

COM.PACK

IMBALLAGGI ECO-SOSTENIBILI

Numero 30



L'INNOVAZIONE NASCE DALLA CSR

ANALISI E METODI

Il packaging del piatto è troppo piatto. Il food service packaging e il food delivering possono innovare
Pagina 18

SPECIALE LEGNO

È il materiale protagonista dell'economia circolare più diffusa sul pianeta
Pagina 30

SOCIETÀ E TERRITORIO

Scuole e università non danno alle imprese la qualità formativa desiderata? Analisi e possibili soluzioni
Pagina 50

Apriamo al gusto



Parlare di cibo è sempre più difficile. Dall'agricoltura all'industria di trasformazione, dall'artigianato al turismo, dal paesaggio alla ristorazione, dall'ambiente alla salute, dalla tradizione alla grande distribuzione organizzata... Tutto concorre a estendere i confini di questo importantissimo meta-settore. Inarea accompagna i propri clienti nella valorizzazione dei loro prodotti e, attraverso il design, premia la relazione tra chi produce o distribuisce o trasforma e chi vuole aprirsi a una bella esperienza di gusto.

Inarea 

Identity and Design Network

inarea.com



CAMPIONI DELL'ECONOMIA CIRCOLARE

CON LA RACCOLTA E IL RICICLO DEGLI IMBALLAGGI IN ACCIAIO



CON RICREA PER UN MONDO PIÙ VERDE E SOSTENIBILE.

IN VENT'ANNI DI ATTIVITÀ ABBIAMO RICICLATO OLTRE 5.300.000 TONNELLATE DI IMBALLAGGI IN ACCIAIO. GRAZIE ALLA RACCOLTA DIFFERENZIATA ABBIAMO TRASFORMATO BARATTOLI, SCATOLETTE, LATTINE, BOMBOLETTE, FUSTI E TAPPI IN NUOVI PRODOTTI IN ACCIAIO: BULLONI, CHIODI, CHIAVI INGLES, BICICLETTE, TONDINI PER CEMENTO ARMATO E ANCHE BINARI FERROVIARI. NE AVREMMO POTUTO PRODURRE COSÌ TANTI DA COPRIRE PER DUE VOLTE L'INTERA RETE FERROVIARIA ITALIANA!

CONTINUIAMO A RISPARMIARE ENERGIE PREZIOSE E A SALVAGUARDARE L'AMBIENTE COSTRUIENDO INSIEME IL CERCHIO PERFETTO DEL RICICLO DELL'ACCIAIO. CHIEDI AL TUO COMUNE LE INFORMAZIONI SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA DEI CONTENITORI D'ACCIAIO O VISITA IL NOSTRO SITO WWW.CONSORZIORICREA.ORG



RICREA

CONSORZIO NAZIONALE RICICLO
E RECUPERO IMBALLAGGI ACCIAIO

20¹⁹⁹⁷
2017



ACCIAIO, RICICLABILE AL 100% E ALL'INFINITO!



I plants sono piante?

Immaginare un'azienda come un albero, una pianta, non è così difficile: in inglese le unità produttive delle aziende si chiamano 'plants' come gli alberi. È un parallelismo linguistico che spiega il senso dei numerosi articoli di questo numero dedicati alla scoperta del senso di attuare la responsabilità sociale d'impresa. L'impresa è un organismo vivente, che affonda le sue radici nel territorio e vive con questo in

simbiosi: dà per poter ricevere, riceve per poter dare. Ogni primavera innova. Non si tratta di una visione bucolica, ma reale: l'innovazione arriva se l'impresa alimenta e si preoccupa del territorio dove affonda le sue radici. Una cosa è sicura: la CSR non serve alla reputazione, alla comunicazione, alla vendita: fa parte delle materie prime.

Luca M. De Nardo

INSERTO

CIAL

- Alluminio - Obiettivi raggiunti grazie al sociale 6

STRUMENTI

Ricerca e sviluppo

- La CSR sta all'innovazione come l'anima sta al corpo 12

Analisi e Metodi

- Il packaging del piatto non può essere "piatto" 18

APPLICAZIONI

Food e non food

- Nobilitare con il digitale e con materiali biobased 24

SPECIALE LEGNO

- EPAL, doppio valore ambientale 30
- Il pallet ecologico che nasce in tempo reale sul fine linea 34
- Quando il container resta a terra 36
- Cimi si rafforza nella food valley grazie a Conquattro 40
- L'interscambio evolve grazie a noleggio+gestione 42

- News 44

- Marcatura senza contatto a basso consumo elettrico 45

- Un materiale intelligente: ignifugo e atossico 46

- L'Italia dei pesi massimi in cerca di sicurezza 48

MARKETING

Società e territorio

- La formazione, una responsabilità sociale da condividere 50
- La linea verde di ACIS passa per CSR e formazione 54
- Osservare le api e lasciarsi ispirare... 56

TRE

Trattamenti

- Ridurre l'impronta idrica: nuovo manuale per le PMI 58

Energia

- Anche i grandi gruppi spingono sulla verde 60

RUBRICHE

- Appunti 4 - 11 - 23 - 26
- Tecnologia 17 - 21

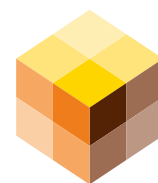
**45 milioni
di imballaggi
riutilizzati
nel 2016.**

**Grazie
a Rilegno.**



**Il legno non muore mai.
Diamo nuova vita al legno.**

rilegno.org



rilegno

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



CRESCITA COSTANTE PER I BIO

Secondo i dati diffusi dall'osservatorio SANA-No-misma, è in atto una trasformazione degli assortimenti: il numero medio di referenze di alimenti biologici vendute in pdv della GDO è cresciuto nell'ultimo anno del 29% (da 162 a 209 referenze – fonte: Nielsen); inoltre, ogni 100 nuove referenze 23 sono biologiche. Le ultime stime relative alle vendite 2016 nel canale specializzato segnano un +3,5%, mentre nella GDO l'aggiornamento Nielsen evidenzia un +16% (luglio '16 - giugno '17) e una quota dell'organic sul totale delle vendite alimentari pari al 3,5% (5 volte in più rispetto al 2000). L'export bio Made in Italy ha sfiorato i 2 miliardi di euro, con un peso del 5% sull'export agroalimentare italiano. In meno di 10 anni l'export dell'agroalimentare biologico è cresciuto a valore del 408%, contro il +45% del sistema nel suo complesso. Il biologico rafforza dunque la reputazione del Made in Italy. Sempre più impegnativi i controlli che devono considerare ben 72.154 operatori ciascuno con il suo assortimento di prodotti.



NUOVI CONTRIBUTI AMBIENTALI

A partire dal 1° gennaio 2018 il contributo ambientale CO-NAI per gli imballaggi in carta e cartone passa da 4 a 10 euro a tonnellata, mentre per gli imballaggi in plastica da 188 a 208. Per i primi si tratta di un riequilibrio necessario per adempiere agli impegni presi in ambito dell'accordo ANCI-CONAI. Invece, per la plastica l'incremento è necessario per gestire l'aumento dei flussi conferiti nelle raccolte differenziate. Verranno introdotte con gradualità a partire dal 2018 fasce differenziate di incremento in base a criteri desunti da

un'apposita LCA che ha considerato gli impatti del fine vita:

- Fascia A (imballaggi selezionabili e riciclabili da circuito commercio e industria): 179,00 €/t
- Fascia B (imballaggi selezionabili e riciclabili da circuito domestico): 208,00 €/t
- Fascia C (imballaggi non selezionabili/riciclabili allo stato delle tecnologie attuali): 228,00 €/t

Il nuovo criterio intende promuovere l'ecodesign e considera il circuito di origine prevalente (domestico o commercio/industria), la selezionabilità e l'effettiva riciclabilità.

PROTEGGETE I VOSTRI PRODOTTI

USATE ESCLUSIVAMENTE PALLETS EPAL



Per garantire la massima protezione delle vostre merci, dal 2013 in EPAL abbiamo effettuato più di 85.000 controlli di qualità, indipendenti e senza preavviso, ai nostri licenziatari. Sistemáticamente i Field Managers controllano eventuali violazioni del marchio che EPAL poi persegue legalmente. Ciò significa che il pool EPAL è e rimane la soluzione più sicura per le vostre operazioni logistiche.

www.epal.eu



ALLUMINIO

OBIETTIVI RAGGIUNTI
GRAZIE AL SOCIALE

DURA DA OLTRE 25 ANNI
L'IMPEGNO DI CIAL
NELLE RACCOLTE DIFFERENZIATE
IN COLLABORAZIONE CON ONLUS,
COOPERATIVE E ASSOCIAZIONI



Lo scorso 2 giugno a Coccaglio, in provincia di Brescia, CiAI ha partecipato alla celebrazione dei 30 anni dell'associazione sportiva Vita per la Vita, nata all'interno della locale sezione AVIS e del Gruppo AIDO, con lo scopo di promuovere e diffondere la cultura della donazione e della solidarietà nel nostro Paese. Il sodalizio fra CiAI e Vita per la Vita dura da oltre 25 anni e come per le attività dell'associazione, anche i progetti in comune sono andati ben oltre la dimensione locale.

A Coccaglio è nato un modello triangolare di collaborazione che pone al centro l'alluminio da imballaggio: attraverso la raccolta delle lattine, Vita per la Vita ha finanziato e finanzia tuttora le proprie attività; CiAI promuove la cultura del riciclo ed aggiunge al valore economico ed ambientale della sua attività anche il valore sociale, di sostegno ai volon-





tari che si dedicano a progetti di solidarietà. A Coccaglio non si parlava, e tuttora non si parla, di sostenibilità: avviene, si fa; e si faceva quando ancora questa parola era sconosciuta a Roma come a Bruxelles.

Il Presidente Lino Lovo ha ricordato come l'associazione si sia da sempre contraddistinta nella realizzazione di opere interamente fatte con lattine per bevande, dando vita alle famose riproduzioni in scala ridotta di numerosi monumenti e chiese d'Italia, alcuni dei quali di eco mondiale, come la Basilica di San Pietro e quella di Sant'Antonio di Padova, del Colosseo e dell'Arena di Verona. Un monumento invece vivo è la Casa della Solidarietà di Coccaglio, sede dell'associazione e della festa, che nei giardini ha ospitato alcune riproduzioni in lattina: un cuore accanto alle riproduzioni dell'Albero della Solidarietà, il Campanile di San Marco, la Vecchia Pieve di Coccaglio, l'auto di Formula 1, una moka per caffè e una bicicletta giganti.

Il coinvolgimento a livello mediatico della popolazione delle grandi città con questi monumenti iniziò negli anni '90 e continua tutt'ora: pochi giorni dopo la festa nella cittadina bresciana, il 5 giugno a Bologna CiAI inaugurava con il Ministero dell'Ambiente e il Comune la riproduzione in lattine dell'Atomium di Bruxelles in scala 1:10. La struttura portante era alta 11 metri, con una circonferenza di 9 metri. Si trattava di un'installazione del peso complessivo di 2.000 kg e l'equivalente di 160.000 lattine ed è rimasta esposta in Piazza XX Settembre fino al 12 giugno 2017, anche durante i lavori del G7 Ambiente.

Il successo dell'esperienza con l'associazione bresciana ha generato il progetto "Raccolta Solidale" lanciato da CiAI nel 2003, per dare la possibilità ad altre associazioni, onlus e cooperative sociali di autofinanziarsi organizzando raccolte differenziate mirate di lattine, vaschette, fogli, bombolette spray, tubetti, tappi. Per il direttore del Consorzio Gino Schiona "il progetto Raccolta Solidale conferma la vocazione del Consorzio verso il terzo settore e il mondo della responsabilità sociale d'impresa. Il progetto coinvolge oggi onlus e cooperative sociali in tutt'Italia e riconosce un importante contributo economico per il loro autofinanziamento grazie alle operazioni di raccolta e sensibilizzazione sui temi del riciclo; la loro è una presenza capillare e la condivisione dei temi ambientali e sociali coinvolge soprattutto il mondo della scuola."

Cesare Maffei, ex presidente di CiAI e da oltre 25 anni presente e operativo nella missione del consorzio e oggi consigliere in CONAI per la filiera dell'alluminio, ha ricordato





come, “grazie alla capacità di mobilitazione sul territorio delle associazioni, molte attività di raccolta dell’alluminio si sono trasformate in eventi di successo, utili al loro fund raising e utili per affermare sempre più l’importanza di una gestione consapevole dei rifiuti.”

Il momento più importante della giornata del 2 giugno è stato però la cerimonia di consegna ai neo-diciottenni di Coccaglio da parte del sindaco di Coccaglio, alla presenza di Lino Lovo e dei responsabili dell’associazione, di una copia della Costituzione Italiana. Anche CiAl e tutto il suo staff erano presenti ad una festa troppo spesso passata sotto silenzio e che invece è il fondamento del nostro vivere civile: la ricorrenza della proclamazione della Repubblica Italiana.

L’Associazione, per bocca del presidente, ha ricordato le sue azioni di pressione sul Parlamento affinché venga emanata una legge che preveda la consegna pubblica o l’invio ad ogni cittadino italiano di una copia della costituzione il giorno del compimento dei 18 anni. Circondati e subissati da ritualità spesso vuote ed inutili, si rischia di perdere la conoscenza delle regole del vivere civile, che invece devono accompagnare ogni persona nella sfera pubblica a partire dal compimento della maggiore età. Come l’attenzione all’ambiente e il quotidiano gesto della raccolta differenziata, così anche le regole del vivere civile diventino patrimonio di tutti e memoria quotidiana.

NUOVO CDA

Oltre alla festa di Coccaglio, giugno è stato importante per CiAl anche per un altro evento: a metà mese si è riunito per la prima volta il Consiglio di Amministrazione. Eletto dall’assemblea lo scorso 28 aprile, il nuovo CdA sarà impegnato per i prossimi tre anni nella ricerca e definizione di nuove strategie di sviluppo in linea con gli obiettivi indicati dalle proposte del nuovo pacchetto sull’economia circolare al 2025 e al 2030. Tre produttori di materia prima da imballaggio e tre produttori di imballaggio, oltre ad un rappresentante degli utilizzatori industriali, hanno quindi eletto il nuovo Presidente del CdA: si tratta di Carmine Bruno Rea, già Presidente del Consorzio dal 2011 al 2014, che subentra a Cesare Maffei, membro del nuovo Consiglio di Amministrazione di CONAI in rappresentanza dei produttori di packaging in alluminio.



CIAL CONSORZIO IMBALLAGGI ALLUMINIO

Via Pompeo Litta, 5
20122 Milano
Tel. 02 54.02.91



ANALISI DI BILANCIO PER PROGETTARE IL FUTURO

AS
Etudes

ASetudes completerà ad aprile la quarta edizione di Packaging Machine Manufacturers, l'annuale benchmark sui costruttori di macchine per l'imballaggio nei principali paesi europei (Italia, Germania e Francia). Ogni rapporto contiene i bilanci riclassificati delle aziende, tabelle statistiche con i principali indici di bilancio e un dizionario italiano-inglese-francese.

www.asetudes.com



IRAN CONTRO GLI SPRECHI

L'amministrazione doganale iraniana ha introdotto una nuova norma per cui l'export di ortofrutticoli sarà permesso solamente per i prodotti imballati in conformità con gli standard definiti dalla TPO – Trade Promotion Organization of Iran. Inoltre i prodotti destinati all'estero dovranno essere necessariamente trasportati in contenitori e navi refrigerati. La normativa, che entrerà in vigore il 6 novembre 2017, intende evitare lo spreco di prodotti agricoli e soprattutto mira



Tribune riporta che ogni anno si deteriora il 25-30% dei prodotti agricoli iraniani a causa di imballi inadeguati, con conseguenti perdite per 10 miliardi di dollari.

ASSE FRANCO-TEDESCO PRO PLASTICA

L'Associazione tedesca per film e imballaggi di plastica IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen ha siglato un accordo con la corrispondente francese Elipso finalizzato alla collaborazione sul segmento dell'eco design così come sullo sviluppo del mercato e dell'immagine dell'imballaggio di plastica. La collaborazione, improntata sulla sostenibilità ambientale con particolare attenzione ai rifiuti in mare, intende creare sinergie per la condivisione di conoscenze e di esperienze nonché per mettere a punto posizioni condivisibili. Primo frutto dell'accordo è il PackTheFuture Award per le innovazioni sostenibili nel settore. Elipso rappresenta i produttori francesi di imballaggio flessibile e di plastica, 320 aziende con un fatturato annuo di 7,9 miliardi di euro e 38.000 addetti. La tedesca IK rappresenta gli interessi dei produttori di film e imballaggi di plastica, settore caratterizzato dalla presenza di numerose PMI con oltre 90.000 addetti che generano un fatturato annuo di 14 miliardi di euro.



PERCHÉ SICURO E RICICLABILE...

L'Italia è al primo posto in Europa per la preferenza di contenitori per cibi e bevande in vetro. Il 91% degli italiani lo consiglierebbe ad un amico, ed è la percentuale più elevata tra tutti i Paesi europei, addirittura più alta del 6% rispetto alla media europea. Tra le ragioni, le preoccupazioni legate a sicurezza alimentare (51%), riciclabilità del materiale (47%) e impatto ambientale (44%); il 63% inoltre lo sceglierebbe se fosse disponibile per qualsiasi prodotto. Unico neo: gli italiani pensano che sia riciclabile solo all'83%, mentre lo è al 100%.



Antonio Romano,
ceo di Inarea.

“L'emergenza dei rifiuti ha generato negli ultimi vent'anni tecnologie che oggi ci regalano materiali e manufatti di seconda vita fino a ieri impensabili e ora insostituibili.”



La CSR sta all'innovazione come l'anima sta al corpo

La consapevolezza degli impatti del fare impresa genera evoluzione tecnica, sociale, ambientale ed economica

E' a partire dall'800 che l'industria comincia a cogliere una sorta di senso di colpa, inizialmente in maniera violenta, con le rivendicazioni degli operai organizzati in leghe e sindacati, e poi, più in generale, in rapporto alla dimensione etica del lavoro, e non ancora dell'ambiente. Da questa prima forma di consapevolezza degli impatti sociali, si genereranno in seguito azioni e progetti individuali per merito anche di imprenditori illuminati, in un crescendo di sensibilità.

La riflessione teorica ed accademica, nel 1984, di Edward Freeman nel suo "Strategic Management: A Stakeholder Approach" san-

cisce un fenomeno iniziato molto prima e lo rilancia.

Negli anni '80 il mondo occidentale conosce un'accelerazione nel modo di fare impresa secondo approcci di sensibilità sociale ed ambientale che sono diversi per obiettivi e metodologie. E in quegli anni, accanto agli impatti sociali, quelli ambientali iniziano ad acquisire un'importanza sempre più forte anche per le sollecitazioni dei movimenti ecologisti e della relativa azione dei media.

Segni evidenti

I segni dell'avvenuto cambiamento sono ora palesi, e non solo nelle imprese: a titolo di



esempio, parti sociali, politica e aziende hanno lavorato insieme producendo quella rivoluzione nella qualità ambientale che ha fatto quasi scomparire le nebbie fitte e intense nella Pianura Padana. Ciò è avvenuto non solo per effetto della deindustrializzazione, peraltro compensata da un aumento della mobilità, ma soprattutto a seguito di politiche che vanno dell'adozione di veicoli con motori dotati di filtri speciali, al cambiamento degli impianti di riscaldamento fino al ricorso a sistemi di filtrazione nelle emissioni in aria e in acqua da parte delle industrie. Quelle forme di Corporate Social Responsibility hanno prodotto innovazione e miglioramento degli standard di vita. L'emergenza dei rifiuti ha generato negli ultimi vent'anni tecnologie che oggi ci regalano materiali e manufatti di seconda vita fino a ieri impensabili e ora insostituibili.

Evoluzione continua

La cultura della Responsabilità Sociale d'Impresa continua la sua diffusione, anche con derive meno apprezzabili che necessitano di correzioni: da una parte assistiamo ad una corsa positiva nel definire standard etici, che poi vengono misurati materialmente, producendo articolati bilanci di sostenibilità ambientale e sociale. Eppure, molte imprese sembrano più interessate a ottenere un determinato livello di reputazione che all'aver compreso il senso della vera istanza etica. Questo disallineamento potrebbe rallentare la diffusione della CSR o quanto meno snaturarne la funzione di "anima" dell'innovazione. Ed è una deriva molto rischiosa. Evitarla significa partire da una con-

statazione del dato di fatto: ciascuno di noi, per il semplice possesso di uno smartphone, è dotato di una "scatola nera" in grado di registrare la maggior parte delle proprie attività, anche quelle non etiche.

Elogio della trasparenza? No, necessità

Ciò significa che dobbiamo prenderne atto e rassegnarci a condurre un'esistenza continuamente "monitorata" ma significa anche l'inverso: che l'unico modo che abbiamo per accertarci dell'autenticità e della qualità di un prodotto o di un servizio è nella tracciabilità. Questa considerazione ne apre anche un'altra: l'importanza della trasparenza come precondizione. Proprio perché tutto è registrato (o registrabile), la trasparenza non è più un atto virtuoso. Per l'impresa, anzi, è un atto dovuto in quanto risultato del corretto governo di tutti i processi e delle relative transazioni.





“Oggi la responsabilità sociale delle imprese è chiamata a rispondere ad una preoccupazione tanto nuova quanto antica: la ‘sostituzione’ o ‘eliminazione’ di lavoratori generate dalla digitalizzazione”

Il valore dei territori

Il fenomeno della delocalizzazione continua a produrre effetti drammatici sui paesi occidentali, generando un impoverimento dei cittadini (ex produttori e ora solo consumatori), uno svuotamento di competenza tecnica, una dipendenza tecnologica e di risorse dai paesi emergenti.

Parimenti rischioso è delocalizzare la stessa innovazione di prodotto: chiudere i centri di ricerca significa cedere l'esperienza, la storia, l'insieme armonico di competenze, perderne il controllo e indebolire il sistema delle imprese locali, che fino a ieri ruotavano intorno all'azienda promotrice dell'innovazione. Un esempio virtuoso in tal senso arriva dal modello di relazione che ha interessato e interessa ancor oggi il distretto lombardo del mobile: un architetto elabora un sogno sotto forma di progetto, entra in contatto con un artigiano ed insieme producono l'innovazione in fatto di stile e di funzione. È un tipo di relazione basata sul dialogo, sul rispetto, sulla convergenza di intenti e di interessi: è un modello difficilmente replicabile in un sistema in cui la parte industriale è lontana migliaia di chilometri, ma anche culturalmente, dal proponente. La distanza del progettista dal luogo di produzione non può non avere ripercussioni drammatiche: la fase di ingegnerizzazione, se delocalizzata, rischia di negare il progetto stesso.

Chi ha paura dell'innovazione?

Oggi la responsabilità sociale delle imprese è chiamata a rispondere ad una preoccupazione tanto nuova quanto antica: la 'sostituzione' o 'eliminazione' di lavoratori generate dalla digitalizzazione. Non è una prospettiva futura, sta già avvenendo. È già avvenuta,



e continuerà ad avvenire. Nell'antica cultura sumera la ruota venne prima applicata per la produzione di vasi perché la trazione era prevalentemente compito degli schiavi e degli animali; soltanto in seguito venne applicata alla mobilità di cose e persone, soprattutto in ambito militare. Parimenti è successo con l'avvento dell'automobile, che mandò in pensione il cavallo e tutto l'indotto occupazionale connesso. La digitalizzazione produce disoccupazione? Certamente, ma meno che il non applicarla e il non favorirla, quindi il problema si pone comunque: un paese che rallenta la costruzione di reti di trasmissione dati ad alta capacità e ad alta velocità marginalizza migliaia di imprese che presto saranno fuori mercato e produrranno disoccupazione.

La CSR costituisce, quindi, uno strumento in grado di guidare eticamente l'innovazione. Per le imprese, questo significa non solo premiare la consapevolezza del proprio ruolo ma anche trovare quello straordinario punto di equilibrio tra la creazione di valore per gli shareholder e i benefici sociali per le diverse categorie di stakeholder. (di Antonio Romano) ■



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



2 0 1 8

PROCESSING & PACKAGING

CONNECTING COMMUNITIES



Fiera Milano, 29 Maggio - 1 Giugno 2018

ipack-ima.com

IN CONJUNCTION WITH

MEMBER OF:



PRINT4ALL



PROMOSSA DA:



CON IL SUPPORTO DI:

This event is being covered by professional packaging journalists from IPPQ



ORGANIZZATA DA: IPACK IMA SRL
(JOINT VENTURE TRA UCIMA E FIERA MILANO)



RADDOPPIO NEGLI ECO-FILM



Con l'apertura quest'anno del secondo stabilimento produttivo da 25.000 mq ad Amaro (UD), AMB ha completato l'insieme di tecnologie per offrire soluzioni a ridotte emissioni. Prevista una produzione di 15.000 t il primo anno, 30.000 il secondo. Investimento per questo progetto di 6,6 milioni (su un fatturato di 89,3 per il 2016) ma di 15 milioni nel biennio 2017-2018. A fine 2017 è prevista una crescita a 100 milioni, a 113 a fine 2018. AMB è stata la prima azienda in Europa, nel 2014, ad avviare accoppiamento e stampa water-

based che oggi interessa la totalità della lavorazione; oggi produce con materiali riciclabili monocomponenti, suddivisi in diversi strati e per diverse funzionalità. Anche il progetto Skin, che garantisce maggiore performance per i film dedicati ai prodotti freschi, rientra nel percorso di sostenibilità avviato. Infine, l'introduzione di un innovativo metodo di confezionamento permette di risparmiare dal 3% al 5% dei film abitualmente assimilati quali scarti di produzione.

ADESIVI A BASE ACQUA PER IL FOOD PACKAGING

BASF ha avviato recentemente una collaborazione strategica con HP Indigo, leader mondiale nelle macchine da stampa digitali.

Obiettivo della collaborazione è quello di sviluppare adesivi a base acqua per il flexible packaging particolarmente adatti alla tecnologia di stampa HP Indigo ElectroInk, che utilizza un processo di stampa digitale altamente flessibile e veloce.

Gli adesivi a base acqua di BASF rappresentano un'alternativa rispettosa dell'ambiente ed economicamente vantaggiosa rispetto alle tecnologie tradizionali, soprattutto quando si tratta di imballaggi flessibili per il settore alimentare. Le soluzioni ottenute con sistemi Epotal® presentano notevoli vantaggi rispetto agli adesivi a base solvente e a quelli solvent-less. Oltre ad un minor impatto ambientale, questi sistemi garantiscono maggiore flessibilità al cliente, riducendo notevolmente i tempi di produzione grazie ad alcune proprietà intrinseche del polimero.

"HP è costantemente alla ricerca di soluzioni che riducano ulteriormente i tempi di lavorazione facendo crescere il valore delle applicazioni della la stampa digitale" ha commentato Nurit Raccah, Labels and Packaging Media and Materials Business Manager, della divisione Indigo di HP. "Questa collaborazione strategica con BASF, leader nel settore degli adesivi, conferma il nostro impegno costante nel fornire ai clienti di HP Indigo soluzioni end-to-end complete e capaci di garantire performance di alto livello".

BASF
We create chemistry



Il packaging del piatto non può essere ‘piatto’

Mentre il food delivering cresce, l'elettrocardiogramma del design è troppo lineare. Perché investire in comunicazione, creatività, prestazioni ambientali

“il settore dei piatti a domicilio muove un giro d'affari di oltre 800 milioni di euro: il 25% si riferisce alle consegne da ristoranti gestite dai primi sei operatori del food delivering; si tratta di 200 milioni, destinati comunque a crescere, ma con quale valore aggiunto per gli operatori del settore?”

S secondo l'Osservatorio di e-commerce B2C della School of Management del Politecnico di Milano, il settore dei piatti a domicilio muove un giro d'affari di oltre 800 milioni di euro: il 25% si riferisce alle consegne da ristoranti gestite dai primi sei operatori del food delivering; si tratta di 200 milioni, destinati comunque a crescere, ma con quale valore aggiunto per gli operatori del settore? L'esperienza di consumo di questa parte del food a domicilio è ad oggi ancora povera di memorabilità: a differenza delle altre realtà di produzione e consegna diretta a domicilio, ci si ricorda infatti del locale dal quale provengono i piatti soltanto dallo scontrino. Prevalde invece il marchio del consegnatario, cioè dei principali operatori che comunicano un brand apposto su sito web, bici e relativi portapacchi.

I valori in gioco

Un aumento dei consumi secondo questo paradigma crea valore aggiunto più alle so-

cietà di delivering che non ai loro fornitori, relegandoli al ruolo di cuochi senza identità. Al momento le realtà del food a domicilio non creano vincoli per gli aspetti di comunicazione del packaging, quindi per le aziende di converting nei settori carta e cartone, alluminio, acciaio, vetro e materie plastiche tradizionali e bio si aprono opportunità di sviluppo. Secondo Smithers Pira, entro il 2020 è previsto un incremento del 6% a valore nelle vendite di imballaggi alimentari per l'asporto, un settore che da solo arriverà a 6 miliardi di euro in UE. Ad alzare la posta in gioco per i produttori di imballaggi si aggiunge il fenomeno ancora embrionale delle family bag, che coinvolge potenzialmente quegli stessi ristoratori che si servono delle società di food delivering.

Al servizio degli operatori

Per le imprese del food packaging il secondo elemento che sosterrà l'aumento della domanda è la non competenza del ristoratore in fatto di confezioni: egli non ha nemmeno il tempo



di fare ricerca di soluzioni performanti e si affiderà proprio ai converter per avere risposte adeguate. Ma risposte a cosa? Nel formulare un'offerta più o meno ampia di contenitori per il food & beverage occorrerà rispettare alcune priorità:

- Conformità di materiali, utensili, stoviglie, chiusure e set di servizio alle normative sul contatto alimentare, compresa la loro tracciabilità e rintracciabilità
- Varietà nella scelta dei materiali e dell'opzione opaco-trasparente
- Varietà di accessori e complementi di servizio (posate, bicchieri, tovaglioli, ecc.)
- Possibilità di personalizzazione-decorazione sempre rigorosamente conforme alle norme sui materiali a contatto con gli alimenti
- Possibilità di consegne diluite nel tempo, considerando lo spazio esiguo a disposizione nei locali
- Vendita preferibilmente on line (per prevenire il fenomeno dei mancati pagamenti)
- Varietà nelle forme di contenitori e stoviglie per comunicare attraverso il design, il tipo di offerta e il valore del servizio
- Capacità di emozionare con colore, design ma soprattutto innovazione

Quest'ultimo punto è in realtà il primo: infatti, nella ristorazione a distanza la fedeltà è molto bassa perché il cliente ama provare cibi diversi. Caratterizzare l'offerta con un set di food packaging distintivo significa aumentare le probabilità di vendita per i ristoratori e per le stesse società di delivering, purché si potenzino quell'effetto sorpresa che nemmeno la fotografia del piatto sul sito riesce a generare. L'istante di apertura del contenitore-piatto è infatti un momento cruciale dell'esperienza di questo servizio che risulta fra le più complesse del settore alimentare perché composta di più passaggi e perché risulta frammentata fra tre-quattro soggetti differenti: chi produce, chi fa da mediatore, chi consegna fisicamente, chi consuma.

Buone pratiche ambientali

Abbiamo tralasciato volutamente nell'elenco delle priorità la questione ambientale perché merita un'evidenza particolare: nell'atto di consumo degli alimenti preparati da terzi, infatti, il cliente è più disponibile ad accogliere, metabolizzare e far sue alcune pratiche di sostenibilità: la preferenza per materiali biobased e compostabili, la valorizzazione degli avanzi, la prevenzione di rifiuti sia alimentari sia d'imballaggio. La ristorazione fuori casa consente margini che i prodotti industriali confezionati non hanno: il maggior costo dei materiali biobased e compostabili (cellulosici trattati con polimeri idonei, bioplastiche, legno) può quindi essere assorbito e condiviso con il cliente finale se opportunamente motivato. Accanto però a questi materiali, anche quelli non compostabili e non biobased come vetro, alluminio, polimeri tradizionali e acciaio hanno diritto di cittadinanza 'ambientale': si tratta di spiegare ai clienti che sono risorse e materie prime da non disperdere e che prima del conferimento nei contenitori della raccolta differenziata devono essere privi di residui alimentari.

La condivisione dei valori ambientali degli imballaggi e degli avanzi alimentari tuttavia deve partire simultaneamente dalle imprese di food delivering di concerto con i loro clienti-fornitori: ad entrambi è richiesta una presa d'atto che le buone pratiche di prevenzione dei rifiuti vanno veicolate sui siti di prenotazione e gestione dell'ordine, oltre che sui materiali-contenitori utilizzati per la consegna. ■

La rubrica Packaging Innovation racconta le nuove tendenze nel mondo del pack e del branding, con un occhio puntato all'ecologia e l'altro alle novità strutturali.



*Mirco Onesti,
partner e creative
director di
Reverse Innovation.*

www.reverseinnovation.com



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



PREDICE IL SONNO ALLA GUIDA

Dopo i prodotti di largo consumo, il settore del packaging è quello che maggiormente utilizza i veicoli commerciali. Il suo impatto sui consumi di carburanti e delle relative emissioni è elevato, ma elevato è anche l'impatto sulla sicurezza stradale. La prevenzione degli incidenti stradali è un aspetto che le imprese del settore sono chiamate a curare. Panasonic, dopo molteplici investimenti in ricerca e sviluppo nella sicurezza stradale, ha messo a punto una tecnologia per la rilevazione della sonnolenza che prevede ed evita i fatali colpi di sonno alla guida. Una videocamera evoluta con sistema di rilevazione contactless

effettua le seguenti operazioni: rileva la sonnolenza del conducente prima che se ne renda conto misurando i battiti delle palpebre, le espressioni facciali ed altri parametri vitali; raccoglie i dati relativi all'interno del veicolo, come la luminosità ambientale o la temperatura, per predire i cambiamenti del livello di sonnolenza; rileva e monitora il livello di sensazione termica del conducente, agendo per contrastare la sonnolenza.



A SPASSO COL RICICLATO

Venethica, start-up specializzata in calzature sportive a basso impatto ambientale, punta a fattura artigianale e ricerca materie prime che rispettino l'ambiente e il benessere della persona: la tomaia nasce dalle manichette antincendio, riciclate e disaccoppiate; la suola è biodegradabile certificata, mentre il corpo della scarpa è in tessuto naturale, l'interno è in cotone e il tassello posteriore in microfibra riciclata, che trae origine dalle bottiglie di plastica.

NUOVA DIVISIONE IN CSR

BDO Italia, branch nazionale del network globale di revisione contabile e consulenza aziendale, annuncia la nuova divisione Sustainable Innovation. Alla guida vi sarà Carlo Luison, professionista pioniere nella consulenza in materia di corporate responsibility e sostenibilità. Esperto in materia di integrated reporting e impact assessment, a partire dagli anni '90 ha collaborato allo sviluppo di numerose business line presso le più importanti società di servizi professionali al mondo.

ECOMONDO

THE GREEN TECHNOLOGIES EXPO

GREEN & CIRCULAR ECONOMY

7-10
NOVEMBRE
2017
RIMINI ITALY

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

www.ecomondo.com

Dal 1° Agosto 2017

registrati su

www.ecomondo.com/ticket

e attiva il codice invito

F1CMI

per ottenere un ingresso
giornaliero gratuito ad Ecomondo.

Promozione valida fino al 15 Ottobre 2017

IN CONTEMPORANEA CON

KEY ENERGY

www.keyenergy.it

ORGANIZZATO DA

ITALIAN EXHIBITION GROUP

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza



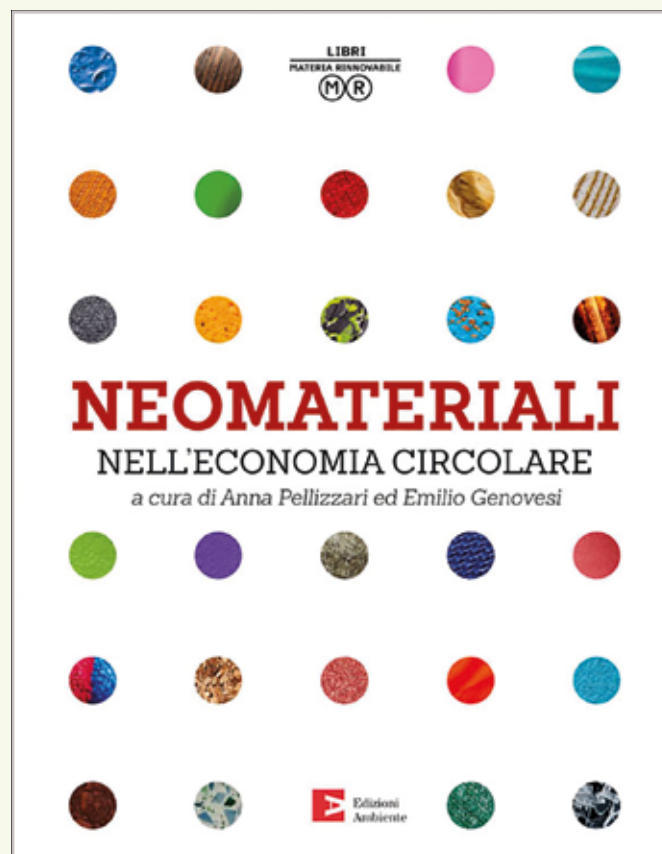


FORMAZIONE IN NIGERIA

Dopo tre anni, la World Packaging Organisation è tornata a Lagos, in Nigeria per sostenere il programma di formazione in tecnologie dell'imballaggio offerto da Pierre Pienaar, vice-presidente dell'organizzazione e membro dell'AIP, l'Istituto Australiano dell'Imballaggio, anch'esso membro della WPO. I tre giorni del corso sono stati dedicati ad illustrare le tecnologie per il confezionamento di alimenti e bevande. Numerosi gli studenti, in prevalenza nigeriani; per molti di loro il corso costituiva una necessità di apprendimento, per altri di aggiornamento. Accanto a Pienaar, Kishan Singh dal Sud Africa. Presente anche Ahmed Omah, dell'Istituto Nigeriano dell'Imballaggio (Fonte: WPO News). La Nigeria è abitata da oltre 177 milioni di abitanti e nei suoi 923.000 km quadrati ospita ingenti ricchezze, dal petrolio al cacao ai minerali preziosi, diffusi in oltre 37 stati che compongono la Federazione. La nuova presidenza, oltre alla lotta alla corruzione, spinge per uno sviluppo economico di settori non correlati a quello petrolifero.

IL MYANMAR PUNTA ALL'AGRO-FOOD

La Birmania (53 milioni di abitanti e un PIL di 67 miliardi di dollari) ha ribadito alla vigilia della manifestazione Pro Pak Myanmar 2017 la strategia di sostegno alle esportazioni nel settore ortofrutticolo; l'impegno fa parte del piano strategico di sviluppo del paese per il periodo 2015-2019 e nel comparto agroalimentare comprende anche cereali e legumi, oltre al settore tessile, al legno e alla gomma. Le tecnologie per il confezionamento rivestono particolare importanza nello sviluppo del paese asiatico.



CIRCULAR ECONOMY: I PROTAGONISTI

'Neomateriali nell'economia circolare' è il titolo del volume dedicato da Edizioni ambiente di Milano alle risorse che stanno alla base del nuovo paradigma dell'economia circolare. Il volume si divide in due parti. Nella prima viene proposta una tassonomia esaustiva dei materiali e dei processi, suddivisi in tre categorie. Si comincia con i "bio-based", materiali che imitano i cicli naturali del regno vegetale e animale. La seconda è quella dei "neo-classici", tutti quei materiali riciclati che sono ormai entrati in svariati processi produttivi. L'ultima categoria è quella degli "ex novo", processi di riciclo e valorizzazione della materia posizionati al termine dei cicli di produzione. La seconda parte approfondisce le caratteristiche e i possibili sviluppi delle filiere produttive di acciaio, alluminio, bioplastica, calcestruzzo, carta, legno, plastica, pneumatici e vetro. L'ultima parte del volume è dedicata ai casi studio.

Nobilitare con il digitale e con materiali biobased

Stampa serigrafica di pregio, ma in digitale. Adottati criteri produttivi green e nuove soluzioni da materie prime rinnovabili



Domenico Tessera, direttore generale di Sales.

La ricerca - sottolinea Domenico Tessera - è parte integrante del nostro modo di intendere: investiamo circa il 7% del fatturato per sviluppare prodotti innovativi e brevettati

L'avanzata del digitale non ha confini. Ben lo sa Sales, storica azienda torinese fondata nel 1886 e ancor oggi guidata dalla famiglia Tessera, specializzata in etichette e articoli di cartotecnica, che ha saputo reinventarsi e rivalorizzarsi puntando su lavorazioni di alta qualità e sulla tecnologia anche sostenibile. "Negli anni - spiega Domenico Tessera, direttore generale, abbiamo puntato sulla creazione di valore, nobilitando questi prodotti con materiali di qualità, lavorazioni di pregio, brevetti e innovazioni."

Evoluzione

L'attività di Sales inizia con la produzione di sacchi per sementi, da lì la necessità di applicare un'etichetta. Negli anni '50 l'azienda si trasferisce dal centro città a Rivoli e parte il primo passaggio tecnologico con la produzione delle etichette autoadesive, tra le prime aziende in Italia a realizzarle. Si sviluppa la divisione etichette, oggi divenuta core business dell'azienda, accanto all'attività di cartotecnica che, nel tempo, aveva iniziato a produrre buste e shopping bags. Ancor oggi l'azienda - che conta 35 addetti - è strutturata in due divisioni e altrettante unità produttive: la storica sede di Rivoli dove si producono etichette e, poco distante, il recente stabilimento dove è concentrata l'attività di cartotecnica. Tra gli articoli di cartotecnica emerge il marchio Rambloc, una linea di ricambi e blocchi per appunti preforati



e dotati di una banda di rinforzo sui lati, sviluppato dall'azienda nel 1997 e che in pochi anni ha conquistato un posto rilevante nel mondo della scuola e dell'ufficio. "Siamo arrivati sul mercato con un prodotto innovativo e di qualità, ma che costava tre volte tanto rispetto all'offerta di quegli anni. Noi ci abbiamo creduto e anche un grosso gruppo della grande distribuzione, che l'ha introdotto sui suoi scaffali." Qualità e innovazione che Sales ha raggiunto grazie a una costante attività di ricerca. "La ricerca - sottolinea Domenico Tessera - è parte integrante del nostro modo di intendere: investiamo circa il 7% del fatturato per sviluppare prodotti innovativi e brevettati." L'ultimo nato è la sleeve protettiva Rambloc-Protect per i dati personali contenuti nelle nuove carte di credito contactless,

pericolose in quanto soggette ad essere facilmente clonate a distanza con un semplice cellulare. "In questo caso - commenta Laura Tessera, sorella di Domenico e responsabile commerciale di questa nuova linea di prodotti - abbiamo aggiunto l'esclusiva di un materiale brevettato negli USA al nostro know-how cartotecnico per creare un prodotto promozionale con caratteristiche uniche."

Sul filo del digitale

Una buona parte di prodotti si vende grazie al packaging, di cui l'etichetta è parte integrante. Nel mercato del lusso dove conta l'immagine,



l'etichetta ha un valore elevato, rivestendo un ruolo determinante nelle decisioni di acquisto. È in questa fascia di mercato, in particolare nei settori cosmetico e farmaceutico, che opera Sales con la sua divisione etichette. "Fino a oggi - spiega Tessera - le stampe digitali non erano ancora riuscite a servire un mercato di alta gamma, che richiede nobilitazioni come rilievi, ori, trasparenze e lavorazioni particolari. Qualche anno fa, per primi e ancora unici, abbiamo introdotto una macchina che stampa in digitale etichette brillanti con i rilievi tipici della serigrafia, ma con costi più contenuti e possibilità di elevate personalizzazioni e fornitura di piccoli lotti." Silk, così è stata nominata, è stata messa a punto dall'azienda stessa, in linea con le richieste di un mercato che negli ultimi anni sta imponendo di investire in tecnologia per rispondere alle mutate richieste di un end user più esigente. "La tecnologia - continua Tessera - è giovane, ma essendo stati i primi a introdurla abbiamo maturato un certo know-how e, oggi, buona parte dei nuovi clienti la valuta con interesse."

L'anima "green" di Sales

Nel 2009 Sales inizia un percorso di sostenibilità per ridurre impatto ambientale e offrire ai clienti prodotti più sostenibili. Viene introdotta energia rinnovabile al 100%, si eliminano i solventi dal processo industriale, si adottano regole di comportamento, per esempio tutte le auto aziendali devono essere al di sotto dell'emissione definita dal protocollo di Kyoto o si compensano con l'acquisto di crediti "green" le emissioni che eccedono. "Questo è stato uno dei driver che ci ha caratterizzato

a livello di vendita negli ultimi anni - afferma Tessera - ma il mercato non ha risposto con entusiasmo, forse oggi qualcosa sta cambiando, perché si sta creando una maggior coscienza ambientale nell'end user." Tra i nuovi progetti, Sales sta lavorando allo sviluppo di un'etichetta bio-based autoadesiva per una nuova linea di prodotti cosmetici naturali. Il materiale è costituito per il 95% dagli scarti della lavorazione della canna da zucchero e una volta applicato sui contenitori di plastica può essere smaltito con la plastica senza inquinare il processo.

Si allarga alle chiusure

Nel futuro di Sales, forse una terza divisione si occuperà di soluzioni di chiusura per il food. "Abbiamo ricevuto un piccolo finanziamento europeo per sviluppare un progetto relativo a una soluzione 'apri/chiudi', insieme a un partner tecnologico", spiega Tessera, affermando che la strategia è specializzarsi su alcune merceologie e stringere partnership con aziende che operano nella filiera del packaging, dando luogo a collaborazioni trasversali che creano valore aggiunto senza generare problemi di concorrenza." (di Nicoletta Buora) ■



Tra i nuovi progetti, Sales sta lavorando allo sviluppo di un'etichetta bio-based autoadesiva per una nuova linea di prodotti cosmetici naturali. Il materiale è costituito per il 95% dagli scarti della lavorazione della canna da zucchero e una volta applicato sui contenitori di plastica può essere smaltito con la plastica senza inquinare il processo



TRATTARE E SEPARARE PRIMA

La recente ricerca di Frost & Sullivan “Decentralized Wastewater and Solid Waste Treatment Technologies” identifica le tecnologie chiave, i fattori trainanti e le sfide del mercato, le tendenze globali e regionali, gli innovatori e le innovazioni nell’ambito delle tecnologie di trattamento dei rifiuti solidi e delle acque reflue che consentono pratiche sostenibili. I modelli e le tecnologie per la gestione decentralizzata dei rifiuti solidi possono essere attuati con la separazione dei rifiuti solidi organici, riciclabili e residui alla sorgente con il vantaggio di ridurre del 60% il volume dei rifiuti solidi avviati alle discariche e un significativo miglioramento della qualità del compost e degli effluenti trattati. Il tema delle discariche è infatti ancora l’emergenza in numerosi paesi, dal sud America all’Asia, fino all’Africa.



FRESCHEZZA E SOSTENIBILITÀ

La filiera dei prodotti carnei, nel largo consumo, è il settore che maggiormente

contribuisce ad emissioni climalteranti (gli allevamenti), ma anche le fasi centrali e finali di essa possono diventare oggetto di innovazione in chiave ambientale: il corretto controllo della shelf life, il suo allungamento, l’adozione di confezioni compostabili, non solo per la raccolta differenziata ma anche nei casi di superamento della data di scadenza di confezioni ancora integre sia nei punti di vendita sia in casa. Ed infine, la riduzione del volume, per aumentare le quantità di trasporto e di energia per la catena del freddo. A queste e ad altre sfide è dedicata MEAT-TECH, la fiera di riferimento nel 2018 per l’industria internazionale della carne. Il nuovo progetto espositivo e la contemporaneità con IPACK-IMA (entrambe le manifestazioni sono in programma dal 29 maggio al 1 giugno 2018) sta infatti raccogliendo le adesioni delle principali aziende che operano nella filiera produttiva.



UN DIFFERENZIATORE RAPIDO

Bolzano è l’ultimo comune italiano in ordine di tempo ad aver scelto Junker, un’app con 50.000 scaricamenti che scansiona i codici a barre, riconosce il prodotto, lo scompone nei materiali che lo costituiscono e permette:

- di smistare il rifiuto con facilità in base alla raccolta differenziata adottata nel proprio comune
- di ridurre il margine di errore e l’esposizione a multe e sanzioni
- di avere informazioni corrette e puntuali sulle modalità di smistamento
- di richiedere feedback su come smaltire i prodotti più difficili da identificare o meno comuni

Junker legge i simboli della raccolta differenziata attraverso la fotocamera e fornisce il bidone in cui smaltire. Attualmente Junker ha in memoria oltre un milione di prodotti (ad oggi ne sono in commercio 1,3 milioni) ed elabora ogni giorno circa 120.000 richieste di informazioni provenienti dai cellulari.

PREMI AD AMBIENTE E CSR

Si terrà venerdì 20 ottobre presso l’auditorio Giò Ponti di via Pantano 9 a Milano la premiazione del concorso Il Logistico dell’Anno, manifestazione annuale promossa da As-sologistica e dalla rivista Euromerci per diffondere progetti e tecnologie che puntano a superare problemi nei settori ambientale, internazionalizzazione d’impresa, formativo, immobiliare, social responsibility, tecnologico, trasportistico (mono o multimodale) e – da quest’anno – anche in ricerca e sviluppo.

IL MONDO DEL PACKAGING SI INCONTRA SU

COM.PACK

PACKAGING
OBSERVER



UN TARGET DI 12.325 SPECIALISTI

- 68% ACQUISTI, CONTROLLO QUALITÀ, GESTIONE IMPIANTI
- 14% PRODUZIONE DI MATERIALI, IMBALLAGGI, LINEE AUTOMATICHE
- 10% CONTROLLO E GESTIONE ENERGIA, EMISSIONI RIFIUTI, RICICLO
- 5% RICERCA E SVILUPPO, PROGETTAZIONE, DESIGN, INDUSTRY 4.0
- 4% DISTRIBUZIONE, PRIVATE LABEL, LOGISTICA
- 1% COMUNICAZIONE, CERTIFICAZIONE E FINANZA



I NOSTRI SETTORI:

IMBALLAGGI, MACCHINE AUTOMATICHE, LARGO CONSUMO
FOOD E NON FOOD, BENI DUREVOLI, SEMILAVORATI,
GRANDE DISTRIBUZIONE, HORECA, CENTRI DI RICERCA,
LABORATORI E UNIVERSITÀ, MATERIALI,
MULTIUTILITY, CONSORZI, RICICLO E RECUPERO.

COM-PACK.IT

PACKAGINGOBSERVER.COM

INFO@ELLEDI.INFO

**IL PIÙ GRANDE EVENTO DELL'ANNO A LIVELLO EUROPEO DEDICATO
ALLE MACCHINE E ALLE ATTREZZATURE PER IL SOLLEVAMENTO,
LA MOVIMENTAZIONE INDUSTRIALE E PORTUALE,
LA LOGISTICA MECCANIZZATA E I TRASPORTI PESANTI**



www.italawards.it



www.italplatform.org



www.ilta.biz

**Per info e prenotazioni stand:
info@gisexpo.it - T. 010 5704948**

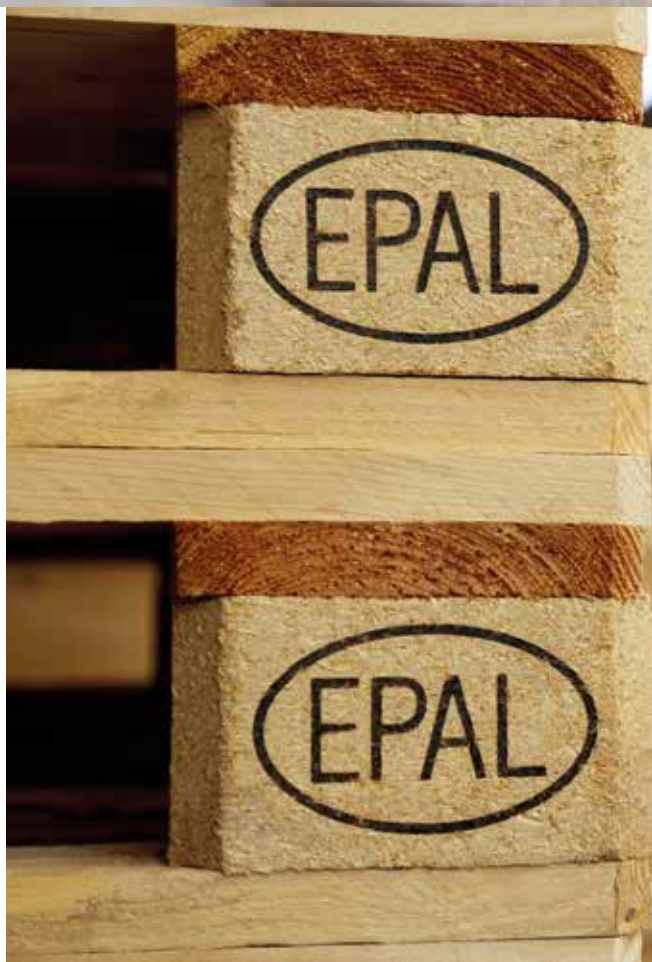
CENTINAIA DI MACCHINE E ATTREZZATURE SARANNO PRESENTI AL GIS 2017

SPECIALE LEGNO

Il legno è materiale d'imballaggio tal quale oppure frutto di una re-ingegnerizzazione di fibre vergini ma soprattutto di scarti, sfridi e materiali in arrivo da raccolte differenziate.

Le sue strutture e origini, insieme alle tecnologie nobilitanti, lo trasformano in imballaggi essenziali ad un mercato globale che richiede elevate prestazioni, costo contenuto, reperibilità, rinnovabilità, elevata riciclabilità.

Insieme ad aria, acqua e sole, il legno costituisce una delle rare risorse non ancora controllate da multinazionali. È il materiale protagonista dell'economia circolare più diffusa sul pianeta.



EPAL, DOPPIO VALORE AMBIENTALE

LA SOSTENIBILITÀ DI EPAL IN ITALIA
CONFERMATA DAGLI SGRAVI CONTRIBUTIVI,
DALL'AUMENTO DEL RIUTILIZZO,
DAL TRATTAMENTO FITOSANITARIO
APPLICATO SU NUOVI E RIPARATI

Nel corso del 2016 EPAL, il sistema di pallet interscambiabili più diffuso in Europa, (presente anche in USA, India, Cina e Australia) e leader nel riutilizzo, si conferma anche in Italia come packaging terziario preferibile sul piano dell'efficienza sia logistica sia soprattutto ambientale: lo dimostrano i dati su produzione e riparazione. Il numero di bancali nuovi è stato di 5.116.442 unità contro i 4.533.192 del 2015, con un incremento del 13%; confermati i quantitativi per i pallet riparati: 3.628.420 nel 2016 contro i 3.643.598 del 2015. Ad accrescere il valore ambientale del pallet EPAL è anche il trattamento fitosanitario FITOK, conforme allo standard ISPM n. 15 sulla protezione della flora internazionale, applicato sia ai pallet

nuovi (dal 2010) sia ai pallet riparati (dal 2011).

La crescita a livello nazionale è proseguita anche nei primi due trimestri del 2017: per i bancali nuovi l'incremento è stato a volume del 9%, mentre per i bancali riparati del 17%; rispetto ai primi due trimestri del 2016 risulta quindi una crescita complessiva del 13%, pari a

5 milioni di bancali immessi sul mercato, in linea con il dato annuale del 2016.

PEREPAL

Successo anche per il Sistema Monitorato di Prevenzione e Riutilizzo PEREPAL, ovvero il sistema volontario gestito dal consorzio Conlegno e riconosciuto da Conai e Rilegno che consente alle aziende espressamente aderenti al sistema di applicare il Contributo Ambientale CONAI-CAC sui pallet EPAL nuovi e usati con formula agevolata, con benefici per tutti gli operatori coinvolti, compresi gli utilizzatori. In accordo con Rilegno, il Comitato Tecnico EPAL ha deliberato una semplificazione per quanto riguarda l'inserimento delle notifiche all'interno della piattaforma informatica PEREPAL. Il sistema di monitoraggio congiun-



to con Rilegno-Conai ha permesso nel 2016 di reimmettere nel circuito d'uso 13,478669 milioni di pallet EPAL pari a 303.270 t.

ANDAMENTI REGIONALI

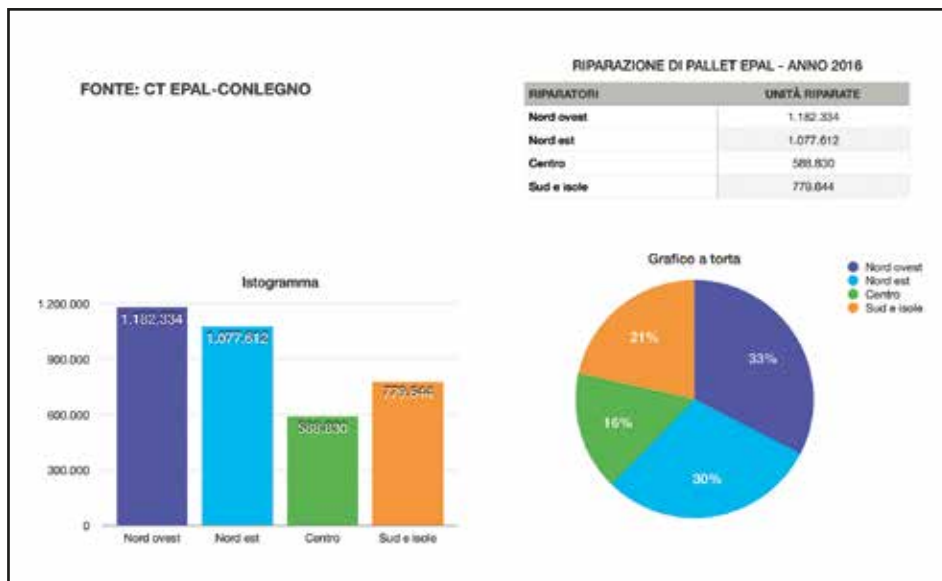
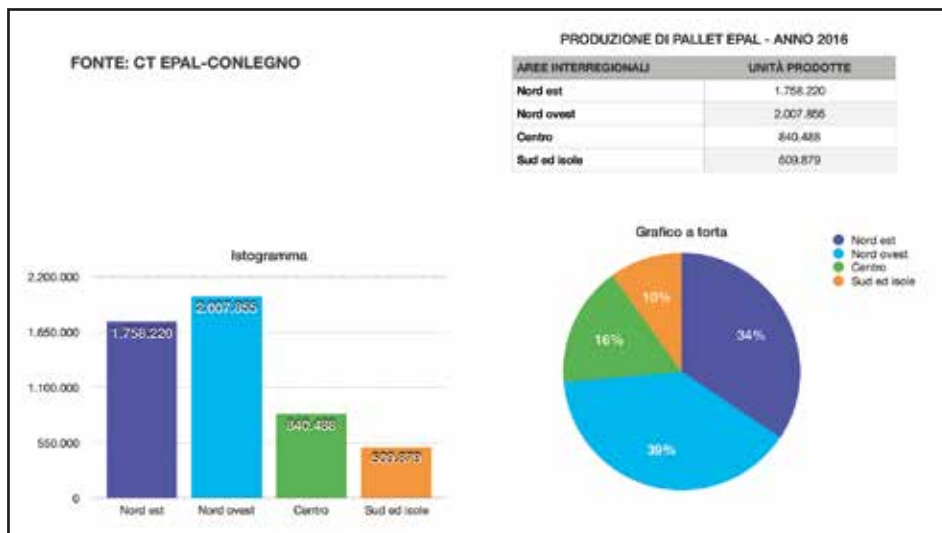
Interessanti anche i dati sull'andamento per macroregioni: 3 pallet EPAL su 4 risultano prodotti nel nord, ma il 37% delle riparazioni avviene nel centro-sud. Nel corso del 2016 i 5.116.442 bancali EPAL prodotti in Italia nel rispetto dei capitoli sono stati realizzati per 1.758.220 nelle quattro regioni del nord-ovest (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria e Lombardia) e per 2.007.855 nel Triveneto. La produzione in Italia centrale (Emilia-Romagna, Marche, Toscana ed Umbria) è stata di 840.488 pallet, mentre di 509.879 nel sud Italia ed isole. Le quote di mercato sono del 40% al nord-est, del 34% nel nord-ovest, del 16% al centro e del 10% nel sud ed isole.

I quantitativi riparati sono stati 3.628.420 ed in testa per quantità risultano le regioni del nord ovest con una quota di mercato del 33% (1.182.334), seguite da quelle del nord est con una quota del 30% (1.077.612); una quota del 16% va alle regioni centrali (588.830), a quelle del sud del 21% (pari a 779.644 pezzi).

IN LINEA

CON IL MERCATO GLOBALE

Nel 2016 le attività industriali EPAL a livello mondiale hanno raggiunto un nuovo risultato record pari ad un totale di 105,5 milioni di pallet (produzione e riparazione). La crescita rispetto all'esercizio precedente è pari al 4,35%. La produzione di pallet EPAL è aumentata del 8,93% e ammonta a 80,5 milioni, la riparazione è cresciuta di 1 milione e si attesta a 25 milioni di pallet riparati. A livello mondiale, le statistiche di produzione e riparazione a marchio EPAL sono positive: la produzione ha registrato un incremento complessivo del 10%



nei primi sei mesi del 2017 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente con 42,5 milioni di bancali prodotti complessivamente.

La crescita ha riguardato anche la riparazione con +11,5% e 13,7 milioni di pezzi.

conlegno
consorzio servizi legno sughero

CONLEGNO PER EPAL

In Italia Conlegno - Consorzio Servizi Legno Sughero gestisce i marchi tecnici dei settori dell'imballaggio e del legno strutturale.

Conlegno è promosso dalle Associazioni nazionali dell'industria (Assocarta, Assografici, Assoimballaggi, Assolegno e FederlegnoArredo), del commercio (Fedecomlegno), delle PMI della filiera del legno (CNA-produzione Legno Arredo, Confartigianato Legno Arredo, UNital-Confapi), e altre associazioni (AIEL, IFA, Vero Legno). Il primo marchio tecnico oggetto della mission del consorzio è stato, nel 2002, proprio il marchio internazionale EPAL, il cui comitato tecnico oggi risiede presso il consorzio. Oggi Conlegno associa oltre 1.300 aziende e fra queste quasi tutte quelle del settore imballaggi in legno. Per info <http://www.conlegno.eu>



rilegno

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

Grazie a Rilegno,
1 milione 627mila t
di rifiuti di legno sono
stati riciclati, oltre 720mila
rigenerate e reimmesse
al consumo,
tante da riempire
27 volte il Colosseo



Legno, risorsa senza fine:



Rilegno è al centro dell'economia circolare del legno in tutt'Italia: in ogni regione, in ogni provincia, in ogni comune. Rilegno è infatti il Consorzio nazionale per la raccolta, il recupero e il riciclaggio degli imballaggi di legno, responsabile della prevenzione della raccolta, del riciclo e del riutilizzo del legno.

REGIONE	PIATTAFORME DI CONFERIMENTO RIFIUTI	LEGNO AVVIATO A RICICLO (VALORI ESPRESSI IN TONNELLATE)
Abruzzo	12	40.607
Basilicata	1	9.081
Calabria	17	7.673
Campania	23	85.365
Emilia-Romagna	48	228.991
Friuli Venezia Giulia	6	83.643
Lazio	35	88.171
Liguria	22	47.433
Lombardia	54	386.116
Marche	20	123.663
Molise	2	106
Piemonte	33	137.263
Puglia	13	42.210
Sardegna	3	5.172
Sicilia	40	29.381
Toscana	16	132.827
Trentino Alto Adige	13	30.638
Umbria	6	17.281
Valle d'Aosta	1	4.334
Veneto	45	127.400
	410	1.627.355

I risultati 2016 lo confermano: a fine anno in Italia sono state riciclate 1.627.000 tonnellate di rifiuti di legno, provenienti da raccolte pubbliche e private: sono 47mila tonnellate in più rispetto all'anno precedente, ovvero un +3,64% che ha permesso di riportare le performances medie al periodo 2007 - 2011. Una quantità enorme di nuova materia prima si trasforma principalmente in pannello truciolare, semilavorato per l'industria

del mobile, un vero 'nutrimento' per il comparto dell'arredo nazionale, utile anche in settori come l'edilizia.

IL DETTAGLIO REGIONALE

La raccolta e il riciclo del legno sono attive in tutt'Italia, da Nord a Sud, dall'Abruzzo al Veneto. In ogni regione esiste una rete di piattaforme convenzionate con Rilegno al servizio del tessuto industriale e commerciale per la raccolta e la valorizzazione post consumo. Inoltre, grazie all'accordo sottoscritto con ANCI (Associazione Nazionale comuni Italiani), Rilegno garantisce il ritiro dei rifiuti di legno in 4.429 comuni italiani, per oltre 41 milioni di abitanti.

Esistono situazioni diverse, come diverso è il territorio nazionale: in Valle d'Aosta è un solo gestore a garantire il ritiro di tutti i rifiuti, sia privati che provenienti dal circuito urbano; in Lombardia la morfologia del territorio permette una diffusione assai più capillare a servizio dei cittadini e delle imprese. In tutti i casi, il legno viene raccolto e portato a riciclo, pronto a nutrire nella

nuova vita al 61% degli imballi

sua seconda vita il comparto industriale del mobile. È Rilegno che sostiene economicamente il sistema del recupero del legno: ogni anno infatti il consorzio impiega circa 22 milioni di euro per co-finanziare le attività di raccolta e avvio a riciclo.

RIGENERARSI FA BENE ALL'AMBIENTE

Rilegno si occupa e preoccupa in prima istanza della prevenzione: è grazie al lavoro del consorzio che lo scorso anno, oltre all'incremento dei flussi avviati a riciclo tradizionale, circa 45 milioni di pallet (721.000 tonnellate) sono stati riparati, rigenerati e reimmessi nel circuito produttivo, allungando il loro ciclo di vita per una vera azione di prevenzione nei confronti della produzione di rifiuti. L'ambiente e la sua sostenibilità sono al centro dell'attenzione di tutti i nostri consorziati.

Complessivamente, sommando riciclo, riutilizzo e recupero energetico la quota di recupero dei rifiuti di imballaggio sale al 63,52%, consolidando il fondamentale contributo di Rilegno nel perseguire ambiziosi obiettivi per il sistema Italia.

“Il legno è un materiale naturale, prezioso, riciclabile all'infinito – dichiara Nicola Semeraro, presidente di Rilegno – La sua valorizzazione da rifiuto a risorsa per il circuito produttivo e industriale genera benefici ecologici ed economici: riciclare il legno significa risparmiare energia, migliorare la qualità dell'aria evitando gli sprechi.



L'industria italiana del riciclo del legno - aggiunge Nicola Semeraro - è un'eccellenza riconosciuta in Europa e funziona grazie a Rilegno. Le percentuali di riciclo, molto soddisfacenti e costantemente oltre i limiti fissati dalla legge, ci permettono di guardare con ottimismo anche ai target che la Commissione Europea sta definendo per il


rilegno

RILEGNO: CHI È E COSA FA

Rilegno è il Consorzio nazionale per la raccolta, il recupero e il riciclo degli imballaggi di legno in Italia. È nato a seguito del decreto legislativo Ronchi 22/97 e risponde al testo unico ambientale 152/2006. Rilegno ha il compito di organizzare e garantire in tutta Italia la prevenzione, il riuso, il riciclo e il recupero degli imballaggi di legno (pallet, cassette per l'ortofrutta, casse, gabbie, bobine per cavi).

futuro, con un innalzamento della quota di riciclo che dovrà arrivare all'80% entro il 2030”.

#RILEGNOPHOTOCONTEST



Tutti pronti a scattare! “#rilegnophotocontest – il legno tra storia e innovazione” è la nuova sfida per gli amanti del legno lanciata dal Rilegno, il consorzio nazionale per la raccolta, riutilizzo, riciclo del legno, in occasione dei 20 anni della sua fondazione. Dal 28 agosto iscrivendosi su www.concorso.rilegno.org si possono vincere €1.000 (ogni informazione nel bando scaricabile dal sito). Il contest si pone come obiettivo la riflessione di quanto sia importante per l'uomo il legno e quanto abbia caratterizzato la sua vita. Quindi libero spazio alla fantasia per raccontare il proprio punto di vista sul legno, materia “madre” per eccellenza.

Vai su www.concorso.rilegno.org e buoni scatti!



RILEGNO

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

IL PALLET ECOLOGICO CHE NASCE IN TEMPO REALE SUL FINE LINEA

**PROGETTO FINANZIATO
DALL'UE PER USARE LEGNO
DA DIRADAMENTI. UN ROBOT
PRODUCE IN SITU E TAGLIA
COSTI ED EMISSIONI. DA
ESPORTARE IN ASIA, INSIEME
ALLE NORME EUROPEE
FITOSANITARIE**

Lo scorso 20 luglio a Chieti si è tenuta la presentazione finale del progetto europeo SUPPLE: in due anni quattro partner, grazie al contributo finanziario della Commissione Europea, hanno lavorato insieme per realizzare un sistema di produzione di pallet in legno derivante non dal taglio selettivo di tronchi, bensì da sottoprodotti delle attività forestali, quali il diradamento e quelle operazioni di mantenimento delle foreste che producono ingenti quantità di biomasse legnose.

A richiesta e in tempo reale

A partire da questa tipologia di prodotti agroforestali, si è formulata una materia prima idonea ad alimentare Smart Line, un'innovativa stazione produttiva robotica che va collocata direttamente presso gli stabilimenti degli utilizzatori di pallet. La stazione sostituisce i costi di manodopera di bassa qualifica e consente di produrre bancali standard o su misura direttamente vicino al fine linea o presso i magazzini dove abitualmente avviene il primo utilizzo del pallet.

Processo snello

Questi due servizi, on demand e just in time, contribuiscono a ridurre non soltanto i tempi di consegna e lo spazio da dedicare alla conservazione di riserve tecniche consistenti (un minimo comunque è necessario averle), ma anche le emissioni connesse ai trasporti dal produttore di pallet all'utilizzatore. Un'altra prestazione importante di Smart Line è



quella di svolgere in situ quel dimensionamento ottimale che evita di produrre, per esempio, pallet pesanti per consegne one way di merci voluminose ma leggere, e di poter variare il dimensionamento in tempo reale se arriva all'improvviso la richiesta di modificare struttura, dimensioni e portanza.

Verifiche sul campo

I due cardini del sistema (materia prima rinnovabile a basso costo e una stazione robotica flessibile anch'essa a basso costo) sono stati testati presso due siti industriali di potenziali clienti; inoltre è stata condotta un'analisi di tipo LCA dal bosco al fine vita del pallet, considerando che a livello internazionale prevale la termovalorizzazione. Infine è stato messo a punto il modello di business e validata da analisti indipendenti la tecnologia della stazione robotizzata.

Il ruolo dell'Italia

Il gruppo di ricerca e sviluppo, coordinato dalla finlandese Eartpac e col supporto di Conlegno-Consortio Servizi Legno-Sughero, di Eurobox e di Enco, ha ipotizzato uno scenario applicativo internazionale: i rapporti commerciali tra Europa ed Asia. In particolare, i flussi del commercio asiatico crescono a volume di anno in anno ad una media dell'8%. In questo contesto, fra i numerosi prodotti, un peso importante lo hanno i prodotti cartari che necessitano nel trasporto via nave e via gomma di bancali one way, spesso su misura e trattati dal punto di vista fitosanitario.

Norme ambientali UE

Tra gli obiettivi ambientali dell'Europa, che ha finanziato questo progetto, c'è la diffusione anche fuori dal mercato

europeo dei trattamenti termici contro gli infestanti al posto di quelli chimici basati sul bromuro di metile. Quindi, considerando nel progetto anche la diffusione di queste tecniche più sostenibili rispetto a quelle chimiche ancora largamente diffuse nei paesi asiatici, si è potuta stimare una prima serie di benefici ambientali.

Quattro risultati importanti

Il progetto SUPPLE può così dimostrare il senso di questo acronimo: Sustainable Pallet Production for more efficient Logistics and improved Environmental benefit. Ed ecco i vantaggi ambientali: riduzione di 0,32 milioni di m³/anno di materia legnosa grazie all'utilizzo di legno proveniente da diradamento e non da taglio selettivo; riduzione nelle emissioni di 1.122 tonnellate di CO₂/anno grazie alla maggiore efficienza nel trasporto; riduzione nel consumo di diesel di 4,27 milioni di litri/anno; riduzione nell'utilizzo di bromuro di metile di 20 tonnellate/anno. E già lo scorso marzo, in occasione di MADE EXPO il consorzio Conlegno aveva ospitato e promosso durante la manifestazione gli obiettivi e i primi risultati ottenuti dal gruppo di lavoro che ha visto le imprese italiane eccellere dal punto di vista dell'innovazione e della gestione del progetto.





QUANDO IL CONTAINER RESTA A TERRA...



NEL TRASPORTO MARITTIMO LA PESATURA ANDRÀ FATTA CON STRUMENTI OMOLOGATI. STOP ALL'IMBARCO PER ERRORI DOCUMENTALI O DIFFORMITÀ DI PESO: LA SICUREZZA DURANTE LA NAVIGAZIONE È POSTA IN PRIMO PIANO

Dallo scorso 1 luglio il trasporto di merce containerizzata via nave è soggetto alla circolare n. 133/2017 che introduce alcune novità sulle norme già in vigore dal 01.07.2016 e che impongono la dichiarazione, da parte del soggetto che esporta la merce (shipper), della "Massa Lorda Verificata", ovvero il peso netto contenuto all'interno del container (ivi incluso l'imballaggio), la tara (peso del container) e il peso totale. Le novità più rilevanti possono essere così sintetizzate:

- 1.** strumenti di pesatura: non possono essere "liberi" ma omologati;
- 2.** shipper: oltre al nominativo (ragione sociale e indirizzo) occorre riportare anche il riferimento della persona che rappresenta lo shipper, completo di recapito telefonico e mail;
- 3.** persona autorizzata: indicazione del soggetto autorizzato ad effettuare il

rilievo del peso e a compilare lo shipping document; la persona autorizzata potrà essere lo stesso shipper o altro soggetto da quest'ultimo individuato;

4. metodo di pesatura: lo shipping document deve riportare in modo inequivocabile il metodo adottato per rilevare le informazioni relative al peso, ovvero:

– **metodo 1:** pesatura, con strumenti regolamentari, del contenitore imballato/chiuso e sigillato.

– **metodo 2:** pesatura di tutti gli articoli da caricare (comprese la massa di pallet, fardaggio e altro materiale di rizzaggio) e aggiungendo la tara del contenitore (riportata sui portelli del medesimo) alla somma dei singoli articoli (si precisa che per 'arti-

coli da caricare' si intendono i colli confezionati).

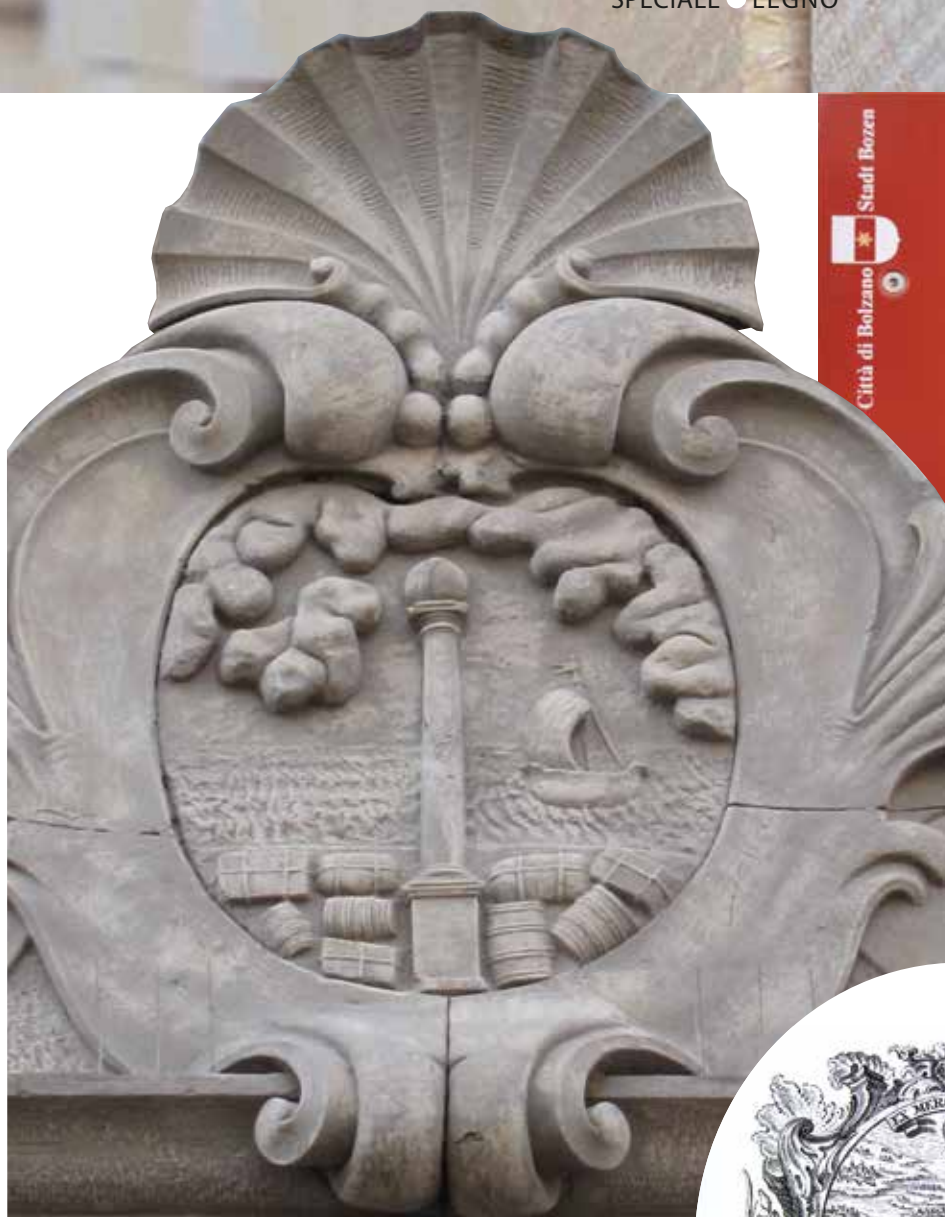
Per ciò che attiene la regolarità degli strumenti di pesata, pur non essendo esplicitamente richiesto, appare consigliabile riportare, nello shipping document, il numero di matricola dello strumento utilizzato, così da facilitare la tracciabilità del rilievo.

L'introduzione della figura della "per-

Annesso

DICHIARAZIONE VGM **SHIPPING DOCUMENT**

Shipper: Shipper:			
Telefono: Phone:		Indirizzo mail: Mail address:	
Persona autorizzata: Authorized person:			
Telefono: Phone:		Indirizzo mail: Mail address:	
Numero contenitore: Container number:		Numero booking: Booking number:	
Metodo usato per la pesatura: Method used for weighing:	Metodo 1 Method 1	☐	Pesatura con strumenti regolamentari del contenitore imballato/chiuso e sigillato. Weighing the packed container using calibrated equipment.
	Metodo 2 Method 2	☐	Pesatura di tutti gli articoli da caricare, comprese la massa di pallet, fardaggio e altro materiale di rizzaggio e aggiungendo la tara del contenitore alla somma delle singole masse. Weighing all packages and cargo items, including the mass of pallets, dunnage and other securing material to be packed in the container and adding the tare mass of the container to the sum of single masses.
Barrare con "X" (Mark with "X")			
Matricola della pesa: Calibrated and certified equipment number:			
Massa lorda verificata (VGM): Verified Gross Mass (VGM):		Kg	
Il sottoscritto certifica che i suddetti dati sono veri e corretti in ottemperanza alle previsioni della regola VI/2 della Convenzione Internazionale per la Salvaguardia della Vita Umana in mare (SOLAS), come emendata dalla Risoluzione MSC 380(94) e delle discendenti disposizioni nazionali. The undersigned hereby certifies, that the above-mentioned details are true and correct according to the requirements of the Regulation VI/2 of the International Convention for the Safety of Life at Sea (SOLAS) as amended by Resolution MSC.380(94) and related national legislation.			
Data e luogo: Date and place:			
Firma dello shipper o della persona autorizzata: Shipper's or authorized person signature:	Firma Signature		
	Nome stampato Printed name		



Città di Bolzano
Stadt Bozen

Palazzo Mercantile Merkantilgebäude

Antica sede del Magistrato Mercantile, organo giurisdizionale dell'attività fieristica di Bolzano istituito nel 1635 dall'arciduchessa Claudia de' Medici. L'attuale edificio (1708-1731) è opera dei fratelli Delai su progetto dell'architetto veronese F. Perotti. Già sede della Camera di Commercio, ospita oggi il Museo Mercantile con collezioni di documenti, dipinti e arredi dei secoli XVII e XVIII.



sona autorizzata" presuppone che si dia luogo alla gestione formale dell'eventuale delega dallo shipper al terzo delegato anche perché lo shipping document deve essere corredato da firma autografa della persona autorizzata.

Se ai controlli effettuati presso le aree doganali risultano non conformità di peso e/o documentali, il container non viene imbarcato e il soggetto che esporta viene denunciato per violazione del codice di navigazione. A ciò si sommano i danni connessi alla mancata consegna a destino. La circolare comporta ricadute importanti lungo tutta la filiera logistica, a partire dal proprietario o del mittente della merce e subito a seguire l'imballatore e lo spedizioniere che di solito fa da

tramite in queste operazioni. Soprattutto gli imballatori sono fra i primi soggetti responsabilizzati: essi per motivi logici e logistici sono i soggetti che conoscono la tara della confezione (imballaggio), che devono conoscere il peso netto contenuto (per progettare imballaggi ad hoc) e spesso ricevono presso i propri siti anche la merce da imballare. Questa è la ragione per la quale nell'intera filiera la figura dell'imballatore assume rilievo ed è proprio per questo che è chiamato ad effettuare la determinazione della Massa Lorda Verificata

(detta VGM) che sarà dichiarata sullo shipping document a cura dello shipper (soggetto che esporta), che resta l'unico responsabile giuridico: tuttavia sia questi sia il suo cliente, il mittente, in caso di difformità tenderanno a rivalersi sull'imballatore, per le ragioni sopra esposte. Per prevenire quindi danni da mancata

consegna è consigliabile avvalersi non solo di spe-

dizionieri competenti

ed aggiornati sulla

circolare, ma di ve-

rificare che le terzi

parti, cioè gli im-

ballatori che al-

lestiscono le uni-

tà di consegna,

siano parimenti

competenti ed ag-

giornati. La circolare

133 è stata emessa

dal Comando Generale

delle Capitanerie di Porto per

adeguarsi alle decisioni internazio-

nali della Convenzione Solas che punta a

prevenire disagi, inefficienze ed inciden-

ti legati alla non conoscenza del peso

dei container (portata dei mezzi di solle-

vamento, bilanciamento dei carichi, sta-

bilità del carico sulla nave, ecc.) da parte

dei comandanti delle navi, ai quali resta

l'ultima decisione se imbarcare o no un

container.

“CI SERVONO FABBRICHE DI LEGNO”

**EMILIA-ROMAGNA RICCA DI FORESTE
MAL SFRUTTATE: PERCHÉ IMPORTIAMO L'80%
DEL FABBISOGNO?
IL PRESIDENTE DI FEDERLEGNOARREDO
RILANCIA LE RISORSE LOCALI**

In occasione di un recente incontro con le imprese emiliane della filiera del legno, Emanuele Orsini presidente di FederlegnoArredo ha siglato un accordo con la regione Emilia Romagna per valorizzare le risorse boschive regionali. L'accordo rientra nel piano di sviluppo della federazione che punta a sostenere sia le imprese dell'imballaggio in legno sia governo ed enti locali nel generare valore dai boschi in gran parte demaniali e di proprietà dei comuni. "L'obiettivo è aumentare il ricorso alle materie prime nazionali per abbassare le importazioni e riattivare l'economia agro-forestale – ha dichiarato Orsini alla nostra redazione – Questa regione ha un problema comune anche ad altre ricche di boschi: sfrutta appena il 20% della ricrescita delle foreste, quando la media europea è del 60%. Il risultato è un'importazione di legno dell'80%, con le conseguenze che già da questo autunno ci aspettiamo rincari nelle materie prime che i produttori di imballaggi in legno dovranno spiegare all'industria manifatturiera." Far ripartire la cultura del legno come imballaggio industriale ma anche come soluzione di marketing per valorizzare i prodotti food e non food richiede uno sforzo anche economico nella direzione dei boschi locali: la regione può quindi fornire latifoglie come il pioppo. In particolare, nel progetto di rilancio del settore boschivo il piano per la pioppicoltura prevede incentivi di 4.000 euro per ettaro. Per Orsini non si tratta di tutelare solo gli interessi di categoria, di chi produce pallet piuttosto che imballaggi industriali: l'Emilia Romagna non consegna il suo agroalimentare d'eccellenza, la sua meccatronica conosciuta in tutto il mondo dalle auto alle macchine per l'imballaggio e il confezionamento se non ha imballaggi idonei, conformi, sostenibili e a km 0. "Questa regione conta distretti conosciuti nel mondo: la maglieria e il biomedicale a Carpi, l'automotive a Bologna e Modena, l'impiantistica a Parma solo per citarne alcuni. Non credo che vi siano regioni con un numero così elevato di distretti, e questo spiega la quantità e la ricchezza di industrie specializzate nell'imballaggio in legno."



EMANUELE
ORSINI

CIMI SI RAFFORZA NELLA FOOD VALLEY GRAZIE A CONQUATTRO



INTEGRAZIONE FRA IMPRESE NELL'IMBALLAGGIO INDUSTRIALE SU MISURA PER VESTIRE CON IL LEGNO IL MADE IN ITALY DEI BENI STRUMENTALI, DELL'IMPIANTISTICA E DELL'AUTOMOTIVE

Conquattro di Parma, da 25 anni nel settore degli imballaggi industriali in legno, entra a far parte, per acquisizione, di CIMI spa di Segrate (MI), storica azienda del settore (1958), fra le prime imprese in Italia per volume d'affari nel settore dell'imballaggio industriale con oltre 70 dipendenti, un indotto che impiega una trentina di addetti, e quattro sedi operative a Segrate (MI), Vaiano Cremasco (CR), Inveruno (MI) e Parma oltre, al momento, a quattro cantieri permanenti.

L'acquisizione avviene in un settore, quello del packaging industriale, il cui giro d'affari si aggira fra i 250 e 300 milioni di euro a livello nazionale e che è caratterizzato da un'elevata frammentazione di piccole imprese. L'intesa fra CIMI e Conquattro consente ad entrambe lo sviluppo dei

servizi di imballaggio per le aziende che operano nel territorio di Parma e nei numerosi distretti industriali regionali del nord Italia.

La concentrazione di imprese è un fenomeno progressivo che caratterizza da alcuni anni il comparto e che genera un effetto positivo sul fronte della qualità: infatti, per imprese più grandi e strutturate è più semplice gestire al meglio

gli standard non solo tecnici ma anche ambientali, quali per esempio ISPM n. 15, procedure di quarantena, conformità alle normative sul trasporto internazionale delle sostanze pericolose, livelli di sicurezza dei grandi imballi industriali per merci e operatori; le piccole aziende ottemperano sì ma con difficoltà, costi maggiori e con tempistiche dilatate.

Inoltre, la progressiva concentrazione permette agli imballatori di comunicare ai committenti più efficacemente il 'dietro le quinte' di un imballaggio industriale su misura, e far capire la necessità di progettare ed eseguire allo stato dell'arte; spesso, invece, il packaging industriale viene ancora considerato un male necessario, gestito secondo logiche di prezzo che pregiudicano la sicurezza di prodotti e persone; in alcuni casi, poi, non si



considera la severità con cui gli enti doganali dei paesi di destino applicano le normative vigenti nei rispettivi paesi, bloccando le merci nei porti e addebitando sovracosti, nel migliore dei casi.

“L’imballaggio industriale in legno – ha commentato Sabrina Strozzi, AD di Conquattro, in occasione dell’integrazione – è poco conosciuto ma è sempre di più il biglietto da visita del made in Italy nell’impiantistica alimentare e in genere, nell’automotive, nella meccanica strumentale e nelle macchine automatiche che sono fra le produzioni più importanti delle nostre provincie.”

La sede storica di Strada Mutta n. 22 di Conquattro diviene così la seconda unità operativa di CIMI in Parma, insieme a quella già esistente in Via Gastaldi n. 17/a; in entrambe sono garantiti i medesimi livelli occupazionali, indispensabili per lo sviluppo futuro e per assicurare tutte le attività complesse di questo settore: la costruzione degli imballaggi industriali custo-

mizzati e progettati ad hoc sarà la prerogativa dell’unità in Strada Mutta, il collettamento, imballaggio e stoccaggio della merce, i servizi di carico automezzo e riempimento dei container per l’imbar-

co marittimo saranno erogati prevalentemente nell’unità di Via Gastaldi.

Michael Sebastian Jenewein, presidente di CIMI, sottolinea che, pur trattandosi giuridicamente di una cessione d’azienda, l’operazione deve essere intesa come un’integrazione: “Sabrina Strozzi e i suoi collaboratori continueranno le attività ma con il vantaggio dell’esperienza tecnica, normativa e commerciale di CIMI: il nostro obiettivo è diventare azienda di riferimento per le imprese del parmense, e non solo, grazie ad una serie di caratteristiche che ci accomunano: difettosità ‘zero’, precisione dei tempi di consegna, elevata qualità tecnica di ogni progetto. Siamo consapevoli di operare in un settore spesso ignorato ma altrettanto spesso enfatizzato per l’importanza che riveste: consentire al prodotto di giungere a destino integro ed in perfette condizioni, pronto per l’uso.”





NOLPAL SI FA CARICO DELLE CRITICITÀ DI EPAL E PROPONE UNA FORMULA ALL INCLUSIVE A COPERTURA NAZIONALE CHE ESCLUDE L'ACQUISTO DEL PARCO PALLET



L'INTERSCAMBIO EVOLVE GRAZIE A NOLEGGIO+GESTIONE

NolPal Noleggio Pallet di Faenza (RA) si avvia a chiudere la gestione 2017 con un movimentato di 2 milioni di unità, un trend decisamente in crescita nell'ultimo biennio, segno evidente che le nuove politiche aziendali sono state calibrate sulle necessità del mercato.

Al di là dei numeri, NolPal archiverà l'anno in corso con importanti clienti nel largo consumo con distribuzione nazionale tra i quali si annoverano Pizzoli, Gruppo Casillo, Orogel, Kimbo, Sibeg-Coca Cola Sicilia, Gruppo Cevico.

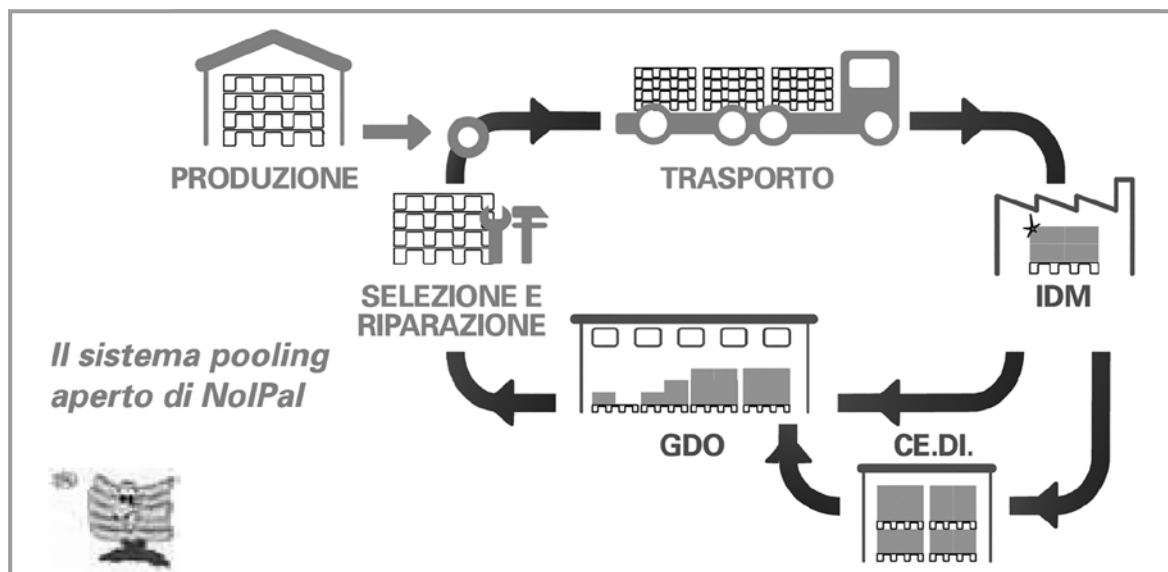
NON SOLO NOLEGGIO

Questo secondo anno di successo nel sistema di noleggio di bancali EPAL si basa su due punti-

chiavi: il ricorso appunto ad un pallet standard interscambiabile tecnicamente efficiente, di lunga durata ed a ridotto impatto ambientale e un differente approccio al concetto di interscambio, che è nella fattispecie il valore aggiunto creato dai soci romagnoli di NolPal.

"Chiunque si appresti ad offrire servizi sui pallet si confronta necessariamente

col paradigma delle società di pallet pooling a noleggio – spiega Angelo Mancuso, da poco più di due anni nuovo direttore generale – Il mercato cerca da sempre una soluzione alle difficoltà dell'interscambio e trova nei pooler a noleggio la possibilità della delega totale alla gestione e del superamento dei problemi, ma sul piano economico la loro



contrattualistica prevede una serie di vincoli ed oneri aggiuntivi che possono penalizzare l'industria, soprattutto se si tratta di piccole e medie imprese."

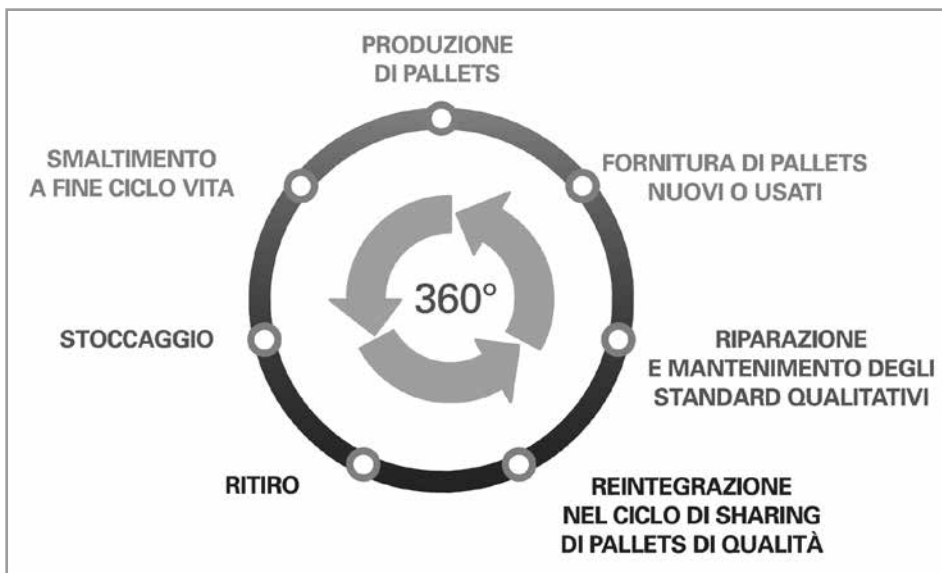
CONTRATTI AD HOC

NolPal punta quindi alla sostenibilità non solo ambientale, ma anche economica: innanzitutto si dialoga con l'azienda-cliente, si analizzano lo schema dei flussi, i volumi, le rotazioni, le dimensioni dell'impresa, il potenziale e si formula un piano di gestione ad hoc. L'azienda romagnola offre più che un noleggio di bancali, la gestione a livello nazionale di un parco pallet noleggiato, quindi ogni contratto di servizio è diverso dall'altro, senza rigidità.

Il secondo punto qualificante dell'offerta è la tariffa unica omnicomprensiva. "Abbiamo verificato lo scontento di numerose aziende, che pianificano attività e budget e che invece si trovano extra-costi variabili – sottolinea Mancuso – Abbiamo accolto questo disagio e ne abbiamo tratto un punto di forza: la semplicità e la trasparenza."

PARTNER OMOLOGATI

La garanzia di qualità del servizio passa per la conformità dei pallet EPAL, nuovi od usati che siano, e per la flessibilità nei quantitativi di volta in volta richiesti: mantenere la promessa significa avere una copertura geografica idonea e uno standard di comportamento degli operatori NolPal che rispondano in modo uniforme dalla sede centrale come dalle unità locali. "Abbiamo creato con produttori e riparatori omologati EPAL in tutt'Italia dei contratti di servizio specifici – spiega Mancuso – Poche regole semplici devono assicurare a loro volumi costanti mensili di business, ai nostri clienti soddisfazione e come conseguenza redditività a NolPal. Qui sta il senso della sostenibilità economica, mentre quella ambientale è legata al forte im-



pulso al riutilizzo di un bancale che una LCA di processo dimostra come performante sul piano del limite alle emissioni.

PACKAGING E LOGISTICA

I nostri sforzi mirati alla crescita sostenibile con una chiara impronta etica e green sono stati premiati negli ultimi due anni con numerosi ed importanti riconoscimenti da parte di organismi nazionali di settore: negli ultimi 2 anni abbiamo ricevuto due menzioni speciali al premio "Il Logistico dell'anno" organizzato da Assologistica ed Euromerci. Lo scorso anno siamo stati premiati ad Ecomondo di Rimini come una delle 10 start up innovative nel settore della green economy, premio al quale è stata conferita la Medaglia dal Presidente della Repub-

blica. Sempre lo scorso anno siamo stati tra i vincitori del Bando CONAI per il recupero ed il riutilizzo degli imballaggi. Questi premi oltre a riempirci di orgoglio e a darci prova che siamo sulla strada giusta, ci danno la spinta a fare sempre meglio".

Ciò che Mancuso non sottolinea lo evidenziamo noi: la formula messa a punto da NolPal massimizza i vantaggi dell'interscambio, rende certi i costi, riduce le criticità ma genera anche una ricaduta 'sociale' non trascurabile: il valore aggiunto prodotto, che sia marginalità piuttosto che taglio dei costi, viene redistribuito su più attori e non su di un'unica azienda. Questo aspetto contribuisce a caratterizzare NolPal nelle tre direzioni classiche della sostenibilità.

I VANTAGGI DEL SISTEMA NOLPAL

- Nessun investimento d'acquisto
- Nessuna immobilizzazione di capitale
- Garanzia degli standard di qualità EPAL
- Copertura europea
- Servizio sempre disponibile
- Fornitura personalizzata di pallet di qualità nella quantità desiderata
- Reintegrazione dei pallet in caso di mancato recupero, di fine vita o di furto
- Eliminazione del trasporto dei pallet di ritorno
- Risparmio sul personale e sugli oneri di gestione dei pallet
- Riduzione delle emissioni di CO₂



UN ESEMPIO DI INTERNET OF THINGS

Dopo la positiva esperienza come partner ambientale a SlowFish, continua il percorso dei Greenpallet di Palm nel comune impegno sostenibile con SlowFood: hanno partecipato come elementi di arredo al ventesimo compleanno di Cheese che si è tenuto dal 15 al 18 settembre a Bra (CN). Al termine dell'evento i Greenpallet continuano il loro ciclo di vita e svolgono la loro naturale funzione logistica: riutilizzati ed integrati nel ciclo produttivo di Lurisia. I Greenpallet sono prodotti con legname certificato PEFC e FSC e 100% tracciabili grazie a un'etichetta RFID che consente di avviare un percorso di tracciabilità degli oggetti memorizzando informazioni sull'origine, la provenienza e tutte le richieste associate alle nuove regole sull'etichettatura alimentare.



QUANTA CO₂ NEI BANCALI

Il parco pallet circolante in Europa è stimato in circa 4 miliardi di unità, che fissano nel loro materiale ligneo l'anidride carbonica, il principale gas ad effetto serra; la quantità di CO₂ stoccata nei pallet circolanti è stimata in 108 milioni di TEP.



AMBIENTE E LOGISTICA: QUALE FUTURO?

Si parlerà di misure normative per l'economia circolare e di revisione della direttiva UE sui rifiuti da imballaggio il prossimo venerdì 13 ottobre a Maastricht, in Olanda, durante una delle tre giornate dell'assemblea organizzata da FEFPEB, la federazione europea dei produttori di imballaggi in legno. Sempre venerdì importante relazione di Walther Ploos van Amstel, dell'Università di Amsterdam, sulle tendenze mondiali nell'ambito della logistica. L'Europa impiega ogni anno circa 25 milioni di metri cubi per produrre pallet e imballaggi in legno.



UN MERCATO DA 2 MILIARDI DI EURO

Secondo i dati contenuti nel Rapporto FLA 2016 di FederlegnoArredo, in Italia il mercato alla produzione di imballaggi in legno valeva lo scorso anno 1,934 miliardi di euro, dei quali 292 milioni riferiti al sughero in prevalenza utilizzato per le chiusure. Il settore contribuisce per il 17% in valore al fatturato del solo comparto del legno e dei semilavorati, escluso il mondo dell'arredamento. Sughero a parte, le imprese dell'imballaggio producono per 1,536 miliardi di euro dei quali ne esportano 105 milioni, pari al 6%.

MARCATURA SENZA CONTATTO A BASSO CONSUMO ELETTRICO



NUOVA LINEA STAMPA DI DATI VARIABILI CON INK JET PER PALLET: FLESSIBILE, VELOCE E SICURA APPLICATA A UNA LINEA DI PRODUZIONE INNOVATIVA

UIFAT di Lainate (MI), specialista nei sistemi di marcatura ed identificazione industriale, e Storti di Motta Baluffi (CR), costruttore di macchine e linee complete per la lavorazione del legno, hanno realizzato insieme e installato presso un'azienda di produzione bancali la prima linea automatica per la produzione di pallet equipaggiata con il sistema di stampa inkjet, in grado di stampare su blocchetti cilindrici. La linea consente di gestire differenti misure e scegliere se marcare uno o più blocchetti con diverse tipologie di stampe, fino ad una velocità di produzione di 10 pallet al minuto. Tramite una sola interfaccia, l'operatore è in grado di gestire le due teste di stampa che rimangono indipendenti: è così possibile stampare differenti lay-out su entrambi i lati dei pallet. Un'altra funzione è stampare lay-out in sequenza e in modo del tutto automatico: per esempio, è possibile stam-



pare il marchio ISPM 15 nei blocchetti centrali e le misure, piuttosto che un logo o qualsiasi altro tipo di testo, su quelli esterni. La specializzazione e la pluridecennale esperienza di UIFAT hanno prodotto tecnologie che consentono di stampare e codificare pallet di qualsiasi tipo, travetti, morali, coperchi o altri tipi di imballaggi con vantaggi rispetto

a un marcatore a caldo: infatti prodotti, imballaggi o componenti non devono essere fermati; inoltre i costi energetici sono di gran lunga inferiori e l'investimento dell'attrezzatura è sostenibile da qualsiasi azienda. Infine, è possibile variare in tempo reale i tipi di marcatura senza il rischio di incidenti e si può stampare anche su legno umido. Queste tecnologie generano risparmio di tempo ed aumentano la qualità di stampa, che non dipende più dalla qualità della superficie da stampare, perché la tecnologia UIFAT permette di non avere più alcun contatto con la stessa. Il ricorso alle soluzioni ad alta precisione e velocità della casa lombarda contribuiscono a ridurre gli scarti da erronea marcatura ed evitano difetti nei lettori ottici automatici.



NELLA PREVENZIONE INCENDIO SI PUÒ E SI DEVE ANDARE OLTRE LE INDICAZIONI DI LEGGE, A GARANZIA DELLA MASSIMA SICUREZZA. IL CASO DI UN MATERIALE INNOVATIVO PER PRODURRE DISPOSITIVI DI SICUREZZA PARACOLPI



UN MATERIALE INTELLIGENTE: IGNIFUGO E ATOSSICO

Secondo gli ultimi dati disponibili al 2016 del Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco, dei 234.675 interventi il 29% è stato richiesto per incendi ed esplosioni; è in leggera crescita, dello 0,3% rispetto all'anno precedente, ma risulta che il 6,3% degli incendi ha avuto luogo

in ambito industriale, come capannoni, fabbricati agricoli, magazzini e autorimesse.

Numericamente il dato sembra esiguo ma va considerata l'estensione delle aree e la tipologia e il volume di merci e macchinari che vi risiedono.

COSA DICONO LE NORMATIVE

Negli stabilimenti dove si immagazzinano materiali lignei, cartacei e polimerici in attesa di lavorazione e già lavorati pronti per la vendita, la prevenzione incendi a livello di progettazione delle strutture è un atto dovuto per legge. Il Regolamento (UE) N. 305/20112 del Parlamento Europeo e del Consiglio emanato il 9 marzo 2011 disciplina come le opere da costruzione debbano essere progettate, realizzate e gestite in modo tale che siano minimizzate le cause di incendio o di esplosione, provvedendo innanzitutto all'incolumità delle persone e, secondariamente, alla tutela dei beni presenti, delle strutture e dell'ambiente.

TECNOLOGIE PER LA PREVENZIONE

Eppure, anche le normative danno indicazioni non sempre utili a limitare i danni da combustione. Per esempio, secondo STOMMPY Srl di Rubiera (RE), specializzata in dispositivi di sicurezza paracolpi, i prodotti ignifughi, entro certi valori





di temperatura e di tempo, riescono a ritardare o addirittura inibire la combustione, evitando di innescare e propagare la fiamma nell'ambiente circostante: si tratta di un risultato possibile grazie alla miscela di sostanze chimiche con altri materiali di costruzione.

IL ROVESCIO DELLA MEDAGLIA

Tuttavia questi materiali producono effetti tossici particolarmente elevati quando sottoposti alla fiamma o ad un forte aumento della temperatura. Ne sono un esempio le miscele di borace e acido boricico o i fosfati acidi, usati normalmente per impedire o limitare la combustione di materiali di facile accensione come il legno, la carta ed i tessuti. Ancora, per i materiali plastici sono generalmente utilizzati i ritardanti di fiamma bromurati (BFR), composti di organobromo con effetti di ritardante di fiamma nei materiali combustibili. Largamente impiegati nella produzione di oggetti di uso comune come componenti plastiche o tessuti, prodotti elettronici, vestiti e mobili, viene tuttavia aspramente contestata la loro neurotossicità dal mondo medico.

UNA SOLUZIONE

STOMMPY®, anziché ricorrere a PVC e a dei BFR, ha messo a punto un com-

posto chimico derivante dal processo di polimerizzazione dell'etilene, miscelato con agenti attivi e reticolanti, ideali per la realizzazione dei dispositivi di sicurezza paracolpi: così si assicura la totale assenza di fumi nocivi in caso di combustione. La tecnologia dell'azienda emiliana, Tecklene®, è dotata di certificazione di atossicità che rende

ideali all'utilizzo i dispositivi realizzati con questo materiale in ambienti alimentari e farmaceutici secondo la EU EC Regulation 1935/2004 CEE e secondo i requisiti della USA FDA Regulation 21 CFR 177.1520. Il nuovo materiale è concepito per non emettere sostanze o fumi tossici, nemmeno se sottoposto a fiamma.





L'ITALIA DEI PESI MASSIMI IN CERCA DI SICUREZZA

**A PIACENZA TRE GIORNI
DI TECNOLOGIE, PREMI E
CONVEGNI PER SVILUPPARE
UN SETTORE STRATEGICO
ANCHE PER L'EXPORT**

Sono in programma a Piacenza Expo dal 5 al 7 ottobre prossimi le Giornate Italiane del Sollevamento e dei Trasporti Eccezionali. Numerosi gli operatori

coinvolti, a partire dalle aziende degli imballaggi in legno; poi imprese di sollevamento e trasporti eccezionali grandi e piccole, società di noleggio, società di montaggio e assistenza impianti industriali, traslochi e autosoccorso, raccolta e riciclaggio di rifiuti e rottami (ferrosi e non), aziende forestali e di commercio legname ma anche terminal portuali e intermodali, società ferroviarie, responsabili della logistica (anche nel settore aeroportuale), cantieri navali, per citare soltanto i settori coinvolti in modo diret-

to e indiretto nel settore dell'imballaggio e delle macchine automatiche per il confezionamento.

GIS è una rassegna biennale che nel 2017 è giunta alla sesta edizione e che per quest'anno ha raccolto l'interesse di 290 espositori diretti e 350 marchi rappresentati. Sono attesi oltre 10.000 visitatori fra gli utilizzatori o responsabili degli acquisti delle macchine, attrezzature e veicoli esposti in fiera. Completati due padiglioni di Piacenza Expo per un totale di 30.000 mq.

UN SETTORE ARTICOLATO E STRATEGICO

Le numerose associazioni che hanno dato il loro patrocinio e che saranno presenti alla parte convegnistica con temi di attualità, rivelano un mondo strategico anche per l'export italiano di tecnologie, macchina automatiche per il packaging in primis. Lentamente emerge un settore trasversale di cui è difficile stimare il valore fra vendita di impianti, veicoli e tecnologie da una parte e servizi di noleggio e di esecuzione di lavori dall'altra, ma certamente non inferiore ai 10 miliardi di euro. Basti pensare che i leasing connessi direttamente al settore sollevamento e trasporti eccezionali sono stati nel 2016 di oltre 4 miliardi; 3 miliardi è la stima del valore alla produzione dei mezzi e sistemi di sollevamento, senza contare il grande comparto dei carrelli elevatori dominato da quattro grandi aziende che controllano in Italia l'80% del mercato. Altrettanto importante è la manutenzione ordinaria e la pulizia industriale di attrezzature fisse, come pure la verniciatura: insomma un mondo complesso e articolato che la rivista Sollevare, ideatrice e promotrice delle giornate GIS, ha saputo far sedere intorno ad un tavolo coinvolgendo anche ministeri, associazioni, esercito e marina militare per superare difficoltà e aprirsi insieme nuove opportunità.

PREMI E CONVEGNI

In occasione di GIS si terranno tre eventi che intendono valorizzare l'eccellenza tecnica di costruttori italiani e stranieri: a Italplatform-Italian Access Platform Awards, che si terrà la sera di mercoledì 4 ottobre, saranno premiati i produttori delle piattaforme aeree più innovative ma anche gli utilizzatori e gli operatori che si sono particolarmente distinti nei campi della formazione e della sicurezza nei lavori in quota (vedi www.italplatform.org). Il secondo evento in calen-



dario sarà ITALA – Italian Terminal And Logistic Awards, che si terrà la sera del 5 ottobre e sarà dedicato agli operatori dei terminal portuali e intermodali e della logistica (vedi www.italawards.it); il terzo è ILTA – Italian Lifting and Transportation Awards, che si terrà la sera del 6 ottobre per le imprese di sollevamento e trasporti eccezionali (vedi www.ilta.biz). Numerosi i convegni e i seminari tecni-

ci; fra i primi si segnala quello di venerdì pomeriggio, 6 ottobre, in cui AITE-Confetra affronterà anche la questione della burocrazia legata alla circolazione dei mezzi eccezionali e pesanti, del degrado tecnico di infrastrutture che non consentono il transito, limitano il mercato alle imprese del settore e rallentano una parte del nostro sistema economico.





La formazione, una responsabilità sociale da condividere

Le imprese cercano tra i giovani un livello di formazione che scuole e università stentano a dare. L'analisi e gli spunti di Valentina Marchesini



Valentina Marchesini

Valentina Marchesini, terza generazione nel management del gruppo bolognese specializzato in progettazione e produzione di linee e impianti per il packaging farmaceutico e cosmetico, si occupa da alcuni anni di reperire risorse a tre livelli: 'camici bianchi', progettisti meccanici e progettisti elettronici. Da un anno a questa parte, nell'ambito dello sviluppo delle unità produttive, si è posto un problema dentro il problema: lo scollamento tra l'offerta e la domanda, un divario che trova conferme anche in altre aziende della zona e non soltanto del settore delle macchine per il packaging.

Meglio ingegnere o tecnico?

"Come Marchesini Group preferiamo inserire giovani, ma facciamo fatica a trovare sia tecnici sia una parte degli ingegneri – specifica Valentina – Per quanto riguarda l'area dei tec-

nici siamo convinti che il problema sia quello di un'eccessiva cultura della laurea: le famiglie spingono i ragazzi verso gli atenei piuttosto che verso gli istituti tecnici. L'equazione italiana è: "Università = Serie A — Istituto tecnico = Serie B". In Germania avviene il contrario."

Oggi un progettista meccanico di età compresa fra 22 e 25 anni, dopo adeguata formazione in Marchesini Group, raggiunge un livello economico ottimo, conosce più lingue, viene spesso mandato all'estero e conosce altri mercati ed altre culture. Un ingegnere gestionale di pari età, se si guarda soltanto all'aspetto economico, guadagna meno.

Analoga è la scarsità di ingegneri meccanici, elettronici, dell'automazione e informatici. Quando si chiede ai candidati laureati in ingegneria gestionale "perché hai scelto questa specializzazione" la risposta è "perché è più facile".

Orientare i giovani, aiutare i docenti

Secondo Valentina gli atenei potrebbero riflettere su questa dinamica: se il mercato ha meno bisogno di gestionali, occorre rendere questa laurea più difficile, perché si preparino invece ingegneri realmente richiesti dal mercato. Un altro aspetto riguarda la formazione dei professori che non sono aggiornati sulla meccanica e l'elettronica utilizzate oggi mediamente nelle imprese. È necessario che il mondo della scuola permetta ai docenti di aggiornarsi e confrontarsi con il mondo delle aziende. E che le imprese stesse restituiscano al territorio dal quale prelevano risorse conoscenze e competenze: per esempio, i tecnici e gli ingegneri possono dedicare qualche ora a corsi di aggiornamento per gli insegnanti.

L'impatto in azienda

Oggi per rendere produttivo al 100% un tecnico meccanico occorrono 18-24 mesi, un arco di tempo eccessivo. "L'apprendistato è un meccanismo che aiuta l'inserimento - sottolinea Valentina - abbassa i contributi a carico delle aziende, offre formazione ai giovani durante un periodo che può arrivare anche a 36 mesi, ma questi benefici vanno anche pesati alla luce del livello di preparazione con il quale i giovani arrivano nelle aziende: molto, troppo basso. Vorremmo che lo stato alzasse il livello di preparazione di base, perché quando è così basso in partenza, lo sforzo da parte delle aziende è sproporzionato: riscontriamo scarsa padronanza dell'italiano, lingue estere a livello non accettabile, cultura generale ai minimi termini."

Ognuno sarebbe legittimato a chiedersi perché una quota parte delle tasse corrisposte finanzia un sistema scolastico poco produttivo per i giovani e per le imprese. Forse il disimpegno è giustificato dal fatto che, comunque, una volta diplomati i ragazzi vengono subito corteggiati dalle aziende della regione, che non hanno alternative. "Ma credo che ci si debba domandare se c'è la volontà che in Italia - precisa Marchesini - continui a prosperare un settore



manifatturiero forte e competitivo a livello internazionale. Se la risposta è sì, occorre investire sulla cultura tecnica."

La subfornitura

La riflessione di Valentina va però oltre la cultura industriale e comprende anche quella artigianale: le scuole tecniche sono chiamate a dare continuità anche alle produzioni tipiche italiane che comportano la codifica dei saperi più a rischio, la sistematizzazione e la loro trasmissione. "Molte professioni artigiane sono scomparse e non hanno più ragione di risorgere, ma altre... vogliamo veramente che sparisca il salsamentario piuttosto che l'ebanista? Anche se la macchina automatica oggi esce da un'industria moderna, le nostre origini sono artigianali e un coefficiente di artigianalità fatto di inventiva, flessibilità e conoscenza dei materiali deve rimanere nella cultura tecnica di base."

"Come Marchesini Group preferiamo inserire giovani, ma facciamo fatica a trovare sia tecnici sia una parte degli ingegneri"





“occorre azzerare l'immagine stereotipata del tecnico industriale trasmessa dai media che si è sedimentata nella memoria collettiva e sostituirla con una nuova e reale che invogli i giovani a scegliere le nuove professioni”

Domande strategiche

Ma ancor prima del tema cruciale della qualità dei contenuti, è necessario porsi la domanda della quantità: dato per scontato che l'Italia abbia un progetto integrato di sviluppo che si articola in vari settori, e supponendo per esempio che fra questi vi sia il turismo, di quanti storici dell'arte abbiamo bisogno? Di quanti ristoratori e albergatori professionali abbiamo bisogno? Di quante guide turistiche di fasce linguistiche e culturali differenti in funzione dei differenti pubblici? Non è il caso di limitare la 'produzione' di laureati e tecnici in settori non necessari al progetto di sviluppo del paese? Non è il caso di limitare il numero di atenei e dirottare le risorse in funzione delle necessità reali? Su cosa investire?

Un po' di marketing!

Un altro aspetto da considerare è la promozione della formazione verso sbocchi concreti: l'istituto tecnico dovrebbe 'vendersi' azzerando quell'immagine retrò di un futuro fatto di officine malsane, di mani sporche di grasso, di tute blu sdrucite, e invece mostrare la realtà. “Un collaudatore arriva nello stabilimento di un cliente multinazionale all'altra parte del mondo - precisa Marchesini - si confronta con una squadra di tecnici che si aspetta da lui l'avvio di una linea che confeziona ogni ora prodotti farmaceutici per un controvalore di qualche milione di euro. Nelle nostre aziende le sfide tecniche ed umane sono all'ordine del giorno.

E sono gratificanti.” Insomma occorre azzerare l'immagine stereotipata del tecnico industriale trasmessa dai media che si è sedimentata nella memoria collettiva e sostituirla con una nuova e reale che invogli i giovani a scegliere le nuove professioni.

Auto-critica

L'analisi dei punti critici non riguarda soltanto le famiglie, le istituzioni, i professori, le università e i mass media ma anche le aziende: soprattutto nelle piccole e nelle medie è necessario che tramonti la convinzione che l'apprendistato, piuttosto che l'alternanza scuola-lavoro, siano poco efficaci, energivori, che facciano perdere tempo. Le associazioni industriali devono convincere che quello sui collaboratori rappresenta da sempre il miglior investimento, tanto più per le piccole e medie imprese che più difficilmente possono allocare risorse ingenti in R&D. “Me li scelgo prima che escano da scuola”: questo potrebbe essere il miglior ragionamento da fare. Stesso ragionamento per l'aggiornamento professionale dei docenti: per le PMI dedicare qualche ora dei loro tecnici è uno sforzo sostenibile e diffonde conoscenza, mette l'azienda in evidenza, crea un legame fra impresa, docente e alunni, accende passione e desideri, perché si lavora per necessità ma anche per passione. Parimenti è opportuno che sia le PMI sia le grandi riconsiderino i benefici derivanti da un rapporto continuativo con le università: “Siamo oppressi dal fare quanto loro dal sapere - sostiene Valentini - Per le imprese entrare nella dimensione universitaria significa orientare la strategia, acquisire un differente punto di osservazione non orientato al prodotto in sé, arricchire la propria cultura imprenditoriale e industriale.”

È tutto start up?

Sempre nelle università sarebbe opportuno riequilibrare verso le piccole imprese la voglia di crescere dei giovani ingegneri: invece si alimenta la febbre della start up, un realtà si interessante ma spesso e volentieri dotata solo di basi



teoriche avulse dal mercato. Invece esistono numerose piccole imprese artigiane, quasi tutte fornitrici di grandi gruppi industriali, che possono diventare palestre tecnologiche e imprenditoriali formidabili. “Possibile che nessun ingegnere abbia voglia di diventare imprenditore, di raccogliere l’eredità dei fondatori di queste piccole aziende e rilanciarle facendone la propria personale sfida professionale? - si domanda Marchesini - Temo che questa classe di imprese di subfornitura possa soccombere se non vi sarà un ricambio generazionale intelligente che metta mano a problemi seri come questo: il paradigma Industry 4.0 propone di creare ricambi con la stampa 3D, non di investire in torni a controllo numerico. Le nostre imprese vogliono spedire dall’altra parte del mondo un file digitale, non un pezzo di ferro.”

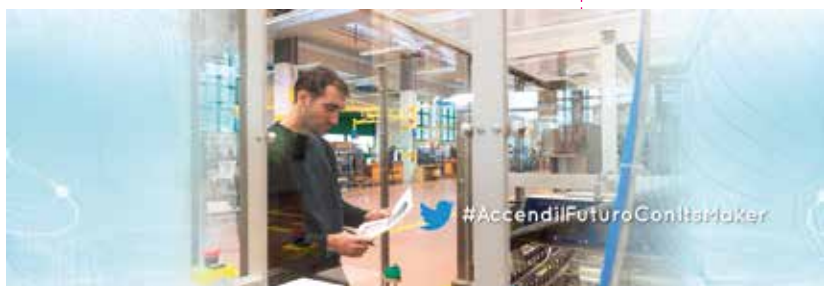
Agganciarsi al territorio

Se l’obiettivo è dunque preservare i saperi a beneficio delle grandi e delle PMI, che a loro volta richiedono una rete di subfornitura forte e indipendente, una soluzione potrebbe essere la formula dell’ITS che punta all’alta formazione, ricorre al meccanismo della fondazione e riunisce almeno tre imprese, almeno una scuola, almeno un istituto di formazione e deve coprire settori che corrispondono a distretti industriali, quindi devono agganciarsi al territorio per province. L’ottica territoriale è un paradigma che deve essere adottato anche dalle università, perché permette di arricchire i saperi e nel contatto con le realtà imprenditoriali locali accelera l’ingresso dei giovani nel mondo del lavoro. Come è successo per l’ITS Maker di Bologna, che ha

permesso di far risparmiare alle imprese i periodi di preformazione a beneficio di tutti: imprenditori, ragazzi, professori e collettività che sostiene economicamente gli ITS.

L’esperimento in corso degli ITS rivela altri impatti legati alla questione del territorio: per rendere efficaci nuovi modelli formativi è necessario prevedere servizi: oggi i giovani sono molto più disponibili alla mobilità, ma nei periodi di formazione e nei primi mesi dell’inserimento devono poter trovare nei numerosi distretti industriali d’Italia trasporti e alloggi adeguati, servizi che non possono essere sempre a carico delle imprese ma che vanno condivisi con gli enti locali. Quali altre soluzioni? Importare tecnici ed ingegneri dalla Cina o dall’India? Il rischio è altissimo, Marchesini vede un rovescio della medaglia che nel medio-lungo periodo può danneggiare seriamente le nostre imprese: “Vengono ad imparare e ad apprendere ma quasi tutti, al 99% tornano nei paesi d’origine: un export di competenze senza ritorno.” In conclusione? “Torniamo tutti, noi compresi, sui banchi di scuola – sostiene Valentina Marchesini – Non mi sento ‘imparata’ né mai lo sarò, e vorrei che lo ammettessimo tutti perché ci sono in gioco le sorti dell’industria italiana.” ■

“una soluzione potrebbe essere la formula dell’ITS che punta all’alta formazione, ricorre al meccanismo della fondazione e riunisce almeno tre imprese, almeno una scuola, almeno un istituto di formazione e deve coprire settori che corrispondono a distretti industriali, quindi devono agganciarsi al territorio per province”



La linea verde di ACIS passa per CSR e formazione

L'associazione fra produttori di imballaggi in cartone sviluppa fra 100 imprese e 2.000 addetti cultura d'impresa, cultura tecnica e responsabilità sociale e ambientale



Riccardo Cavicchioli, presidente da aprile 2017 dell'ACIS.

Lo scorso luglio una delegazione ACIS, l'Associazione Italiana Scatolifici guidata dal nuovo presidente Riccardo Cavicchioli ha visitato le Marche: oltre a continuare a fare crescere l'Associazione, l'obiettivo era quello di incontrare gli associati di un territorio colpito dai recenti terremoti, promuovere l'associazione fra i non aderenti sia nelle Marche sia in Abruzzo e contestualmente capire da vicino le necessità specifiche di chi vive le mille difficoltà del sisma. Il 15 giugno scorso era stata la volta delle imprese della Toscana.

A fianco del territorio

Con la nuova presidenza di Cavicchioli iniziata lo scorso aprile (Cavicchioli è socio e amministratore delle aziende Nuova Imballaggi Cavicchioli e Ondabox) ACIS intende sia ascoltare

gli associati regione per regione sia approfondire il rapporto fra le imprese e il territorio. Oggi ACIS ne annovera 100 su un totale di 330 circa a livello nazionale, secondo il Rapporto di Ricerca SDA Bocconi per conto di ACIS; emerge che lo scatolificio che si occupa di pura trasformazione dell'ondulato in scatole personalizzate è un'impresa mediamente giovane, con 25 anni di vita alle spalle, con un fatturato prevalente intorno ai 3,5-4 milioni di euro, che occupa tra le 15 e le 20 persone per un totale di 2.000 addetti (solo soci ACIS), ed è diffusa a livello regionale in base alla densità della popolazione.

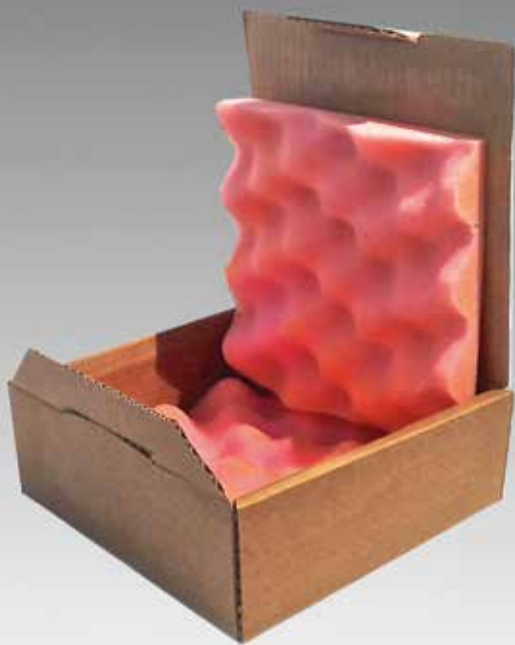
Evoluzione verso la CSR

La conduzione familiare prevale, come per la media delle piccole imprese italiane, e questo può costituire un vantaggio per far evolvere gli associati verso un modello di azienda orientata alla responsabilità sociale e ambientale.

“Si tratta di un obiettivo presente fin dalla fondazione – sottolinea Cavicchioli – ACIS aiuta gli associati a creare la responsabilità sociale d'impresa in ogni sua componente, dalla qualità del lavoro agli aspetti sostenibili della produzione. Non solo: anche a definire una regolamentazione etica, finanziaria e commerciale che spinga l'intero comparto all'evoluzione e all'allineamento con il resto d'Europa.”

Cavicchioli ribadisce il ruolo di servizio locale e regionale degli scatolifici che conoscono bene il territorio, che sono collaborativi e non concorrenti in modo aggressivo fra di loro, che rispondono in modo flessibile e rapido alle migliaia di aziende presenti nei differenti





contesti regionali. Inoltre, è in aumento il numero di aziende utilizzatrici di scatole, in tutti i settori, che 'pesano' i fornitori anche sul piano dell'impegno nella responsabilità sociale e ambientale.

Fare cultura dentro e fuori

"La materia prima che ci caratterizza – ricorda il presidente – gode di un'elevata percezione positiva sia fra operatori industriali e commerciali sia presso il cittadino-consumatore: il cartone ondulato nasce sia da fibre vergini ottenute da foreste gestite secondo i criteri di FSC o PEFC, sia dal riciclo; e a fine vita è riciclabile. La sua reputazione è elevata e va sostenuta da una forte cultura d'impresa sulla sostenibilità ambientale e sociale lungo tutto il processo di trasformazione."

A fianco degli associati, ACIS è impegnata nella formazione sui temi tecnici ed ambientali, come con la recente convenzione con il Centro Qualità della Carta di Lucca, che prevede condizioni vantaggiose riservate agli associati nell'area della formazione, sulle prove di laboratorio e sui servizi di taratura. Prima ancora, infatti, di sottolineare il ruolo delle imprese, è necessario 'nobilitare' nella direzione della qualità tecnica ed ambientale gli oltre 700.000.000 mq che escono ogni anno dai 100 scatolifici di ACIS. ■



GLI IMPEGNI DI ACIS

Il nuovo Consiglio Direttivo eletto la scorsa primavera è composto dai vice-presidenti Quinto De Mattia (Gruppo DM Packaging) e Silvia Magnoni (Scatolificio Cartotecnica Schiassi) e da Simone Baratella (Simba Paper Design), Andrea Mecarozzi (SC.A.T), Gian Carlo Nigelli (Nigelli Imballaggi), Danilo Tosato (Unicarton), Alessandra Tosi (Box Tosi) e Fausto Vernizzi (Scatolificio Vernizzi). I gruppi di lavoro istituiti all'interno del Consiglio Direttivo ACIS riguardano:

- Ricerche e dati di mercato
- Rapporti con le altre Associazioni e Istituzioni
- Rapporti di mercato
- Comunicazione e Internazionalizzazione
- Marketing Associativo. Organizzazione Premi e Eventi
- Formazione e rapporti con Università e Scuole
- Sponsorship



Osservare le api e lasciarsi ispirare...

Come raccontare perché è preferibile consumare miele da favi stillanti: il rispetto della natura e la delicatezza interpretate con un linguaggio moderno e in parte con materiali di una volta

Fatevobees, brand ironico che allude all'artigianalità e alla sostenibilità di selezionare particolari alveari di api per ricavarne miele di alta qualità, ha realizzato in collaborazione con l'agenzia di design MZDS-Manzi e Zanotti Design (Cesena) e Stamperia Bertozzi un packaging ricco di materie prime naturali che vogliono rievocare un modo antico di 'produrre' e consumare il miele. In realtà non si tratta di produzione ma di raccolta, selezione, trattamento e confezionamento.

La filosofia di questa piccola e giovane azienda agricola si basa infatti sul "lasciar fare" alle api, da cui il nome dell'azienda, per il quale è stata utilizzata l'espressione Fate Vobis, che, in un latino sgrammaticato, invita a fare di testa propria. Il 'bis' finale è stato per assonanza scritto in inglese utilizzando la parola

'bees', ovvero api. Le api diventano stanziali ma gli apicoltori di FateVobees ritornano nomadi per raggiungere gli alveari, così come avveniva nelle primordiali società di cacciatori-raccoglitori, il cui sistema di sostentamento non si basava su alcuna forma di agricoltura o allevamento, ma faceva leva unicamente su l'acquisizione di cibo e risorse alimentari dalla natura selvatica. Per conseguire questo tipo di apicoltura consapevole, ci si limita a mettere a dimora le famiglie di api in arnie Top Bar, realizzate da artigiani italiani in abete proveniente da foreste gestite responsabilmente FSC®), garantendo loro un adeguato approvvigionamento di scorte, mediante la raccolta dei soli favi in eccesso. Inoltre non viene gestita la numerosità delle famiglie, ma le si lasciano sciamare (la sciamatura consiste nell'abbandono dell'arnia da parte della vec-



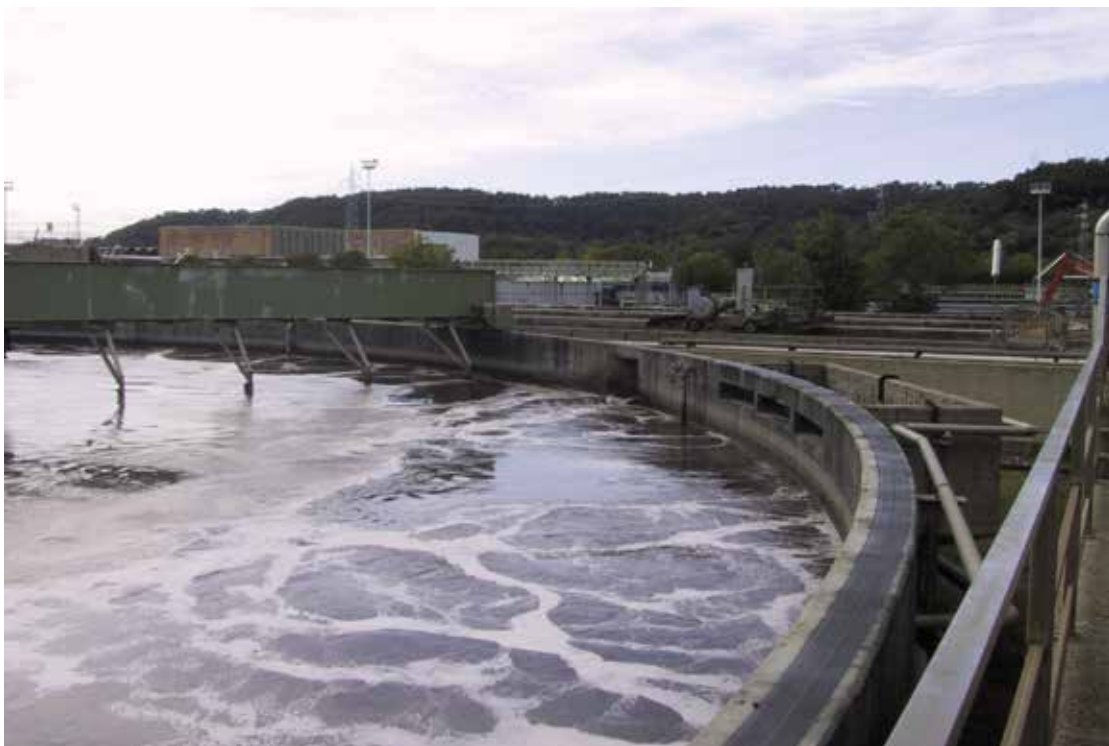
chia regina assieme ai 2/3 delle api presenti), permettendo loro di assecondare ciò che la natura ha previsto. Gli apicoltori raccolgono quindi in ogni singolo territorio con apiari stanziali, realizzando in questa maniera delle cru specifiche. La raccolta avviene tre volte all'anno, e tre quindi sono i tipi di miele che si producono per ogni cru: Primaveraile, Estivo ed Autunnale.

Quanto prodotto viene prelevato e confezionato in favo, quest'ultimo autoprodotta dalle api, in quanto in natura così avviene, per poter beneficiare delle innumerevoli proprietà della cera e di quanto su di essa le api hanno trasferito a seguito del loro incessante lavoro nell'alveare.

Quello che si offre ai clienti di Fatevobees

deve essere quindi la declinazione di un territorio secondo l'alveare. Il brief ha fissato quale vincolo il prodotto: non miele colato ma segmenti di favi stillanti. Accanto ad un contenitore in materiale plastico scelto per esaltare con la trasparenza, la forma, la texture e i colori del segmento di favo, si è ricorsi a tessuti, legacci e teli utilizzati anticamente per la raccolta. Il mercato di destinazione del prodotto è esclusivamente estero, nel canale delle gourmet house e del luxury food. ■





Ridurre l'impronta idrica: nuovo manuale per le PMI

La norma tecnica ISO 14046 è oggi corredata da un recente manuale pensato appositamente per le piccole e medie imprese

L International Standard Organisation ha predisposto un manuale contenente informazioni pratiche per applicare la norma 14046 relativa alla corretta gestione delle risorse idriche e alla limitazione degli impac-

ti secondo le esigenze delle piccole e medie imprese.

Il documento, reperibile a pagamento presso l'ISO shop come ISO 14046 - Environmental management - Water footprint - A practical guide for SMEs, nasce dal lavoro di Sébastien Humbert e di altri autori, col patrocinio dell'ITC, e raccoglie e sintetizza dati scientifici provenienti da 60 paesi e da 20 organizzazioni. Il confronto ha permesso di determinare correttamente un tipo di analisi degli impatti nuova rispetto ad altre più diffuse come l'impronta carbonica.

Perché aderire alla norma

Il manuale propone linee guida su come applicare e in molti casi interpretare la norma ISO 14046 del 2014, ed anche valutare l'impronta idrica della propria azienda. Il contesto inter-





Giornata mondiale dell'acqua. 22 marzo 2017

Istat Istituto Nazionale di Statistica

ACQUA POTABILE consumata*
al giorno
da una persona

* nei comuni capoluogo di provincia

245
LITRI



Spesa media mensile familiare per l'acquisto di **ACQUA MINERALE**

circa **10**
EURO



Spesa media mensile familiare per fornitura di **ACQUA DI USO DOMESTICO**

circa **13**
EURO



Costa italiana con **ACQUA BALNEABILE** (su oltre 9mila km di linea litoranea)

67%



Costa italiana balneabile con **ACQUA di QUALITÀ ECCELLENTE**

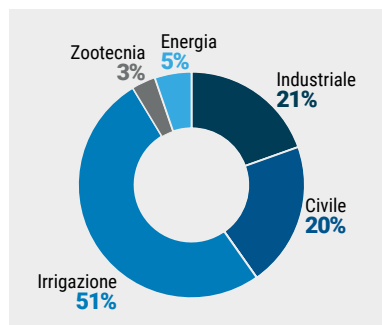
92%



Anno 2015

USO DI ACQUA PER LE PRINCIPALI ATTIVITÀ

Anno 2012, composizione percentuale

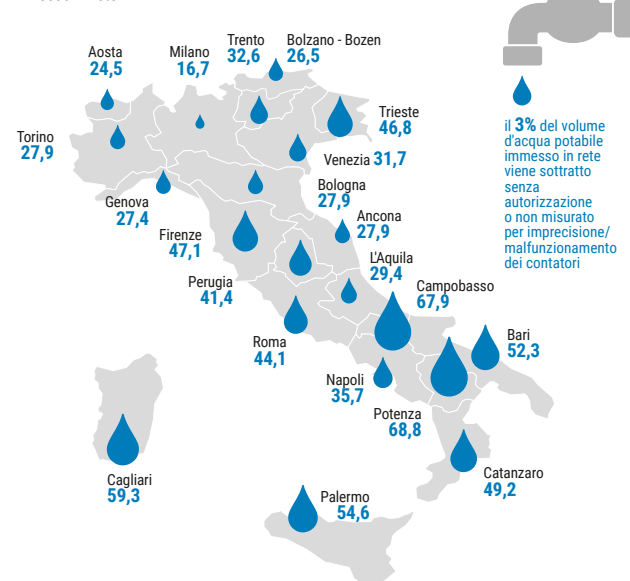


Attività di raccolta, trattamento e fornitura di acqua, gestione delle reti fognarie nel 2014



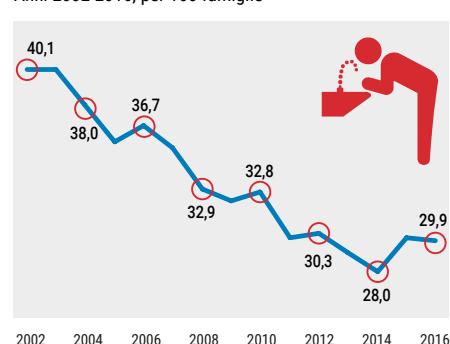
PERDITE IDRICHE DELLE RETI DI DISTRIBUZIONE DI ACQUA POTABILE NEI COMUNI CAPOLUOGO DI REGIONE

Anno 2015, rapporto percentuale tra perdite totali e volume di acqua immesso in rete



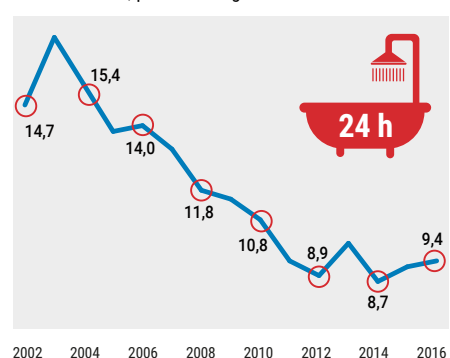
FAMIGLIE CHE NON SI FIDANO A BERE L'ACQUA DEL RUBINETTO

Anni 2002-2016, per 100 famiglie



FAMIGLIE CHE LAMENTANO IRREGOLARITÀ NELL'EROGAZIONE DI ACQUA

Anni 2002-2016, per 100 famiglie



nazionale di questa norma assume di giorno in giorno i caratteri dell'emergenza: secondo dati dell'Organizzazione delle Nazioni Unite circa il 40% della popolazione mondiale non accede a quantità sufficienti di acqua potabile e più dell'80% dell'acqua utilizzata da imprese e cittadini viene rilasciata nell'ambiente senza nessuna forma di trattamento e riutilizzo. In base ad altre fonti, si ritiene che la quantità d'acqua complessiva sulla terra sia 1,4 miliardi di km³ ma soltanto lo 0,001% sia disponibile per usi civili e industriali.

Consumiamo di più

A livello nazionale, secondo dati di ISTAT nel

periodo 2001-2010 si è mediamente registrato un aumento di circa il 6% della quantità di risorse idriche rinnovabili rispetto ai trent'anni precedenti (1971-2000). La media della precipitazione totale nel periodo 2001-2010 è superiore dell'1,8% al valore del trentennio 1971-2000. Il deflusso totale medio complessivo a mare dei corsi d'acqua e delle acque sotterranee è stato in leggero aumento (+6%). I prelievi di acqua effettuati nel 2012 (ultimo anno disponibile) sono stati destinati per il 46,8% all'irrigazione delle coltivazioni, per il 27,8% a usi civili, per il 17,8% a usi industriali, per il 4,7% alla produzione di energia termoelettrica e per il restante 2,9% alla zootecnia. ■

Anche i grandi gruppi spingono sulla verde

Elettricità da fonti rinnovabili è il trend energetico di punta in Europa. Protagonista è il sistema pubblico Gos che garantisce l'origine

S secondo la norvegese ECOHZ, uno dei principali attori europei nel settore energetico, il mercato europeo dell'energia elettrica da fonti rinnovabili continua la sua crescita inarrestabile: solo nei primi due trimestri di quest'anno è cresciuto del 39% rispetto allo stesso periodo del 2016: si parla di 11 terawatt in più, nei primi sei del 2017, rispetto al totale dell'intero anno 2016 che era stato di 367 terawatt.

Con questi ritmi si prevede che l'anno si chiuderà a quota 500 TWh. "L'Europa intera, dai cittadini alle imprese, mostra sempre più l'interesse per forme sostenibili di produzione dell'energia elettrica – commenta il direttore generale Tom Lindberg – dall'installazione di pannelli fotovoltaici alla sottoscrizione di contratti di fornitura da impianti fotovoltaici o eolici. Inoltre, si diffonde sempre di più l'opzione di fornitura da fonti tradizionali oppure rinnovabili e imprese e cittadini tendono a preferire progressivamente l'opzione 'verde', grazie anche al fatto di poter attingere a più di una fonte pulita: fotovoltaico, eolico, idroelettrico, geotermico, da biomasse."

Ad incentivare gli acquisti di elettricità da fonti rinnovabili è dal 2001 il sistema-standard europeo Guarantess of Origin-GOs che permette la tracciabilità dell'energia erogata: i dati di mercato sono riferiti a questa forma di certificazione pubblica che ad oggi è l'unica in grado di fornire parametri certi, utili a scegliere, che si tratti di grandi imprese come di PMI, comunità piuttosto che famiglie.

La domanda arriva da tutti

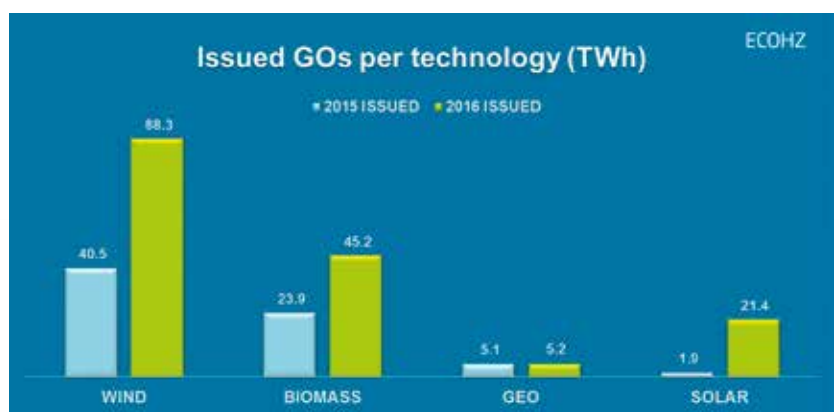
"La tendenza in atto suona come un segnale per tutte le società fornitrici di energia – sottolinea Lindberg – imprese e cittadini sono disposti a corrispondere una maggiorazione purché l'erogato risponda a criteri di sostenibilità ambientale." La forte spinta sociale ha portato le più importanti società di fornitura ad impegnarsi per garantire il 100% di origine rinnovabile all'energia venduta entro il 2020 seguendo i rigidi criteri stabiliti dal gruppo di cooperazione internazionale RE100, sostenuto da The Climate Group e da CDP's e che riunisce 100 delle più importanti realtà mondiali intorno al progetto della transizione energetica verso le rinnovabili per produrre elettricità.

Grandi gruppi in prima linea

Soltanto per citare alcuni casi di gruppi che operano esclusivamente o in proporzioni significative nel settore dell'imballaggio, fanno parte di RE100 Tetra Pak, Elopak ed HP, mentre circa il 30% sono multinazionali di prodotti di largo consumo e della grande distribuzione, che controllano in chiave sostenibile la trasformazione di materie prime in prodotti e imballaggi e la loro logistica (Coca-Cola, Ikea, Astra Zeneca, Carlsberg, Diageo, Estée Lauder, Johnsons & Johnson, Kellogg's, L'Occitane, Lego, Mars, Mark & Spencer, Nestlé, Novo Nordisk, P&G, Nike, Philips, Starbucks, Tesco, Unilever, ecc.). Importante la presenza della distribuzione, che sempre di più è coinvolta nei processi produttivi a causa della crescente quota di mercato dei prodotti a marchio (nel caso di Ikea il 100%).

Traguardi europei

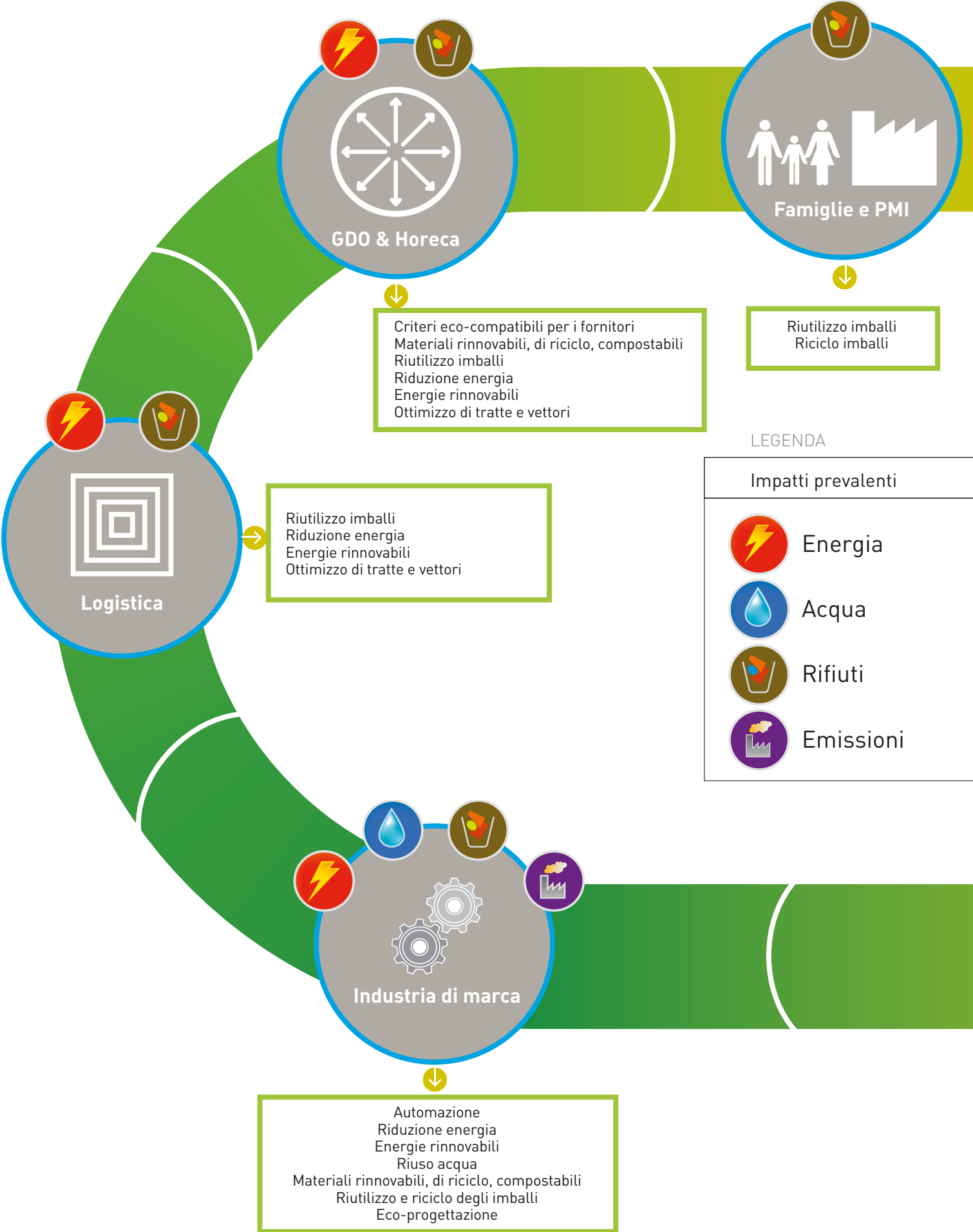
Nella classifica continentale dei paesi acquirenti di energia elettrica da fonti rinnovabili, in testa c'è la Germania: mentre nel 2016 non c'era stata crescita nella domanda, nei primi due trimestri del 2017 ha già acquistato per 77 TWh, più del totale del 2016, e si prevede che chiuderà l'anno superando la soglia dei 100. La Spagna è invece la nazione dove si registrano i movimenti più interessanti, con una produzione in crescita che sta impattando in modo significativo sull'intero mercato europeo. Oltre all'idroelettrico, gli iberici hanno investito in fotovoltaico ed eolico: il primo è cresciuto come produzione certificata GOs da 1,9 TWh a 21,4 nel giro di un solo anno, fra 2015 e 2016. A livello europeo, invece, le due fonti con i maggiori incrementi fra 2015 e 2016 sono state l'eolico e le biomasse, che sono raddoppiate: la prima è cresciuta di 90 TWh, mentre la seconda di 45. Nel 2016 il consumo europeo di energia elettrica rinnovabile ha superato i 500 TWh per la prima volta, riferiti esclusivamente a produzioni ottenute nel rispetto degli standard EECS di GOs; considerando produzioni non conformi a queste regole (Regno Unito e



Polonia, soprattutto) è credibile poter aggiungere fra i 120 e i 180 TWh. Attore importante di questo mercato è AIB, l'associazione dei distributori di energia, che punta allo sviluppo, utilizzo e standardizzazione del sistema tramite l'EECS, il sistema di certificazione omogeneo che tiene conto delle diversità a livello internazionale degli schemi di certificazione in vista dell'equipollenza. Infine i prezzi: nei primi mesi del 2017 si sono verificate tendenze al rialzo anche significative, con oscillazioni fra 2,5 e 4 euro al MWh che costituiscono episodi non indicativi di una tendenza futura, e soprattutto che non sembrano affatto frenare la voglia di 'verde'. ■



IL CICLO DELL'IMBALLAGGIO E I SUOI IMPATTI





Automazione
Riduzione energia
Energie rinnovabili
Riuso acqua
Compattazione rifiuti
Veicoli ecologici

Possibili soluzioni

Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur
adipiscing elit, sed do
eiusmod tempor inci-
dunt ut labore



Automazione
Riduzione energia
Energie rinnovabili
Riduzione rifiuti misti
Veicoli ecologici



Automazione
Riduzione energia
Energie rinnovabili
Materiali rinnovabili, di riciclo, compostabili
Veicoli ecologici
Ottimizzo di tratte e vettori
Eco-progettazione



Automazione
Riduzione energia
Energie rinnovabili
Materiali rinnovabili, di riciclo, compostabili
Veicoli ecologici
Ottimizzo di tratte e vettori
Eco-progettazione



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, cosmesi, 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

Imballaggi eco-sostenibili

Rivista bimestrale indipendente di packaging
Luglio-agosto 2017 - anno VII - n. 30
Periodico iscritto al Registro del Tribunale
di Milano - Italia
n. 455/14 settembre 2011
Codice ISSN 2240 - 0699

Proprietà

Elledi srl - Via G. Montemartini, 4
20139 Milano - Italia

Direttore responsabile

Luca Maria De Nardo
editor@packagingobserver.com

Progetto grafico

Daniele Arnaldi, Camillo Sassi

Redazione

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

Pubblicità

info@elledi.info
+39.333.28.33.652 +39.338.30.75.222

Editore

Elledi srl - Via G. Montemartini, 4
20139 Milano - Italia
Iscritto al ROC n. 21602 dal 29/09/2011

Hanno collaborato a questo numero:

Nicoletta Buora, Marinella Croci,
Luca Maria De Nardo, Mirco Onesti, Elsa Riva,
Antonio Romano.

Il copyright delle immagini delle pagine:
12-18-19 e della copertina
appartiene istockphoto.com

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).

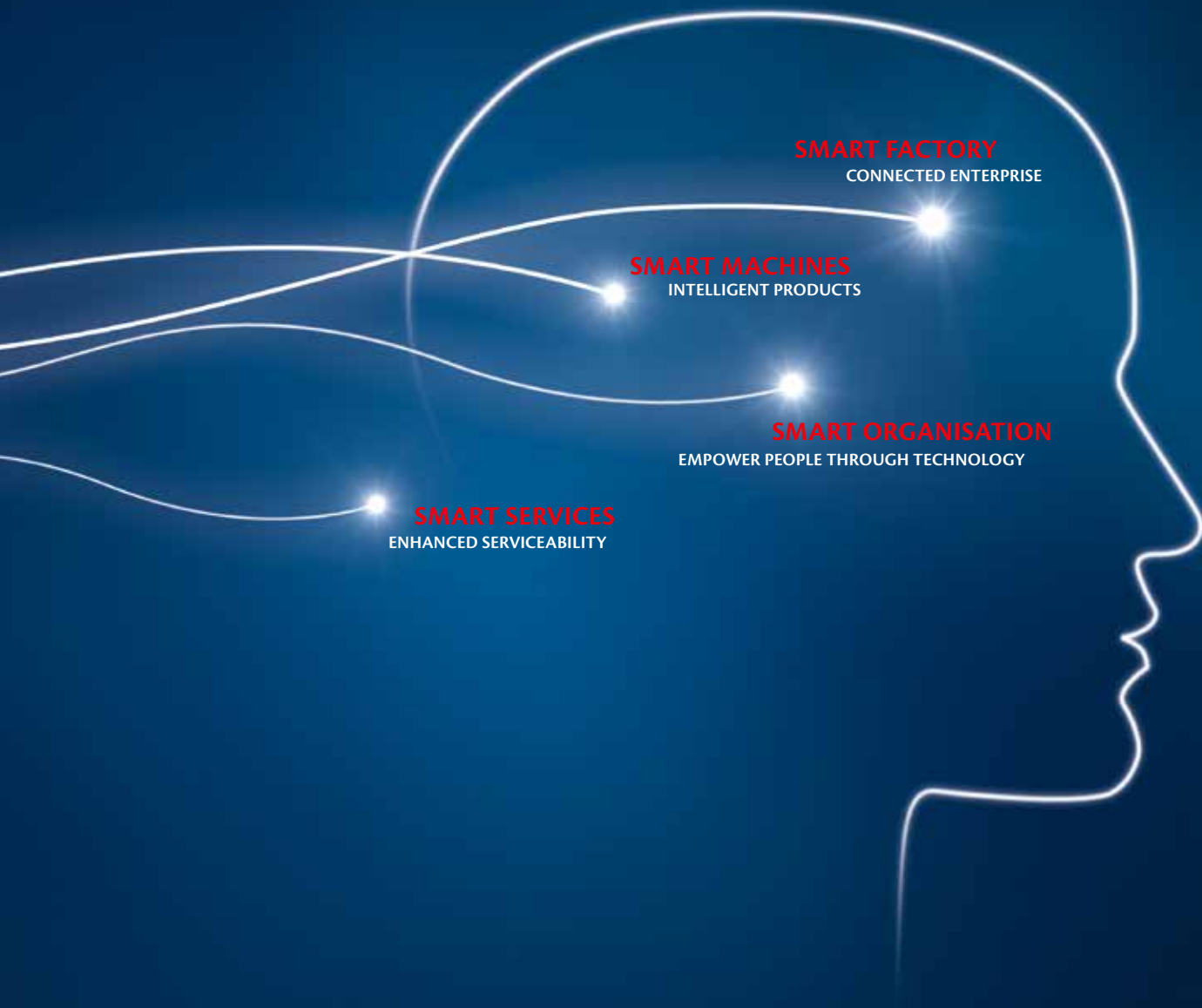
Profilo su <http://com-pack.it/>

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 G. Montemartini, 4 - 20139 Milano - Italia,
via e-mail a: info@elledi.info

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

Cerca COM.PACK su **issuu**



DIGITAL MIND

HUMAN IMPULSE. INDUSTRIAL PERFORMANCE.

Digital innovation is human energy,
strategic opportunities, power to outperform.
Thinking digital, the way we do, is the impulse
for better work, better business, better life.

www.ima.it



- Biotec produce dal 1992 compound biodegradabili e compostabili per il packaging
- Biotec è qualità tecnica costante, prestazione elevata, conformità alle normative
- Biotec è capacità produttiva e servizio per i mercati internazionali

<http://it.biotec.de>

Siamo a
Ecomondo a Rimini
dal 7 al 10 novembre 2017

BIOPLASTICS
FOR A BETTER
LIFE

