principali tipologie di rifiuti prodotte dalle imprese operanti nel settore packaging:

- rifiuti della produzione, formulazione, fornitura e uso di rivestimenti (pitture, vernici e smalti), adesivi, sigillanti e inchiostri per la stampa, in particolare rifiuti liquidi acquosi contenenti inchiostro;
- rifiuti prodotti dalla lavorazione e dal trattamento fisico e meccanico superficiale di metalli e plastica.

Le possibili soluzioni adottate differiscono in base al numero ed alle concentrazioni dei contaminanti presenti nei reflui industriali. La vasta gamma di operazioni unitarie di cui sono composti gli impianti fa sì che si possa far fronte a diverse tipologie di abbattimento di diversi contaminanti, quali: torbidità, tensioattivi, oli minerali, COD, fosforo, materiali in sospensione e sedimentabili, metalli, coloranti, sostanze organiche, ecc.

I vantaggi dello specialista

La continua ricerca tecnologica di processo nella depurazione delle acque ha permesso a SIMAM di progettare e ingegnerizzare soluzioni impiantistiche customizzate e modulari. Gli impianti mobili, inoltre, garantiscono la



Trattamento biologico presso industria farmaceutica.

massima flessibilità e permettono l'adeguamento, nel medio/lungo periodo, dell'impianto stesso a fronte di una variazione dei contaminanti o del volume delle acque da trattare in m³/h.

Il Global Services di SIMAM prevede anche la possibilità di un riutilizzo dell'acqua, attraverso sezioni di trattamento più spinte quali, ad esempio, l'ultrafiltrazione e l'osmosi. La possibilità di recupero dell'acqua ha un doppio impatto positivo sull'azienda: da un lato, riduce i costi di approvvigionamento idrico e, dall'altro, è un importante traguardo in termini di sostenibilità ambientale aziendale.

Il Global Services è possibile, infine, anche nei casi in cui l'azienda disponga già di un impianto di trattamento acque funzionante che, tuttavia, necessita di revamping e, quindi, di un adeguamento tecnico.

Alternativa all'Home Made

Il Global Service è, quindi, un'alternativa strategica alla gestione Home Made delle acque reflue, efficiente dal punto di vista tecnico, organizzativo ed economico.

In sintesi, i principali vantaggi legati alla gestione in outsourcing delle acque reflue industriali conseguibili attraverso il Global Service di SIMAM sono riconducibili a:

- 1.** Assenza di investimento iniziale legato all'acquisto dell'impianto e sua diluizione per la durata pluriennale definita contrattualmente.
- 2.** Assenza di costi di formazione, iniziale e continua, per il personale tecnico e amministrativo dedicato all'impianto.
- 3.** Eliminazione degli impatti negativi sulla struttura organizzativa dovuti alla necessaria turnazione per ferie, permessi, malattie e straordinari del personale dedicato alla gestione dell'impianto, che non sarà più impegnato in attività non relative al core business aziendale.
- 4.** Abbattimento delle responsabilità presso gli Enti di Controllo, grazie al trasferimento della gestione tecnica e amministrativa a una società terza specializzata nella gestione e trattamento acque reflue industriali.
- 5.** Riduzione dei tempi di eventuali adeguamenti degli impianti per cambi nei cicli produttivi e, di conseguenza, al ciclo dell'acqua, grazie alla modularità e adattabilità degli impianti stessi proposti.
- 6.** Costi calcolati in base al volume dell'acqua trattata e, pertanto, adattabili alla durata del contratto, a mutate esigenze quali/quantitative della produzione, a mutati standard o obiettivi del trattamento (ad esempio volontà di ricorrere ad un eventuale riutilizzo).

Ricerca sviluppo di sacchi cellulosici ad effetto barriera

L'impermeabilità all'umidità ottenuta con un trattamento speciale è stata applicata con successo nel settore non food, con vantaggi anche in termini di riciclabilità. Test positivi anche per il settore alimentare

Contributo a cura di:

Andrea Pierpaoli

*Innovation Manager
presso Fiorini Packaging*

Un sacco barriera in carta, ecocompatibile, inizialmente messo a punto e commercializzato in Italia e all'estero per il settore non food e coperto da brevetto per l'effetto barriera, sta evolvendo verso i settori alimentari Feed e Food: si tratta di Gh₂ost, un progetto che grazie al contributo di imprese, ricercatori e università tutte italiane si sta rivelando più ampio del previsto e che potrebbe inserirsi quale contributo importante nel progetto di una filiera della pasta secca 'made in Italy'.

Il primo progetto

Tra i vari settori di sbocco delle specialità Fiorini Packaging, numerosi cementifici italiani ed esteri. Per questo ambito si era iniziata a studiare la possibilità di creare barriera all'umidità ricorrendo a uno strato spalmabile, come se fosse una vernice, sullo strato di carta interno che costituisce normalmente i sacchi tradizionali: lo strato esterno è dedicato alla stampa, segue uno strato barriera in LDPE, infine il secondo strato di carta a contatto col prodotto. La sfida era sostituire l'LDPE con una barriera che rendes-

se il sacco eco-compatibile. Così nel 2011 era nato Gh₂ost: dalla collaborazione con l'Università di Pisa era stato messo a punto un polimero idrosolubile in grado di fornire l'effetto barriera voluto, proteggere il contenuto dall'umidità, e soprattutto dissolversi in acqua nelle applicazioni building (sacco cemento). Se gettato nel mixer per la produzione in cantiere, esprime in questa modalità di smaltimento la sua massima potenzialità come packaging sostenibile: gli operatori di cantiere non devono far altro che compiere le consuete operazioni: aprire, versare e, operazione fino a ieri impossibile, gettare il sacco a svuotamento avvenuto direttamente nel mixer, evitando i costi legati allo smaltimento.

Le prove alimentari

Il successo applicativo come protettivo dell'umidità ha suggerito di sondare le possibilità di inserimento nell'alimentare e nella mangimistica, due ambiti in cui Fiorini Packaging è già presente ma con sacchi tradizionali.

Le domande sono state relative alla compatibilità con gli alimenti, rispetto alla normativa, e alla possibilità di scende-



re di formato: da quelli compresi fra 10 e 50 kg, tipici di molini, risiere, produttori di alimenti zootecnici, a imballaggi destinati anche al consumatore finale: un pacchetto di pasta, per esempio, ipotizzando dunque che sia un sacchetto sia un astuccio possano venire sostituiti con il nuovo materiale. Sono stati realizzati test presso laboratorio certificato, che ne ha convalidato l'idoneità per l'utilizzo come imballaggi idonei al contatto con alimenti secondo il Reg.(CE) n. 1935/2004. Sono state realizzate analisi di composizione e purezza, prove di migrazione, verifiche sul rischio tossicologico, set-off e test sensoriale olfattivo e quant'altro necessario per garantire la conformità alla regolamentazione europea e nazionale che permettono di utilizzare fin da oggi il sacco Gh₂ost per le categorie di prodotti alimentari relativi, secondo il Reg. (UE) n. 10/2011, al test di conformità con il simulante alimentare E. Il test è stato fatto con sacchi costituiti da carta kraft di pura cellulosa (80 g al m²) alle condizioni di prova '10 gg a 60°C' che comprende la conservazione prolungata per oltre 6 mesi a temperatura ambiente incluso il riscaldamento fino a 70°C per una durata

fino a 2 ore o il riscaldamento fino a 100°C per una durata fino a 15 minuti (naturalmente materiale permettendo). A seconda della tipologia di prodotto idoneo al contatto (vedi tabella), ci sarà una shelf life (attribuita dall'utilizzatore dell'imballaggio) in base alla quale si effettueranno eventuali altri test con condizioni di prova differenti.

Lo scenario

Attualmente il molino marchigiano Paolo Mariani sta collaborando per realizzare la prima applicazione nel settore farine: tra i vantaggi attesi, oltre alla protezione dall'umidità, si considera anche l'effetto isotermico del sacco, che protegge il prodotto dagli sbalzi termici subiti durante il trasporto in container non termoregolati.

Un altro campo di indagine è la possibilità di sostituire lo strato di alluminio presente in alcuni imballaggi compositi del settore bakery; infine, è stato verificato che il polimero barriera applicato aumenta del 15% la resistenza delle fibre cellulosiche: la tensione longitudinale e trasversale (TEA) risulterebbe aumentata, aprendo scenari di sicuro

GH₂OST È IDONEO AL CONTATTO CON

- Amidi e fecole
- Cereali allo stato originario, in fiocchi, soffiati (compresi pop corn, corn flakes e simili)
- Farine di cereali e semole
- Paste secche: ad esempio paste alimentari e paste fresche
- Prodotti della panetteria secca, della biscotteria e della pasticceria secca non aventi sostanze grasse in superficie
- Prodotti della panetteria e della pasticceria fresca non aventi sostanze grasse in superficie
- Dolciumi in forma solida non aventi sostanze grasse in superficie
- Zuccheri e prodotti a base di zuccheri in forma solida: in cristalli o polvere
- Frutta trasformata: secca o disidratata, intera o a pezzi, o sotto forma di farina o polvere
- Frutta in guscio (arachidi, castagne, mandorle, marroni, noccioline, noci, pinoli e simili):
 - sbucciata, secca, in fiocchi o in polvere
 - sbucciata e tostata
- Ortaggi trasformati: secchi o disidratati, interi o a pezzi, sotto forma di farina o polvere
- Uova intere, tuorlo, albume: in polvere o essiccati o congelati
- Latte in polvere comprese le formule per lattanti (a base di latte intero in polvere)
- Formaggi: interi, con crosta non commestibile
- Preparazioni per zuppe, brodi o salse liquide, solide o in polvere (estratti, concentrati); preparazioni alimentari composte omogeneizzate, piatti pronti, compresi lievito e agenti lievitanti: in polvere o secchi e dal carattere non grasso
- Panini, pane tostato, pizza e simili contenenti ogni genere di alimenti: non aventi sostanze grasse in superficie
- Alimenti secchi: non aventi sostanze grasse in superficie
- Alimenti congelati e surgelati
- Cacao in polvere, compreso cacao magro e cacao fortemente sgrassato
- Caffè anche torrefatto o decaffeinato o solubile, surrogati del caffè in grani o in polvere
- Piante aromatiche ed altre piante ad esempio camomilla, malva, menta, tè, tiglio ed altre
- Spezie ed aromi allo stato naturale, ad esempio cannella, chiodi di garofano, mostarda in polvere, pepe vaniglia, zafferano, sale ed altre

interesse globale per produrre imballaggi barriera rigidi o semirigidi con fibre cellulosiche e termoformabili.

Riciclabilità

Composizione e struttura permettono una completa riciclabilità nella filiera cartaria: in particolare, all'interno di questa filiera la riciclabilità è riferita a tutti gli impianti con pulper a bassa consistenza e a depuratori standard. Il test di riciclabilità è stato effettuato secondo il metodo ATICEL-CA MC 501/11. Le prime sperimentazioni condotte presso laboratori, clienti e oggi presso centri di test e stazioni sperimentali hanno convinto che espandere la famiglia dei prodotti Gh₂ost sia un'opportunità per chi produce, per chi utilizza, per il consumatore finale in termini di sostenibilità.



CONVERFLEX

CONVERTING • PACKAGE PRINTING • LABELLING

Fieramilano | **19-23** maggio 2015
www.converflex.biz

Orario apertura: 10.00 - 18.00
Ingressi: Porte Est, Sud, Ovest

Change perspective
of your business.

Preregistrati su
www.converflex.biz

Converflex è pronta ad ampliare le prospettive di business con un nuovo, eccezionale scenario. Con l'edizione 2015, prende avvio un **innovativo panorama fieristico**, unico a livello mondiale, che vedrà la contemporaneità con la grande IPACK-IMA, a sottolineare le affinità strategiche tra l'industria del packaging e quella del converting. Un esclusivo insieme, integrato e sinergico di tecnologie e innovazioni, **una straordinaria concomitanza con Expo 2015**, un grande evento da non perdere. **Fate in modo di esserci.**

Co-located with:



Organizzata da:
Centrexpo Spa - Corso Sempione, 4 - 20154 Milano - Italy
tel +39 02319109.1 - fax +39 02341677 - e-mail: centrexpo@centrexpo.it - www.centrexpo.it

Promossa da:





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 2015 - Anno IV - n. 19
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 Bertea

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:

Primo Barzoni, Angelo Bassetti, Eni Borshi, Elvio Ciccardini, Elena Consonni, Luca Maria De Nardo, Maria Cristina De Nardo, Luisa Manfrini, Mirco Onesti, Laura Pavesi, Andrea Pierpaoli, Paolo Santagiuliana, Antonio Savini, Antonella Simone, Stefano Tominetti.

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.

INVENTATO IN ITALIA

APPREZZATO IN TUTTO IL MONDO

*Il pianoforte fu inventato in Italia nel 1698 da Bartolomeo Cristofori

Pneumax, l'automazione italiana apprezzata nel mondo.



www.pneumaxspa.com

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

