

COM.PACK

IMBALLAGGI ECO-SOSTENIBILI

Numero 31

QUANTA CO₂ PRODUCI OGNI MESE?



NORMATIVA

Nei nuovi sacchetti ortofrutta la soglia del 40% è di carbonio, non di materia prima
Pagina 10

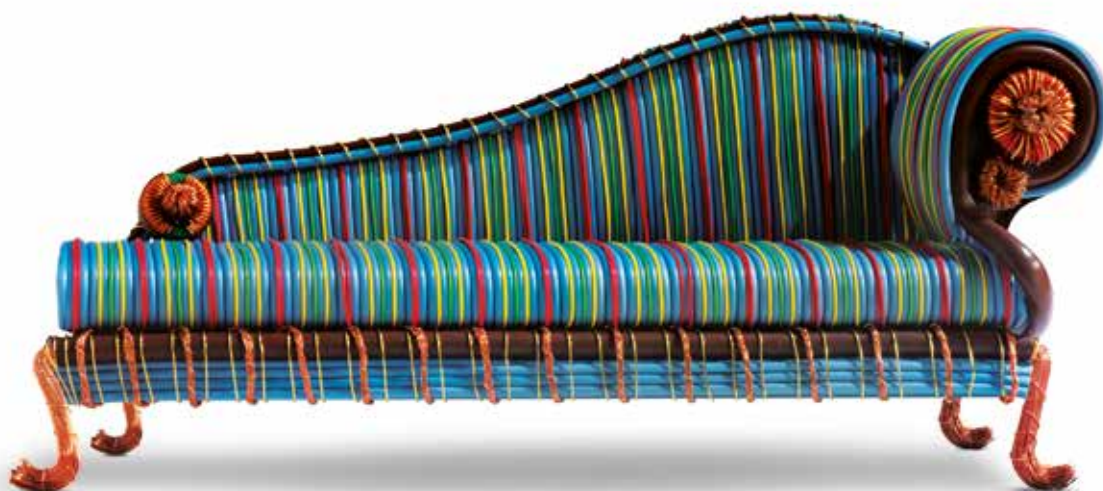
SOCIETÀ E TERRITORIO

Il nuovo distretto Agricolo Biologico del Casalasco-Viadanese coinvolge anche produttori di packaging eco-sostenibili
Pagina 46

DOSSIER BILANCI

La rendicontazione ambientale e sociale genera innovazione e apre al dialogo col territorio
Pagina 53

Liberiamo energia



L'energia è il centro delle nostre vite. Per capirlo, è sufficiente provare l'esperienza di un blackout. Le imprese del settore vivono però una delicatissima fase dove a contare non è più il servizio ma la capacità di dare valore al dialogo con i propri clienti.

Inarea è stata ed è partner delle più importanti aziende dell'energia e delle principali multiutility. Per queste realtà, attraverso il design, abbiamo tradotto situazioni complesse in semplicità di relazione. Liberando energia.

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, TONDI 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

20[°]
1997
2017



ACCIAIO, RICICLABILE AL 100% E ALL'INFINITO!



CO₂, ogni mese una tonnellata pro capite

Nel 2009 Copenhagen ospitò la convenzione ONU sui cambiamenti climatici ed in quella occasione l'artista italiano Alfio Bonanno, in collaborazione con l'architetto statunitense Christophe Cornubert, creò un cubo di 27 metri di lato che consentiva tramite schermi di visualizzare i possibili cambiamenti in positivo derivanti dalle soluzioni indicate nei lavori della conferenza.

Il senso di questo cubo è stato anche quello di visualizzare le dimensioni di una tonnellata di anidride carbonica: alla nostra pressione atmosferica, occupa il volume di un palazzo.

Impressionante anche il rapporto con l'uomo: un cittadino UE produce una tonnellata di CO₂ ogni mese, uno americano una ogni due settimane. Quello che il mega-cubo non comunica è il potere della CO₂. Nell'agosto del 1990, in visita allo stabilimento produttivo di una nota marca di whisky scozzese, mi fecero avvicinare ad un grande tino di fermentazione del malto e mi invitarono a respirare la CO₂ che ne fuoriusciva. Due addetti alla sicurezza mi tennero per le braccia: appena appoggiai il naso un bruciore simile al fuoco entrò nelle narici e sentii un violento colpo alla nuca.

Luca M. De Nardo

STRUMENTI

Normativa

- Sacchetti ortofrutta: la soglia 40% è di carbonio, non di materia prima 10

Analisi e Metodi

- La nuova vita del gadget aziendale 18
- Territorio, vero brand e packaging del prodotto 24

Ricerca & Sviluppo

- Sotto la panca... 28
- Capsule bio di lunga vita 29

APPLICAZIONI

Automazione

- Impatti positivi del digitale: più efficienza, nuovi operatori 30

Pharma

- Fermenti lattici vivi ma in polvere e monodose 32

Polimeri e stampa

- Soluzioni eco-compatibili per l'imballaggio 37

Food

- Svolta 'bio' nel packaging della nuova pasta bio 38

Beverage

- Bevande più leggere anche nelle tecnologie 40

MARKETING

Società e territorio

- I distretti bio chiamano l'eco-packaging 46

TRE

Rifiuti

- L'Argentina s'impegna in prevenzione e riciclo 49

Energia

- Biometano: la tecnologia fa la differenza 52

SPECIALE

- Dossier Bilanci di Sostenibilità 53

RUBRICHE

- Appunti 6
- Tecnologia 13

IL LEGNO DI OGGI È NEL MIO MONDO DI DOMANI.



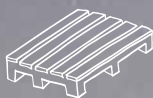
Rilegno

VERSO UN MONDO NUOVO

Gli imballaggi in legno sono un patrimonio economico che il consorzio Rilegno raccoglie in circa 5.000 comuni italiani con il supporto di 410 piattaforme.

Un sistema che recupera oltre il 63% degli imballaggi immessi al consumo, pari a 1.785.000 tonnellate, e li trasforma ogni anno in mobili, materiali per edilizia e per imballaggi, allestimenti e recupero energetico.

Con i suoi oltre 2.300 consorziati, Rilegno promuove cultura e innovazione ponendo l'Uomo al centro di un'economia circolare verso un futuro sostenibile.



pallet per
movimentazione



cassette
per la frutta



casse per
imballo



bobine per
cavi elettrici



tappi
di sughero

Rilegno, Consorzio nazionale recupero imballaggi di legno.
Per saperne di più rilegno.org

L'alluminio combatte lo spreco alimentare

Con la campagna 'Tenga il Resto', in tre anni coinvolti cinque capoluoghi e due provincie

Nel mondo una persona su 8 soffre la fame, 2 miliardi di persone sono malnutrite mentre un terzo del cibo prodotto, pari a 1,3 miliardi di tonnellate, viene sprecato. I costi ambientali associati allo spreco corrispondono a circa 250.000 miliardi di litri d'acqua, 1,4 miliardi di ettari di terra e sono responsabili per l'emissione in atmosfera di circa 3,3 miliardi di tonnellate di CO₂.

'Tenga il Resto' è un'iniziativa nazionale promossa dal Consorzio CIAI (Consorzio nazionale per il

recupero e il riciclo dell'alluminio) volta a combattere lo spreco alimentare e che prevede l'utilizzo delle vaschette di alluminio, fornite di volta in volta da CIAI, come strumento per consentire ai clienti dei ristoranti aderenti di portare a casa il cibo non consumato con una 'family bag' pratica, utile e, soprattutto, una volta usata, riciclabile al 100% e all'infinito.

Si tratta di una campagna ideata a seguito della sottoscrizione della 'Carta per una Rete di Enti Territoriali a Spreco Zero' che il Comune di Monza ha firmato nel 2014 e che prevede, per gli enti locali aderenti, la messa in atto di iniziative volte a limitare lo spreco di risorse ed energie.

Il progetto, avviato nel 2015 dall'intesa fra il Consorzio CIAI e il Comune di Monza in occasione di Expo Milano, oggi coinvolge 5 capoluoghi di provincia italiani: Monza, Arezzo, Pordenone, Cremona e Pavia, e in modo diffuso due intere provincie: Macerata e Treviso. Inoltre sono state coinvolte le società che sul territorio affiancano i Comuni nella gestione dei rifiuti urbani e nell'organizzazione della raccolta differenziata: Gea e Snua srl a Pordenone, Sei Toscana ad Arezzo, Cosmari a Macerata, ASM a Pavia e Contarina in provincia di Treviso.

Allo stesso modo, per ribadire l'importanza della sinergia sul territorio, in ogni città CIAI ha stretto un accordo con le associazioni locali di riferimento della ristorazione, Confcommercio e Confesercenti in primis.



CIAI CONSORZIO IMBALLAGGI ALLUMINIO

Via Pompeo Litta, 5
20122 Milano
Tel. 02 54.02.91

Riciclare l'alluminio è facile.

Grazie alla raccolta differenziata.



#NONSOLOLATTINE

Imballaggi in alluminio, tutti riciclabili al 100% e all'infinito.

Non solo lattine per bevande ma anche vaschette e scatolette per il cibo, bombolette spray e tubetti, foglio sottile come quello dei rotoli da cucina o dei coperchi dello yogurt, tappi e chiusure potranno essere riciclati e dar vita a nuovi prodotti con un enorme risparmio di materia e di energia.



Segui le indicazioni del tuo Comune sulla raccolta differenziata.

Separa gli imballaggi anche sporchi, purché vuoti.

CIAL, consorzio senza fini di lucro, garantisce il riciclo del tuo alluminio!



cial.it





IMPATTI SOCIALI

“L’impatto dei processi di digitalizzazione su professioni e occupazione” è il tema del seminario che si terrà giovedì 9 novembre 2017 presso il CNEL (Roma, viale David Lubin, 2).

PREVENZIONE DEL FOOD WASTE

In occasione di Host, fiera dedicata all’hotellerie e alla ristorazione, lo scorso 23 ottobre Fipe e Comieco hanno lanciato su scala nazionale il progetto “Doggy bag. Se avanzo mangiatemi”, che prevede la fornitura di eco-contenitori di design “made in Italy” che saranno presto a disposizione nei ristoranti d’Italia. Oggi nei ristoranti italiani si stima uno spreco annuo di 185mila tonnellate di cibo.



ECOPRODOTTI DA FORESTE CONTROLLATE

‘Foreste e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. La certificazione FSC® come strumento per raggiungere gli SDGs (Sustainable Development Goals)’ è il tema dell’incontro in programma alla fiera Ecomondo, a Rimini, il giorno 8 novembre dalle ore 14.30 in Sala Tiglio 1 Pad A6. L’incontro è a cura di Forest Stewardship Council® (FSC Italia).

BIOPLASTICHE NELLE DIFFERENZIATE

I recenti monitoraggi presso gli impianti di selezione della raccolta differenziata degli imballaggi in plastica (analisi effettuate nel periodo ott-nov/2016 e marzo 2017) hanno rilevato la presenza di imballaggi realizzati con materiali di plastica compostabile secondo la norma UNI EN 13432. La percentuale ponderata di presenza di bioplastica relativa al quantitativo stimato è pari allo 0,84-85%.



ACQUA: CONSUMI RECORD

Secondo il rapporto del centro Studi Ricerche Mezzogiorno ‘Le risorse idriche nell’ambito della circular economy’, il consumo pro capite annuo dell’Italia è di 241 litri di acqua; secondo l’indice Wei dell’European Environment Agency (Eea) l’Italia ha un valore del 24%, fra i più alti d’Europa dopo Cipro, Spagna e Belgio.



SOLO POCO DIVENTA PLASTICA

Appena il 4% del consumo mondiale di petrolio e gas naturale è destinato alla produzione delle materie plastiche: il 35% serve per il riscaldamento, il 29% per i trasporti, il 22% per la produzione di energia, il 7% per utilizzi vari e il 3% per l’industria chimica.

Riciclare l'alluminio è facile.

Grazie alla raccolta differenziata.



#NONSOLOLATTINE

Imballaggi in alluminio, tutti riciclabili al 100% e all'infinito.

Non solo **lattine** per bevande ma anche **vaschette** e **scatolette** per il cibo, **bombolette** spray e **tubetti**, **foglio sottile** come quello dei rotoli da cucina o dei **coperchi** dello yogurt, **tappi** e **chiusure** potranno essere riciclati e dar vita a nuovi prodotti con un enorme risparmio di materia e di energia.



Segui le indicazioni del tuo Comune sulla raccolta differenziata.

Separa gli imballaggi anche sporchi, purché vuoti.

CIAL, consorzio senza fini di lucro, garantisce il riciclo del tuo alluminio!



cial.it





EMILIANA IMBALLAGGI

6 pronto per risparmiare?

Prova e-six, la nuova cassa pieghevole a sei elementi semplice e veloce da assemblare e ad alta protezione



e-six
protect your value



Emiliana Imballaggi S.p.a. – Casse in legno e sistemi per l'imballo
Via Gobetti, n. 12 – 42042 Fabbrico (RE), Italy
Tel. (+39) 0522.660030 – Fax (+39) 0522.660040
www.emilianaimballaggi.it – ei@emilianaimballaggi.it

ANNIVERSARY

50

1967 – 2017

Mezzo secolo di imballaggi industriali



A Fabbrico, da 50 anni nascono casse standard e su misura che portano l'Italia nel mondo. Una serata speciale ha ricordato storie di famiglie unite dall'etica nel lavoro

“Da cinquant'anni proteggiamo il valore italiano in viaggio per il mondo, con uno sguardo alla sostenibilità dei processi produttivi, attenti all'efficienza, a minimizzare gli sprechi, a valorizzare gli scarti in chiave energetica, ad avvalerci di collaboratori che operano nel rispetto della sicurezza sui cantieri d'imballaggio e con le coperture assistenziali dovute per legge”.

È questo il messaggio che Andrea Vezzani ha rilasciato a margine della festa per i 50 anni di Emiliana Imballaggi, tenutasi lo scorso sabato 16 settembre presso la sede reggiana dell'azienda che da due anni si è integrata nel settore dell'imballaggio industriale su misura grazie all'acquisizione di Emi Pack Logistic di Cittadella di Padova. Uniti ai colleghi di Padova, le squadre reggiane hanno salutato il presidente Roberto Vezzani, figlio di uno dei due fondatori,

il nipote Andrea, responsabile marketing, e il responsabile acquisti Gianguido Landini, figlio di Rodolfo, l'altro fondatore.

L'orgoglio di appartenenza ad un'azienda storica è emerso al momento della consegna di una targa di ringraziamento al presidente da parte dei dipendenti, un gesto

non comune che di solito avviene nella direzione inversa e segno di coesione e spirito collaborativo. Attenta a persone, clienti, collaboratori, fornitori ma anche ai cittadini del territorio nel quale insiste l'azienda, di recente Emiliana Imballaggi ha contribuito all'acquisto di un mezzo destinato al trasporto di anziani nell'ambito del progetto “Mobilità Garantita” per i comuni di Campagnola Emilia, Fabbrico, Rio Saliceto, Rolo, San Martino in Rio (RE) perché la normale quotidianità ai più vulnerabili non venga compromessa dalle difficoltà motorie che spesso portano all'isolamento e alla perdita della vita sociale. Accanto alle persone, protagonisti della serata sono state anche E-Box, la cassa più storica dell'azienda, e l'ultima nata, la E-six, frutto di ricerca e sviluppo nella direzione di maggiore semplicità, sicurezza, flessibilità ed efficienza per le merci e gli operatori logistici.



EMILIANA IMBALLAGGI S.P.A.

Casse in legno e sistemi per l'imballo
Via Gobetti, n. 12 – 42042 Fabbrico (RE), Italy
Tel. (+39) 0522.660030 – Fax (+39) 0522.660040
www.emilianaimballaggi.it – ei@emilianaimballaggi.it



Sacchetti ortofrutta: la soglia 40% è di carbonio, non di materia prima

Dal 1° gennaio 2018 le buste per alimenti sfusi sotto i 15 micron devono essere conformi alla 13432 ma anche avere un'impronta carbonica specifica. Eco-furbi in agguato, ma le multe sono salate

Lo scorso 2 agosto la Camera dei Deputati ha approvato la legge n. 123 di conversione del D.L. Mezzogiorno contenente anche specifiche relative ai sacchetti ultraleggeri di plastica con uno spessore della singola parete inferiore a 15 micron; si tratta di buste e sacchetti a fini di igiene o forniti come imballaggio primario per alimenti sfusi. Le specifiche sono state introdotte per disciplinare l'uso interno di borse di plastica leggera rispetto a quelle destinate all'asporto merci, le cosiddette 'shopping bag' uti-

lizzate dai consumatori per trasportare la spesa fuori dai punti di vendita. Il prodotto oggetto di queste specifiche è quindi una busta di plastica, con o senza manici, per uso alimentare, che viene usata sia dal cliente sia dall'operatore del punto di vendita per confezionare alimenti sfusi quali ortofrutta, pesce, carne, pane, sostituti del pane, pasticceria, prodotti di salumeria, formaggi e gastronomia.

Le nuove caratteristiche tecnico-ambientali

Dal 1° gennaio 2018 tali sacchetti o buste con parete singola di spessore inferiore ai 15 micron dovranno sottostare ad alcuni obblighi:

- essere biodegradabili e compostabili secondo la norma EN 13432, in pratica con le medesime caratteristiche delle buste per l'asporto merci dai punti di vendita
- contenere come minimo materia prima rinnovabile non meno del 40% secondo la norma UNI 16640; poi dal 2020 il contenuto minimo passa al 50% per arrivare al 60% dal 2021
- essere commercializzati e non ceduti a titolo gratuito; il prezzo di vendita per singola unità deve risultare dallo scontrino o dalla fattura d'acquisto delle merci o dei prodotti trasportati per il loro tramite.

Restano ovviamente gli altri obblighi, quali l'alimentarietà e le indicazioni di legge relative al produttore o all'importatore.

Falso allarmismo

Si prevede che il loro costo sarà di circa la metà delle buste per l'asporto: 5 centesimi di





euro contro 10 centesimi. Questo 'aggravio' per le tasche del consumatore ha dato l'esca ad alcuni organi di informazione per stigmatizzare l'ennesima tassa ambientale senza verificare né l'entità del presunto 'gettito' né i benefici prodotti dalla disposizione: si parla, infatti, in via teorica di 65 centesimi la settimana (7 buste per gli alimenti sfusi: 0,35 euro + 3 shopping bag: 0,30 euro), pari a 30 euro per nucleo familiare di 4 persone (7,5 euro a testa l'anno!) per avere due benefici: sacchetti utilizzabili per la raccolta dell'umido e riduzione dell'impatto sull'ambiente (in qualsiasi ipotesi di smaltimento).

Ma c'è un problema serio

Superate queste resistenze psicologiche, in realtà la legge introduce un problema di interpretazione non di poco conto: si rischia di creare distorsioni che vanificano l'obiettivo stesso della legge e danneggiano produttori di polimeri, converter, importatori e catene distributive che si attengono al dettato normativo: infatti, la norma prevede che tale contenuto sia calcolato come rapporto tra **la percentuale del carbonio di origine biologica presente nella borsa ed il carbonio totale presente nella stessa**, utilizzando lo standard internazionale vigente in materia di determinazione del contenuto di carbonio a base biologica nella plastica, ovvero lo standard UNI CEN/TS 16640. Non è semplicemente un 'contenuto di materia prima rinnovabile', altrimenti basterebbe calcolare quanto polimero biobased sia stato immesso nell'estrusore.



Il parere di un esperto

Giovanni Salcuni (nella foto), direttore commerciale di Bio-tec, società tedesca specializzata in sviluppo e produzione di bioplastiche sostenibili da risorse ve-



getali rinnovabili, chiarisce che non è la materia prima a dover essere pesata ma l'impronta carbonica da fonte rinnovabile contenuta nei prodotti. Cosa significa? Che se si interpreta la legge in base al senso della singola frase 'contenere come minimo materia prima rinnovabile non inferiore al 40%' ma non si completa la frase con il riferimento tecnico 'secondo Norma UNI 16640', ecco che è possibile produrre un sacchetto con un contenuto minimo di materia rinnovabile del 40% ma con un impronta carbonica da fonte rinnovabile inferiore al 40%: in pratica, un sacchetto fuori norma ma che costa di meno. Infatti, per poter avere un impronta carbonica da fonte rinnovabile almeno del

...in realtà la legge introduce un problema di interpretazione non di poco conto: si rischia di creare distorsioni che vanificano l'obiettivo stesso della legge e danneggiano produttori di polimeri, converter, importatori e catene distributive che si attengono al dettato normativo

- La norma di riferimento è Art. 9-bis del D.L. del 20 giugno 2017, n. 9 (Disposizioni urgenti per la crescita economica nel Mezzogiorno), convertito in legge 3 agosto 2017 n 123 (GU12 agosto 2017)
- I guanti monouso per il prelievo degli alimenti sfusi sono stati esclusi dalla legge per due motivi: sono numericamente inferiori ai sacchetti e sono difficili da realizzare.
- I dettaglianti alimentari su suolo pubblico (ambulanti) non sono tenuti a vendere la merce sfusa nei nuovi sacchetti perché non è contemplata l'azione di trasporto interno data la particolare natura del loro commercio.
- I controllori del rispetto della nuova legge sono agenti di Polizia Municipale, Nucleo Operativo Ecologico (NOE) dei Carabinieri, Guardia di Finanza.



40%, il contenuto di materia prima rinnovabile deve essere superiore al 40%.

Furbetti in arrivo

Pare che ci sia già chi si sta attrezzando per importare sacchetti dall'Estremo Oriente fortemente sospettati di non essere a norma di legge in quanto offerti a prezzi largamente al di sotto dei prezzi medi di chi li produce secondo quanto prescrive la legge. Il sospetto è che tali sacchetti abbiano un'impronta carbonica da fonte rinnovabile ben inferiore al 40% richiesto. Il rischio però è alto: da 2.500 a 100.000 euro di sanzione e l'immagine di catena inquinata da una denuncia di 'frode in commercio' che arriva ai consumatori-cittadini. Ne vale la pena?

Verifiche semplici

"Il sistema per capire se il nuovo sacchetto per gli alimenti sfusi e per uso interno è ok è più semplice di quanto non si creda – spiega Salcuni – È sufficiente verificare che vi siano il nome del produttore-importatore, la dichiarazione di conformità alimentare e la dizione 'conforme alle norme EN 13432 e UNI 16640'. Si contatta il produttore o importatore e gli si richiedono i certificati di conformità dei materiali che hanno utilizzato per produrre il sacchetto: questi devono per forza esistere e rivelano se il sacchetto è ok, se no scatta subito la sanzione, che va in proporzione anche delle migliaia di unità messe in commercio." Se poi mancano le dichiarazioni di conformità, si sequestrano direttamente perché illegali.

I quattro operatori coinvolti

In Europa si contano sulle dita di una mano i **produttori** di polimeri in grado di vantare una certificazione "ok biobased" che comprenda anche la conformità alla UNI 16640.

I **converter** che vogliono immettere sul mercato sacchetti food contact per uso interno, dal 1° gennaio 2018 devono farsi dare la doppia



certificazione dal fornitore e dichiarare la sola conformità sul sacchetto.

Invece, **grossisti e catene** che importino direttamente sacchetti devono essere in grado di fornire la documentazione del converter relativa alla doppia certificazione dichiarata sui sacchetti. In assenza di ciò, i prodotti possono essere ritirati dal mercato.

Attenzione ai prezzi bassi

Il rischio di una deriva dalla legge in malafede è reale – spiega Salcuni – Non sono molti i converter dotati di macchine capaci di allestire i rotolini di sacchetti per ortofrutta; se si aggiunge il maggior costo della materia prima 'biobased e compostabile ok', la tentazione di cedere alla lusinga di importatori senza scrupoli che cercano di sedurre col prezzo è reale e potrebbe arrivare soprattutto alle catene che puntano a prodotti di basso prezzo. Gli stessi bandi lanciati dai distributori potrebbero attirare fornitori non in grado di dare prodotti conformi."

Il rispetto della normativa è piuttosto semplice e comunicare correttamente ai cittadini-consumatori il valore ambientale ed etico di questa scelta è un contributo di civiltà, oltre che un'operazione di marketing in chiave ambientale che ricade positivamente sull'immagine del distributore. ■

Il sistema per capire se il nuovo sacchetto per gli alimenti sfusi e per uso interno è ok è più semplice di quanto non si creda – spiega Salcuni – È sufficiente verificare che vi siano il nome del produttore-importatore, la dichiarazione di conformità alimentare e la dizione 'conforme alle norme EN 13432 e UNI 16640'

CASSETTE CON PLASTICA SECONDA VITA

Idea Plast srl di Lainate, specializzata nella progettazione e produzione di nuovi imballi, è partner di Esselunga spa dal 2005 nel sistema di filiera circolare nei propri stabilimenti e offre anche il riciclo della plastica delle cassette giunte a fine vita per realizzare altri manufatti. La collaborazione riguarda la produzione di cassette Frutta e Verdura in termini di progettazione, realizzazione e attività di ricerca e sviluppo secondo criteri di eco-design. Il riciclo della plastica a fine vita avviene riducendo energia ed emissioni di CO₂ (lavaggio e triturazione a freddo): il materiale a scaglie ottenuto evita la ricomposizione. È della fine del 2016 un nuovo progetto che prevede l'utilizzo di tali plastiche di riciclo nella percentuale del 35% per produrre due nuovi contenitori per i sistemi di movimentazione automatica di Esselunga spa nei suoi stabilimenti: si tratta di 80.000 pezzi che impiegano 88 t di plastica di seconda vita. È in corso la certificazione col marchio PSV-Plastica Seconda Vita da parte dell'IPPR-Istituto per la Promozione Plastica di Riciclo.



La Scelta Più Intelligente per LE STAMPANTI DI ETICHETTE

TSC
The Smarter Choice.

- Installazione di oltre 3 milioni di stampanti di codici a barre nel mondo
- Tra i primi 5 fabbricanti di stampanti nel mondo
- 25 anni di attività totalmente incentrati nello sviluppo di stampanti robuste, affidabili e convenienti



/// www.tscprinters.com



Il pack in acciaio 'modello'

L'Italia vanta l'eccellenza a livello europeo: ha riciclato 5,6 milioni di tonnellate nell'arco di 20 anni grazie a Ricrea



Lo scorso 11 ottobre a Milano Ricrea, il Consorzio Nazionale Riciclo e Recupero degli Imballaggi in Acciaio, ha riunito aziende consorziate, utilizzatori, imprese del riciclo e del recupero e rappresentanti delle istituzioni per riconoscere il valore economico ed ambientale generato grazie al lavoro svolto dal consorzio dal 1997 ad oggi per raggiungere gli obiettivi indicati dalla direttiva europea e dalla legge nazionale di recepimento. Protagonisti, prima di cittadini e imprese, gli imballaggi: scatole, barattoli, bombolette aerosol, latte, fusti e secchielli, tappi e coperchi.

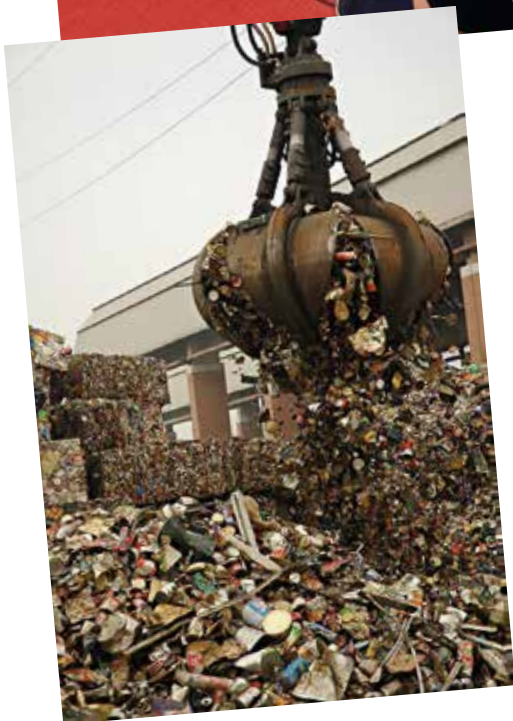
Valore sottratto alle discariche

Grazie alle raccolte differenziate ed alle imprese del riciclo, il ventennio trascorso si chiude con un volume di materia prima recuperata importante: 5,6 milioni di tonnellate. Il beneficio generato da uno sforzo collettivo che

ha visto chiudere l'era delle discariche ed aprire quella delle 'miniere' urbane è stato di 350 milioni di euro che si sarebbero dovuti spendere per acquisire materia prima e di 4 milioni di tonnellate di CO₂ che si è evitata di rilasciare nell'ambiente.

Treni di acciaio riciclato

Non è facile visualizzare il volume recuperato, dal momento che gli imballaggi in acciaio si contraddistinguono, oltre che per la resistenza, la compatibilità con un elevato numero di prodotti food e non food e per la praticità, anche per la leggerezza: ed ecco quindi un modo per percepire il valore generato con uno dei simboli del terzo millennio, l'alta velocità, un'altra eccellenza italiana nel mondo; se prendiamo soltanto le tonnellate recuperate dal 2005 ad oggi, ecco che i 3 milioni di t sarebbero potuti diventare ben 8mila convogli Frecciarossa ETR 1000, mentre con tutti i 5,6 milioni



di economia circolare



Un lavoro congiunto

Accanto ai protagonisti, cioè gli imballaggi in acciaio in tutte le loro forme e funzioni, gli attori che hanno permesso il raggiungimento dei risultati di oggi sono stati i cittadini, gli enti locali, le piattaforme di selezione, gli operatori del rottame, le acciaierie e le fonderie; determinante è stato il supporto dei 281 consorziati che, grazie anche ad un vasto numero di operatori distribuiti sull'intero territorio nazionale, hanno sostenuto tramite Ricrea la valorizzazione di un materiale già pronto per il riciclo. Il salto dalle iniziali 73mila tonnellate del 2000 alle 280mila tonnellate all'anno degli ultimi tre anni è stato reso possibile creando gradualmente un sistema economico circolare: infatti, dalle fonderie e acciaierie che utilizzano il riciclato nascono nuovi manufatti, anche imballaggi in acciaio,

di tonnellate dei vent'anni si sarebbe potuto realizzare un treno lungo da Roma a Parigi composto da 50.700 vagoni passeggeri; oppure 56.300 km di binari, il doppio della rete ferroviaria italiana. E sul fronte delle emissioni, quei 4 milioni di tonnellate, quanto valgono? Quanto le emissioni di 1 milione di automobili che circolino un anno percorrendo una media di 20.000 km.

negli anni successivi, e nel 2009 si era arrivati oltre il 70% dell'immesso al consumo, per arrivare al 77,5% nel 2016.

Obiettivi ambiziosi

L'evento dell'11 ottobre scorso a Milano ha evidenziato il percorso di questi 20 anni, iniziati con tassi di recupero dell'immesso al consumo via via crescenti; in particolare il presidente di Ricrea, Domenico Rinaldini, ha ricordato come appena cinque anni dopo l'avvio delle attività consortili era già stato superato l'obiettivo del 50% indicato dalla direttiva europea, in anticipo addirittura di tre anni: infatti quella soglia era indicata per il 2008. La crescita dei tassi è proseguita anche





senza dispersioni di materiale durante il processo di riciclo ma addirittura con vantaggi economici e ambientali.

Il ruolo dei Comuni

Ma quali strumenti per arrivare a questi risultati? Ricrea ha giocato un ruolo di coordinamento e soprattutto di coinvolgimento: convenzioni e accordi sono stati, e sono ancor oggi, gli strumenti che motivano dal punto di vista sia economico sia ambientale quei soggetti istituzionali che beneficiano di un contributo economico alla raccolta: si tratta di 5.621 Comuni, pari al 70% dei Comuni italiani. È stato un progredire graduale, favorito dall'Accordo Quadro ANCI-CONAI: infatti, nel 2000 le Convenzioni attive erano 163 (oggi invece sono 376) e i Comuni coinvolti erano 2.144.. Al Sud, nel 2000 le convenzioni coprivano il 25% dei residenti, mentre nel 2016 il 72%. Oggi l'80% dei cittadini italiani sono serviti dalla raccolta differenziata

degli imballaggi in acciaio, con una capillarità territoriale che aumenta di anno in anno. Il sostegno economico ai Comuni avviene sulla base della qualità dei rifiuti d'imballaggio in acciaio raccolti, proprio per ridurre i costi di riciclo e mettere a disposizione materia prima subito riutilizzabile nel ciclo industriale delle fonderie.



Sottratti alla dispersione

Il convegno milanese è stato anche un'insolita macchina del tempo, che ha permesso di rivedere per un attimo

l'Italia di oltre 20 anni fa; infatti, prima dell'introduzione del decreto Ronchi la maggior parte dei rifiuti solidi urbani finiva in discarica: la media era dell'80%. Oggi, da quando il sistema delle filiere ha creato modelli di gestione e di valorizzazione dei materiali, solo il 26% prende ancora la via delle discariche, anche se si tratta di una percentuale destinata a contrarsi ulteriormente. A ridurre ancor di più questa frazione non valorizzata saranno ancora una volta le filiere Conai, chiamate dalla revisione della direttiva UE sui rifiuti ad un ulteriore sforzo di intercettazione delle frazioni riciclabili. Il mondo degli imballaggi in acciaio è pronto alla sfida: il suo attuale tasso del 77,5% di riciclato rispetto all'immesso al consumo è infatti fra i più alti d'Europa e uno dei più elevati dell'intero sistema Conai.

Il futuro

Il Consorzio è stato capace di sviluppare ulteriormente l'economia circolare del settore: perseguire i nuovi obiettivi europei di riciclo proposti al 2030, per ambiziosi che saranno, sarà possibile grazie alla collaborazione di tutti gli attori fino ad oggi coinvolti. L'impegno sarà anche quello di migliorare ancora di più la qualità delle raccolte ed anche dei pretrattamenti, per ridurre gli scarti e aumentare il riciclo effettivo nelle acciaierie.

Per informazioni e materiale fotografico

RICREA

Roccandrea Iascone

tel. 02/3980081

iascone@consorzioricrea.com



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 IPPO.



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





La nuova vita del gadget aziendale

Stop agli omaggi-spazzatura; il packaging diventa strumento per dare personalità a qualsiasi tipo di prodotto 'emozionante'

Fino a pochi anni fa gli omaggi aziendali erano piuttosto anonimi e standardizzati: penne, quaderni, agende, chiavette USB e palline anti-stress, il tutto "brandizzato" con un semplice logo e confezionato con un biglietto da visita. Il meglio che un'azienda potesse chiedere ai propri omaggi era quello di essere utili e di agire come promemoria: utilizzare quotidianamente un oggetto personalizzato doveva servire a cementare il legame con il marchio.

Si tratta di un'idea piuttosto utopica: sarebbe fantastico se per guadagnarsi un posto stabile nel cuore e nella testa di un cliente bastasse un

logo serigrafato su una penna a sfera! Purtroppo la questione è più complessa e recentemente le aziende hanno cominciato ad accorgersene.

Pensare di più al destinatario

Un omaggio aziendale è un'incredibile occasione per esprimere il proprio brand e per inserirlo nella vita quotidiana - e nella memoria - dei propri clienti. Gli omaggi, stagionali e non, sono diventati oggetti sempre meno da ufficio e sempre più personali: bottiglie di vino o superalcolici, dolci, prodotti di bellezza e molto altro ancora. I regali diventano oggetti il cui contesto d'uso è più emotivo e cordiale di una scrivania





e il loro scopo è quello di far associare il brand di chi li regala a dei momenti lieti e non allo stress della quotidianità. La confezione, ovviamente, fa la differenza: non è solo un'occasione per parlare della propria azienda, ma anche un modo per mostrare efficacemente ai propri clienti quanto grande sia la cura riservata a loro.

Il linguaggio dell'ironia

Soluzioni sempre più inconsuete hanno innescato una vera e propria corsa all'originalità, fino ad arrivare a gadget decisamente sopra le righe, dove l'iniziale idea di utilità è quasi del tutto assente e il branding diventa fine a sé stesso. Per un'azienda produttrice di materassi regalare tisane rilassanti può essere una buona idea; per i produttori di jeep anche una maschera di fango può diventare un regalo originale. Anche la personalizzazione si fa sempre più estrema: tutto quello che può essere customizzato diventa un efficace veicolo per il proprio marchio: dal cioccolato fino alle bottiglie di vino.

Avviare una relazione

E siccome si parla di personalizzazione, perché non arrivare a regalare ad ogni cliente qualcosa di completamente diverso, creato su misura per lui, con etichette, confezioni ed articoli assolutamente unici? Le nuove generazioni di gadget promozionali hanno una ricercatezza di design e una cura esecutiva ieri impensabili: ogni confezione deve raccontare una storia e diventare un elemento di successivo dialogo con il cliente: un'occasione per innescare una conversazione.

Punti di contatto reali

In questo senso il packaging può diventare uno strumento estremamente utile per dare

un'iniezione di personalità a qualsiasi tipo di prodotto. È questo il caso della pasta artigianale regalata dall'agenzia di brand e product design Reverse Innovation ai propri clienti e personalizzata attraverso una confezione studiata ad hoc. L'etichetta non conteneva solo le informazioni sul prodotto ma anche un divertente test sulla personalità, che permetteva ad ognuno di scoprire quale fosse la ricetta più adatta ai suoi gusti. Confezioni di questo tipo non sono solo un modo per dare un tocco personale: sono anche ottime occasioni per portare il dialogo con il cliente in una dimensione più umana.

Prodotti con carica emotiva

Un altro esempio paradigmatico di prodotto costruito intorno all'idea di personalità e di storytelling è Librottiglia: una piccola collezione di bottiglie di vino di qualità, alle quali viene abbinato un racconto. L'associazione fra degustazione e lettura permette di creare un momento di pausa e di profondità. Ma non solo: Librottiglia è anche un'occasione per creare un'esperienza sensoriale, attraverso un pack minimale ma estremamente curato, che abbina materiali e texture diversi.

Librottiglia rappresenta bene una nuova tendenza nella regalistica aziendale: oggetti in grado di andare oltre la dimensione lavorativa per entrare a diretto contatto con la personalità dei clienti, raccontando una storia che innesci una conversazione.

In questo senso è fondamentale iniziare a immaginare i gadget non come semplici omaggi spersonalizzati, ma come veri e propri regali, nel senso tradizionale del termine: qualcosa di altamente personale, che crea un collegamento emotivo fra donatore e ricevente. ■

Le nuove generazioni di gadget promozionali hanno una ricercatezza di design e una cura esecutiva ieri impensabili: ogni confezione deve raccontare una storia e diventare un elemento di successivo dialogo con il cliente: un'occasione per innescare una conversazione



Quando la carta racconta

**Infinite le soluzioni
cellulosiche capaci di
svolgere simultaneamente
funzioni di protezione,
marketing, prevenzione degli
sprechi, induzione al riciclo**

Il vino è uno dei prodotti alimentari, o forse il prodotto, con il maggior numero di significati: sensoriale, estetico, conviviale, nutrizionale, celebrativo, culturale, soltanto per citare i più importanti. Fra quelli emergenti si annovera la territorialità, un significato non semplice da raccontare ma che condensa i molteplici valori del viticoltore e della comunità che contribuisce direttamente e indirettamente al risultato finale.

Terra e ambiente viaggiano insieme

L'Italia è il principale esportatore mondiale di vino e soprattutto vorrebbe e dovrebbe raccontare meglio all'estero i numerosi territori dotati di forti identità, alcuni dei quali entrati nell'elenco Unesco dei beni paesaggistici considerati 'patrimonio dell'umanità'. Non solo territorio, però: anche sostenibilità, in quanto il rispetto dell'ambiente e delle risorse umane e territoriali sta oramai diventando il paradigma del nuovo modo di fare produzione e distribuzione in tutti i settori.

Raccontare dunque il territorio è fondamentale per l'identità del prodotto, ma è una sfida ardua concentrarla nello spazio del packaging primario e secondario. Quali criteri, dunque, per approcciare il

progetto del packaging del vino con l'obiettivo di includere e valorizzare le componenti territoriale e ambientale? Comieco suggerisce di cominciare il percorso non dalla vite, come avviene abitualmente, ma dal fine vita dei materiali da imballaggio, e in particolare dagli imballaggi cellulosici, adottando come primo criterio di base la scelta appunto di materiali che appartengano a un sistema di economia circolare. D'altronde il packaging, giunto a fine vita, 'atterra' proprio sul territorio. Ed è qui che agisce il sistema consortile Comieco.

Una leva di marketing ambientale

Con il 79,7% di tasso di riciclo degli imballi cellulosici immessi al consumo e raccolti in modo differenziato (ultimo dato disponibile 2016), carta e cartone partono con un vantaggio ambien-

tale che si rafforza nel recupero complessivo: ben l'88,2% dei 4,7 milioni di tonnellate immesse al consumo in Italia. Inoltre, la grammatura del cartone ondulato è calata dell'8% nel corso degli ultimi 10 anni. Quest'attitudine ad essere materiale d'imballaggio 'circolare' (elevata percentuale di ritorno del materiale alle cartiere) giustifica la scelta di sostenibilità nel preferire soluzioni cartotecniche per diversi livelli d'imballaggio, a partire dall'etichetta. Alcuni produttori di materiali per la stampa permettono di scegliere carte con percentuali significative di materiale riciclato o di materia prima vergine da foreste gestite secondo criteri standard di sostenibilità; oppure carte speciali che a parità di prestazioni grafiche richiedono minori grammature; od anche soluzioni che, pur assicurando l'aderenza, facilitano il distacco dalla bottiglia per migliorare i processi di riciclo dei contenitori sui quali vengono applicate. Per esempio, le soluzioni di **Avery Dennison Recycled Facestock** sono realizzate solo con carte provenienti da riciclo di materiali in arrivo da raccolte differenziate.

L'etichetta racconta...

Reverse Innovation, agenzia di packaging design, ha invece ripensato l'etichetta a libro, la cosiddetta fix-a-form, in una dimensione maggiore facendone 'contenitore' di un racconto breve, declinato in generi narrativi diversi, che accompagnano la degustazione di un vino in formato 375 ml. Il sistema brevettato, **Librottiglia**, può prestarsi anche a raccontare il territorio: non nella forma descrittiva





e protegge le terre del vino



dei suoi contenuti culturali, ma attraverso piccole ed accattivanti storie. Dopo l'etichetta, altri elementi possono accompagnare il contenitore, ben prima delle scatole rigide per la spedizione, la consegna o la vendita. Molti vini vengono avvolti in carte pregiate, sottili, per evitare che restino impronte sul vetro oppure che l'etichetta venga danneggiata: questi involucri possono diventare mappe che raccontano il territorio durante la degustazione. È il caso del brand inglese **Waddesdon Wine**, parte della Rothschild Foundation, che grazie al progetto del designer Paul Belford ha trasformato questa carta velina in una 'velina' capace di suggerire ed evocare una visita al territorio di produzione intorno al castello.



La nuova sfida della logistica

La protezione è una delle funzioni che viene abitualmente interpretata in chiave tecnica: può essere completata da rimandi al territorio in cui nasce il prodotto? Per esempio le cantine borghesi **Les Cordeliers** promuovono il territorio con un'etichetta che riprende motivi architettonici del locale chiostro medievale; analogamente una scatola in cartone da due o tre bottiglie può utilizzare le finestre che mostrano il prodotto interpretandole come finestre



di edifici medievali o gotici stampati su entrambi i lati della scatola.

Anche un sistema protettivo antiurto realizzato in cartoncino alveolare collassabile, come quello adottato dal brand cinese **Jianzile Enzyme**, può ricordare il rapporto fra la viticoltura e il lavoro delle api: pratiche più ecosostenibili, infatti, contribuiscono ad un riequilibrio del complesso ecosistema delle vigne, le cui viti beneficiano di tutti gli elementi di biodiversità strettamente legati al ruolo di impollinatrici delle api.



Nobilitare i formati famiglia

La capacità del cartoncino e del cartone ondulado di enfatizzare il valore dell'azienda e del suo territorio è massima nel caso del bag in box. Un numero crescente di cantine lo sceglie



come sistema più economico e meno impattante anche perché le ampie superfici grafiche consentono ampi spazi di comunicazione: minor impatto ambientale (minor peso a parità di contenuto, minor ingombro a magazzino) e maggiore impatto in chiave di marketing sono evidenti nelle scelte operate da aziende quali la Cantina Sociale di Mombercelli che punta proprio all'enfasi del territorio nel suo prodotto **Terre Astesane**.

Nell'ambito invece del packaging secondario oramai il cartone ondulato colleziona sviluppi sempre più intelligenti di sistemi antiurto capaci di ridurre gli spazi del magazzino imballaggi, di semplificare l'allestimento del packaging, di aiutare il consumatore ad aprire i contenitori ma soprattutto

di evitare la rottura delle bottiglie, un'ipotesi sempre più temuta dagli operatori dell'e-commerce, considerando la crescita esponenziale di questo canale di vendita da parte di privati e ristoratori.

Nelle soluzioni antiurto l'attenzione ad evitare sprechi di materiali d'imballaggio è massima; in questa direzione va uno dei sistemi più recenti, quello della spagnola **Saica**, che da due fustellati incollati ha realizzato un sistema semplice ed intuitivo per mettere in forma un contenitore da tre o sei bottiglie da inserire in una scatola di cartone non particolarmente resistente: l'architettura di questo guscio protettivo permette di evitare rotture anche in caso di caduta su uno spigolo, non soltanto di lato.

Uno strumento per progettare

Comieco ha approfondito il rapporto fra il vino, il territorio e gli impatti ambientali nell'opera ***Il Packaging Vitivinicolo per la Valorizzazione del Territorio***, che analizza opportunità e soluzioni in un contesto d'eccezione quale quello dei territori Langhe-Roero e Monferrato, di recente proclamati siti Unesco d'interesse mondiale. L'opera costituisce un metodo per ricercare soluzioni eco-compatibili con il territorio vitivinicolo anche in altri contesti, è disponibile in formato digitale e si può scaricare direttamente dal sito web di Comieco digitando il titolo dell'opera nella funzione 'Cerca'.

COMIECO

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



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



Territorio, vero brand e packaging del prodotto

Le numerose eccellenze italiane dovranno agganciarsi a forti identità territoriali se vorranno continuare a esistere e competere sui mercati nazionali e internazionali

Dobbiamo prendere consapevolezza di vivere in un mondo quasi totalmente progettato, una struttura fisica, cioè, che modifica proprio per questo i nostri cambiamenti.

La questione dell'identità territoriale attiene alla natura stessa dell'uomo che, a differenza degli animali, si distingue per capacità e soprattutto volontà di modificare lo spazio in cui vive. Eppure non abbiamo coscienza di vivere in spazi che sono stati già progettati: non mi riferisco tanto alle strutture 'fondamentali', come palazzi, strade, acquedotti, ma a quelle di apparente minor rilievo: un parcheggio lungo la via, le panchine di un giardino, l'ordine delle sue piante. Tutto è progettato, dal giornale che leggiamo agli occhiali che indossiamo per leggerlo.

Il valore del progettare

Dobbiamo prendere consapevolezza di vivere in un mondo quasi totalmente progettato, una struttura fisica, cioè, che modifica proprio per questo i nostri cambiamenti. Pensiamo all'alta velocità ferroviaria, che ha cambiato la percezio-

ne del treno da mezzo di trasporto rumoroso, scomodo e un po' sporco a salotto viaggiante, che gareggia in comfort e velocità con l'aereo e perciò non è più subito ma scelto. L'alta velocità ha cambiato, inoltre, il rapporto fra noi e le distanze: è facile recarsi in una città fino a ieri percepita come lontana, a un costo pari a quello di un taxi. In definitiva, il progetto ha creato nuovi comportamenti.

Ecco che inizia ad affiorare il valore del 'design' nella questione dell'identità territoriale.

Dopo anni di globalizzazione, infatti, emerge con forza il valore del locale: l'esperienza e la cultura d'uso di un prodotto o di un servizio non possono essere uguali in tutto il mondo mentre un territorio è, per forza di cose, unico e irripetibile.

Territori: editori di racconti

L'unicità del locale attrae, ma perché? E come? Per esempio, a 'Firenze' associamo una serie di significati che possono essere fruiti anche a migliaia di chilometri ma generano percezione e non esperienza, che si può avere solo scoprendola (e riscoprendola) di persona. Quanto più il mondo viene dematerializzato, tanto più aumenta di valore la dimensione fisica perché, quando siamo nel reale, ci troviamo dove avvengono i fatti. Il locale ha una prerogativa: è lì, non può essere spostato e ciò che avviene è unico perché avviene soltanto lì. Quando si parla di marketing territoriale, si deve parlare di attrattività e non solo in chiave turistica: pensiamo, per esempio, al valore dei distretti.

La domanda quindi è 'come può funzionare un territorio rispetto all'esigenza di esistere





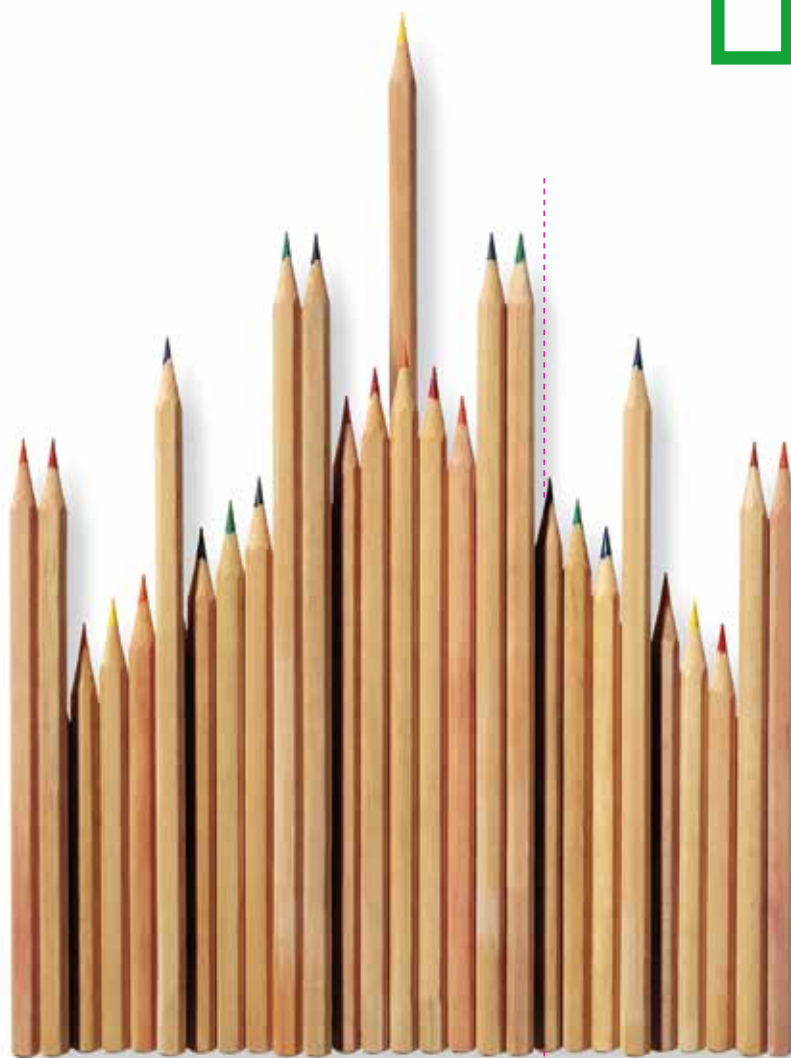
e quindi di comunicare?’ Riassumo con un assioma elementare la regola del brand: la vita è una sequenza di fatti che si manifestano ma alla storia non passano i fatti, bensì il racconto dei fatti. Se applichiamo questa logica a un territorio, occorre capire quali siano le prerogative che permettono ai suoi fatti di tradursi in racconti e di generare attrattività. Il meccanismo di proposizione è straordinariamente affine a quello dell'editore, che trae profitto dalla qualità/notorietà dei suoi autori: il territorio deve perciò individuare i 'suoi autori' e i loro racconti.

Intelligenza collettiva

Eppure il nostro Paese è drammaticamente legato ad un'idea di territorio come rendita di posizione perché il modo attraverso cui lo proponiamo è di solito composto di storia, cultura, natura, cibo e leisure. Questo non aiuta a cogliere l'aspetto principale per cui si genera attrattività che è, come sempre, l'idea di futuro. Facciamo un esempio facile: perché a Londra e a Parigi ci si va più volte nella vita? Perché non è la visita della città l'elemento centrale dell'esperienza ma, poiché queste capitali sono luoghi di eventi permanenti, è questo l'elemento di più forte attrattività: tutti i punti di un network straordinario si valorizzano a vicenda. A Londra ci sono un'offerta universitaria, un sistema finanziario, una ristorazione, un sistema museale, un'offerta commerciale che si esprimono ai livelli più alti, ma anche i servizi di profilo più basso beneficiano degli effetti di reputazione e valore e vengono da essi aiutati a crescere molto più facilmente: la gamma dell'offerta cresce per effetto del networking che funziona. Ecco perché una start up ha più probabilità di avere successo rispetto ad altri luoghi. È l'intelligenza collettiva che valorizza tutto.

Milano rinasce

Abbiamo in Italia una case history paradigmatica: Milano si considera da sempre il motore del Paese. Fino al 1992: quando esplode Tangentopoli, la città cade in una sorta di depressione



collettiva perché il mito della capitale morale è stato infranto da una sequenza ininterrotta di arresti. L'espiazione dell'incubo richiederà 13 anni e avverrà attraverso sia modificazioni fisiche dello spazio sia eventi in grado di spostare il punto di vista dei milanesi e del resto del mondo. L'Expo 2015 diventerà l'elemento catalizzatore, tanto criticato alla vigilia ma, quando viene inaugurato, i pubblici più diversi convergono verso l'evento, che acquista valore non solo per ciò che avviene (quello che abbiamo visto è solo una parte di ciò che doveva essere) ma anche per quello che il "consumatore" ha registrato: per lui è stato un successo, e a questo si è aggiunto per sovrapposizione quello mediatico. Nel frattempo, però, Milano porta a compimento progetti quali Porta Nuova, City Life ed altri che hanno anch'essi modificato la struttura fisica della città in modo permanente. E sono cambiati i comportamenti.

Eppure il nostro Paese è drammaticamente legato ad un'idea di territorio come rendita di posizione perché il modo attraverso cui lo proponiamo è di solito composto di storia, cultura, natura, cibo e leisure.



Morale: siamo disposti a spendere decine di euro per una bottiglia di vino ma non percepiamo con pari valore quella dell'olio.

Imprese e prodotti

Questi meccanismi influiscono anche sul rapporto fra imprese, territori e relative attività. L'Italia ha il primato europeo di prodotti con denominazioni di origine. Questo approccio, corretto nel metodo e nelle intenzioni, ha decretato però degli effetti di segno opposto, in merito all'identificazione: essendo tante le denominazioni, si perde efficacia nella relazione con il consumatore, che non solo non riesce a fissare nella mente il prodotto, ma deve anche superare una selva di marchi e pittogrammi presenti sull'etichetta.

Francia e Italia a confronto

Il requisito dello standard di qualità nasce nella Francia dell'800, per la precisione in un annus horribilis come il 1848; in Italia, invece, la prima Doc è del 1962. Queste date sono molto eloquenti in merito alle diverse storie dei due paesi: da noi il cibo era inteso come prodotto per sfamarsi mentre l'aristocrazia francese aveva dettato le regole della cucina, praticamente in tutto il mondo. In questo quadro, come fornitori di vini per tutte le case reali del mondo, era importante per loro garantire prerogative e costanza, a prescindere dalle annate... Anche per queste ragioni, dobbiamo agli enologi francesi la qua-

lità e la fama raggiunte dai nostri vini nel mondo! La prova del contrario è sotto gli occhi di tutti: l'olio extravergine d'oliva italiano, pur essendo qualitativamente il migliore al mondo, non ha conquistato l'eccellenza che meriterebbe e di conseguenza il riconoscimento (prezzo) del mercato. La ricchezza unica dei cultivar non è stata difesa adeguatamente

dai nostri rappresentanti in sede comunitaria e i produttori, in assenza di una proposizione verso l'alto, si sono difesi o, meglio, si sono fatti del male da soli con i vari blend.

Morale: siamo disposti a spendere decine di euro per una bottiglia di vino ma non percepiamo con pari valore quella dell'olio. Così il settore vive dei contributi economici dell'Unione Europea ed è un vero peccato, per il paese che possiede più di 300 cultivar, non essere ancora riuscito a spiegare agli italiani e al mondo cosa siano gli olivaggi e gli abbinamenti corretti: è mancata evidentemente la figura corrispondente a quella dell'enologo per generare consapevolezza.

Il brand è prima del packaging

Quindi il vero problema non è la denominazione, rovesciamo i termini del problema: i singoli produttori di qualcosa che abbia una specificità territoriale raramente avranno la forza per creare dei veri e propri brand: di questo dovrebbero prenderne coscienza. Non dico che si debba rinunciare a quell'elemento straordinariamente forte del sogno che è proprio dell'imprenditore, ma occorre comprendere che il produttore è un autore e, grazie a un progetto di qualità e al territorio come editore, potrà essere "letto" da un numero di destinatari di gran lunga più elevato rispetto a quelli che potrebbe avere editandosi in proprio.

Non si tratta di delegittimare le DOP, DOC, DOCG, IGP, ecc. ma di rendere grandi i territori. Raccontarli e farsi raccontare da questi. Se si riesce a trasformare il territorio in un brand, sia i pubblici che ne hanno esperienza diretta sia quelli che non ne hanno (ma lo considerano una destinazione aspirazionale) lo sceglieranno.

Sono partito dal Salento quarant'anni fa e per lungo tempo ho fatto fatica a spiegare dove si trovasse. Ora incontro sempre più persone che mi consigliano di andarci e mi raccontano la loro esperienza... Evidentemente, è diventato un brand! (Antonio Romano, CEO di Inarea). ■



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



Sotto la panca...

Come nelle filastrocche, la ripetizione di uno schema, alla fine, stanca e ispira l'innovazione: echi delle strutture di pallet e cassette in un nuovo sistema di arredo sostenibile



Nasce così un elemento che singolarmente funge da panca la quale sovrapposta ad un'altra si trasforma in espositore da parete con due ripiani, e accostata in orizzontale ad un'altra diviene punto di appoggio.

Con morali e traverse è possibile realizzare arredi che ricordino in parte le strutture di pallet e cassette ma impilabili, componibili e soprattutto considerevolmente leggeri. “Abbiamo raccolto la sfida da Coldiretti – raccontano Cristiano Tamborrini e l'ingegnere Nora Pini, progettisti alla Palm Work & Project, la cooperativa conosciuta per il marchio d'arredo Palm Design – Per il loro evento ‘Sto coi contadini’ di Coldiretti, che dal 29 settembre all'1 ottobre ha radunato intorno al Castello Sforzesco di Milano 400 agricoltori con i loro prodotti, ci hanno richiesto 100 elementi destinati al servizio all'aperto per i visitatori, resistenti e riutilizzabili in altri 10 eventi che si terranno in tutt'Italia. Abbiamo deciso di non fare i soliti divani, sedie e tavoli ottenuti dai pallet ma di tentare una strada differente. Certo, il mobile doveva evocare il pallet, icona dell'imballo industriale ed agricolo, ma non essere un pallet adattato.”

Nasce così un elemento che singolarmente funge da panca la quale sovrapposta ad un'altra si trasforma in espositore da parete con due ripiani, e accostata in orizzontale ad

un'altra diviene punto di appoggio. I quattro piedi hanno una sezione ad 'L' e si incastrano negli angoli della parte superiore della seconda panca rendendo la coppia stabile e funzionale. Prodotte in legno di conifera, le nuove panche di Palm Design si distinguono per la leggerezza, la provenienza del legno (da foreste italiane del Trentino a gestione controllata), il calcolo dell'impronta carbonica, la riciclabilità del legno, la riparabilità e la realizzazione basata sui principi del design sistemico, disciplina che programma il flusso di materia prima ed ottimizza tutti gli attori all'interno del progetto. Infine per il valore etico (prodotte da una cooperativa di utilità sociale). Fondamentale, nessuno scarto: la parte centrale del morale dal quale sono stati ricavati i 4 piedi diventa la gamba di seggioline per bambini che, insieme ad altri arredi di Palm Design, hanno arredato anche l'Agriasilo della tre giorni milanese. ■





Capsule bio di lunga vita

Monodose 'a tenuta', da scarti della filiera della patata. Con tanto di certificato di compostabilità

Nel settore 'capsule e cialde' per caffè destinate a macchine per l'espresso la tendenza dei prossimi anni sarà la messa a punto di materiali biobased e/o compostabili. O quantomeno biodegradabili. Arrivano dall'Olanda le nuove capsule rigide Spongy progettate per prodotti in polvere, granulari o in pastiglia, create per termoformatura di un materiale innovativo in grado di assorbire l'umidità residua del prodotto all'interno, come quella all'esterno della confezione. Il primo vantaggio dichiarato è quello di mantenere il grado di assenza di umidità, il secondo di essere un materiale biodegradabile e compostabile ai sensi della norma EN 13432, e dotato di certificati OK Compost e OK Biobased rilasciati da Vinçotte. La materia prima di partenza viene dall'industria della patata alimentare della quale vengono utilizzati gli scarti di produzione. Il nuovo materiale permette di ridurre le operazioni di smaltimento anche in caso di capsule contenenti alimenti che hanno superato il TMC: contenitore e contenuto possono andare insieme nel

circuito del compostaggio. L'istituto belga IBE-BVI ne certifica l'alimentarietà ai sensi delle normative europee di settore. Si tratta di un concept di prodotto già industrializzabile che trova applicazioni in settori ad alto valore aggiunto come vitamine, frutta secca, farmaci, caramelle, cosmetici, prodotti di erboristeria e sementi. Ma oltre ai vantaggi relativi all'effetto barriera e alla sostenibilità ambientale, Spongy permette di pensare a monodose differenti per design, colore, dimensione, capacità, materiali di chiusura e soprattutto di caratteristiche di barriera a seconda del prodotto contenuto.

È possibile richiedere un campione del prodotto contattando questo indirizzo di posta elettronica: info@tmi-capital.com

Informazioni generali su questa soluzione sono disponibili presso www.spongycup.com



Impatti positivi del digitale: più efficienza, nuovi operatori

La filiera farmaceutica campo applicativo d'eccellenza del paradigma Industry 4.0. Benefici 'circolari' sull'economia e sull'occupazione



*Maurizio Marchesini,
presidente di
Marchesini Group.*

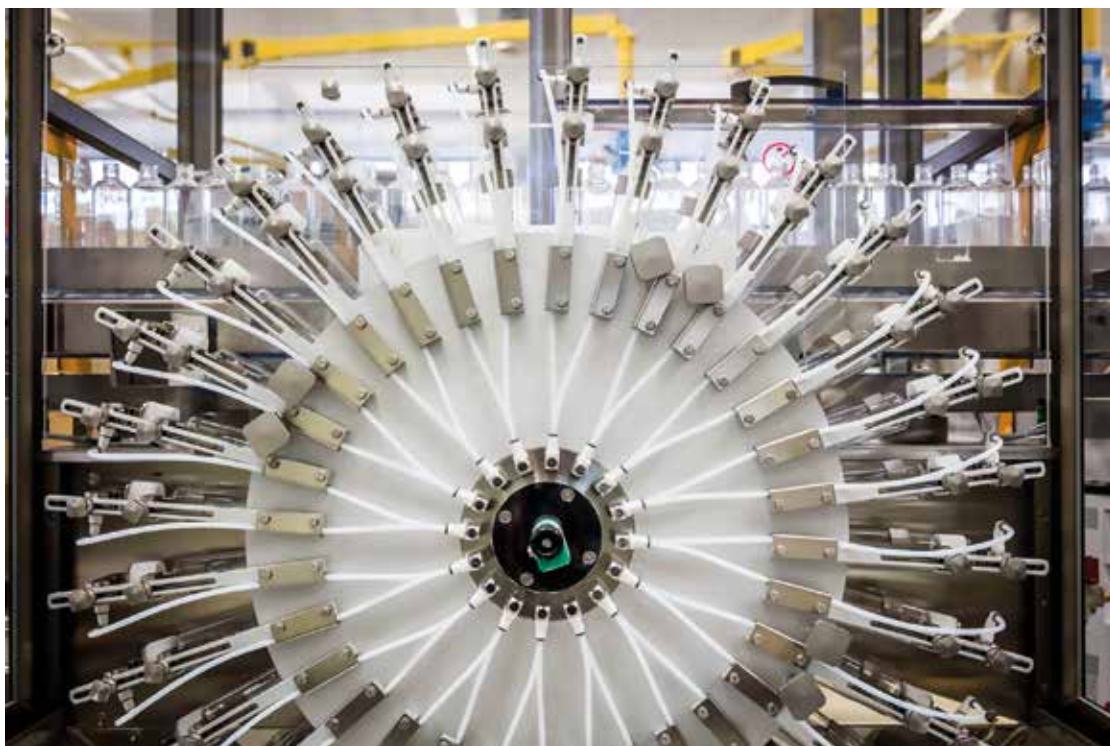
Il farmaco è il prodotto di 'largo consumo' a maggior indice di complessità sotto tutti gli aspetti: normativo, produttivo, di fruizione, logistico, etico; i suoi impatti sono a 360 gradi ed è quindi il prodotto più suscettibile di trarre vantaggi dalla progressiva digitalizzazione del processo che dal laboratorio arriva al paziente coinvolgendo un numero elevato di operatori. La digitalizzazione può migliorare i rapporti fra le persone, ridurre le diseconomie, attenuare gli impatti. Come?

Marchesini Group lavora a stretto contatto con l'industria farmaceutica per progettare e produrre linee di confezionamento. Questa relazione ha generato due vantaggi: "Il primo - sottolinea il presidente Maurizio Marchesini - è

che non abbiamo subito gli effetti della grande recessione, perché il mercato del farmaco ha scontato una crisi tutto sommato leggera. Il secondo vantaggio, più contingente, ci porta più da vicino proprio ai temi dell'Industria 4.0. Rapportarsi con questo tipo di clienti vuol dire essere infatti costantemente aggiornati sulle tematiche legate agli investimenti innovativi, perché queste aziende, per necessità di settore, promuovono il tema della digitalizzazione, ne sono direttamente coinvolte."

Il primo passo: sviluppo della robotica

Anno dopo anno la collaborazione con le industrie del farmaco e la condivisione del paradigma Industria 4.0 hanno portato il Gruppo





emiliano alla realizzazione di linee per il confezionamento sempre più flessibili e robotizzate. Oggi lo sviluppo interno di bracci robotici permette di velocizzare la produzione, grazie alla capacità di gestire con grande efficienza il passaggio dalla fase a monte (ad esempio la compressa che viene inserita nel blister) a quella a valle (dove il blister viene posizionato nel suo astuccio in cartoncino). Si tratta di robot specificamente studiati per il packaging, completamente integrati con le macchine e in grado di adattarsi autonomamente alla variabilità dei prodotti da confezionare, di solito molto diversi per dimensione, peso e forma.

Occhi digitali

I primi alleati dei robot sono le telecamere wireless integrate nelle macchine di nuova generazione, che garantiscono massima elasticità nella gestione dei vari prodotti e materiali da confezionare. "Nel nostro caso - precisa Marchesini - sono utilizzate all'interno dei sistemi di serializzazione, che permettono di codificare in modo univoco ogni singola confezione per poterla riconoscere, tracciare e identificare. Siamo all'avanguardia anche nello sviluppo dell'analisi dei dati della produzione per anticipare gli interventi di manutenzione - le cosiddette operazioni di manutenzione predittiva - e in quello di sistemi di auto-apprendimento, ovvero di software che ottimizzano in automatico il processo di confezionamento."

A monte e a valle

L'aspetto più interessante e innovativo che coinvolge progettazione, manifattura e customer care è legato alle stampanti 3D integrate nel processo produttivo. "Oggi disponiamo di un reparto dedicato - sottolinea il presidente del Gruppo - che utilizza stampanti tridimensionali operative 24 ore su 24. Sono in grado di realizzare prototipi e specifici pezzi di produzione, frutto ogni volta di uno studio ingegneristico diverso. Grazie all'utilizzo di una tecnologia di prototipazione rapida, sviluppa-



ta internamente e chiamata 'Fast Format Marker', siamo in grado di garantire la consegna di pezzi di ricambio finiti, testati e pronti all'uso in tempi estremamente ridotti dalla richiesta. Insomma, anche grazie alle stampanti 3D possiamo progettare in modo molto più diretto e rapido, senza stampare un solo foglio cartaceo e identificando in automatico le migliori strategie di lavorazione. È così che riusciamo a ridurre i tempi e i costi di realizzazione dei pezzi, monitorando anche la pianificazione della produzione, l'usura delle macchine e la gestione degli errori."

Nuova occupazione?

Il risultato finale non è quindi solo una macchina per il confezionamento ma un vero e proprio bene ad alto contenuto tecnologico che rientra a pieno titolo nella lista presente all'interno del Piano Nazionale Industria 4.0, contenente l'elenco dei beni agevolabili con la maggiorazione del 150% e quindi iper-ammortizzabili al 250% del loro valore.

Infine, l'impatto sugli operatori: non si tratta solo di comunicare tutte le informazioni di carattere tecnico sulla macchina acquistata, ma anche di illustrare quali sono le caratteristiche tecniche che permettono di identificare la macchina come bene "4.0", ed eventualmente di consigliarli di integrarle. Per farlo però è necessario avviare una formazione ad hoc dei collaboratori: fornire servizi innovativi significa creare nuove figure professionali e riqualificare il personale già assunto. ■

Il risultato finale non è quindi solo una macchina per il confezionamento ma un vero e proprio bene ad alto contenuto tecnologico che rientra a pieno titolo nella lista presente all'interno del Piano Nazionale Industria 4.0



Fermenti lattici vivi ma in polvere e monodose

La forma orosolubile permette alti dosaggi rispetto al sistema dei tappi dosatori, ed è più pratica dei monodose liquidi

Sandoz, divisione di Novartis, ha lanciato ai primi di settembre sul mercato italiano Flormidabil, nuova linea probiotica di fermenti lattici in polvere che si sciolgono in bocca (Sandoz produce anche una formulazione in capsule per consumatori che non gradiscono prodotti orosolubili). Destinata al canale delle farmacie, la linea è declinata in sei differenti profili di utilizzo: giornaliero, durante l'uso di antibiotici, in caso di diarrea, basse difese immunitarie, bambini, per tenere il colesterolo sotto controllo.

Liquidi e in polvere

FlorMidabil rientra nella categoria dei pro-

biotici, microrganismi vivi e vitali che si dimostrano in grado, una volta ingeriti in adeguate quantità, di esercitare funzioni benefiche per l'organismo. In particolare, il nuovo probiotico integra e riequilibra la flora intestinale. Realizzati a partire da ceppi da Danisco-Dupont, azienda n° 1 al mondo nella produzione di probiotici e nel numero di studi clinici pubblicati, i Flormidabil sono stati progettati nell'innovativa forma farmaceutica in polvere perché più stabile, meno costosa da confezionare, più rapida da assumere, più pratica da trasportare, meno soggetta agli sbalzi termici rispetto alle forme liquide (sia quella pronta sia quella da miscelare) che richiedono temperature di conservazione non superiori ai 25° C.





Gli svantaggi dei tappi con camera

La forma liquida in flacone prevede il sistema del tappo con camera contenente la miscela dei probiotici, adeguatamente isolati dalla parte liquida al fine di non precludere la vitalità dei probiotici e da premere per miscelare i due elementi. Lo svantaggio di questa soluzione è legato al limitato spazio disponibile nel tappo erogatore: per utilizzare il prodotto, infatti, bisogna premere una parte del tappo, non idoneo a contenere prodotti ad alto dosaggio. In genere con questa soluzione si arriva ad un massimo di 10 miliardi di unità. FlorMidabil, con i suoi 70 miliardi di fermenti lattici vivi, non può essere contenuto in questi formati.

Leader in Europa

Il mercato italiano dei probiotici vale 472 milioni di euro (agosto 2016-2017) ed è in crescita del 5,2%; per valore è il primo in Europa (tre volte quello tedesco in seconda posizione e terzo al mondo dopo USA e Cina).

La crescita appare omogenea in tutti i comparti. Le forme liquide (fiale monodose e flaconi) rappresentano il 37% del mercato, seguite dalle capsule (25%) e dalle bustine (24%).

L'Italia è la regione di lancio della gamma FlorMidabil in vista di una diffusione europea. Anche altri paesi ne stanno valutando l'opportunità, in virtù della consistenza del mercato italiano dei probiotici e per il contenuto innovativo della forma farmaceutica.

Identificare con chiarezza

Dal punto di vista grafico, il concept della confezione comunica in modo evidente ed efficace la parte dell'organismo coinvolta, il tratto intestinale stilizzato e metallizzato; specifica la versione con un codice colore chiaro che attraversa in orizzontale il layout; aiuta sia il farmacista sia l'utente a riconoscere il prodotto; spiega il tipo di packaging e subito chiarisce la dose giornaliera; chiarisce e rende evidenti le indicazioni per la raccolta differenziata. Quanto all'impiego di materiali, la soluzione in polvere orosolubile abbatte di oltre il 50% il ricorso all'imballaggio primario nel passaggio da rigido a flessibile e comporta un fustellato per l'astuccio di dimensioni particolarmente contenute. ■

Dal punto di vista grafico, il concept della confezione comunica in modo evidente ed efficace la parte dell'organismo coinvolta, il tratto intestinale stilizzato e metallizzato; specifica la versione con un codice colore chiaro che attraversa in orizzontale il layout





Farmaci falsi: a caccia di alieni

Produttori, distributori, farmacisti e forze dell'ordine hanno necessità di interrogare i prodotti ed ottenere risposte certe e complete: il punto di vista tecnologico di Antares Vision

L'11 e 12 ottobre scorsi a Travagliato (BS), Antares Vision ha ricordato con un simposio internazionale la sua rapida evoluzione da spin off universitario, nato nel 2007 dagli amici ingegneri Emidio Zorzella e Massimo Bonardi, ad impresa leader a livello mondiale nel settore dei sistemi di ispezione visiva, tracciatura e gestione intelligente dei dati.



Emidio Zorzella, ceo e socio fondatore di Antares Vision.



Il quartier generale di Antares Vision a Travagliato, vicino a Brescia.

Alleati dell'IoT

In queste tecnologie, che sono alla base dello sviluppo della connessione e del dialogo digitale fra processi, prodotti e persone (IoT), Antares Vision ha investito con hardware e software creando eccellenze globali come il primo sistema di ispezione integrato sulle macchine di confezionamento dei farmaci realizzato con telecamere intelligenti, il primo impianto di serializzazione certificato in Europa e il primo modulo compatto di tracciatura al mondo che integra funzioni di packaging avanzate.

Con tre unità produttive in Italia, cinque filiali estere, un fatturato 2016 di 58,5 milioni (45,3 milioni nel 2015), EBITDA di 13,2 milioni (10,9) e un utile netto di 9,3 (7,2), Antares Vision ha annunciato che il 2017 si dovrebbe chiudere con un fatturato di 100 milioni; inoltre, entro fine anno saranno aperte la sesta filiale estera a Mumbai

e un centro R&D a Galway, in Irlanda. Dei 400 collaboratori, 150 sono stati assunti fra il 2016 e quest'anno; il 60% è laureato. Fornitrice globale di 5 delle 10 principali aziende farmaceutiche mondiali, Antares Vision ha in funzione oltre 20.000 sistemi d'ispezione che monitorano ogni giorno i processi;





con nuove tecnologie

I sistemi di tracciatura sono in funzione su 1.300 linee di produzione e packaging in più di 200 impianti industriali; la serializzazione ogni anno viene fatta con sistemi Antares Vision su oltre 5 miliardi di confezioni.

Impatti sociali ed economici

Le competenze e le tecnologie messe a punto da Antares Vision in questi dieci anni toccano il tema forse più importante di tutta la riflessione sulla sostenibilità: la contraffazione del farmaco genera ricadute sull'economia di aziende e stati, da una parte, e sulla salute pubblica dall'altra, in modo particolare sulle economie e le società di paesi poveri o in via di sviluppo. Il packaging, come forse in nessun altro settore merceologico, assume nel farmaco un'importanza strategica perché è il contesto di riferimento per prevenire, contrastare e svelare il crimine legato ad un prodotto contraffatto: ecco il motivo che ha spinto Vision a centrare il simposio proprio sull'anti-contraffazione.



La dimensione economica del problema

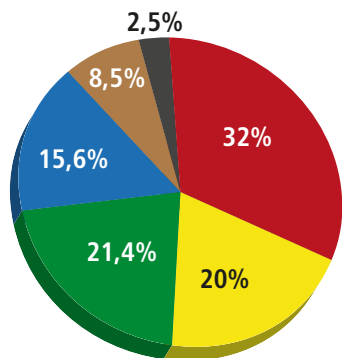
OCSE (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico) è la fonte di riferimento per misurare il fenomeno: nel suo Report 'Illicit Trade Converging Criminal Networks' dell'aprile 2016 si stima che il valore di mercato dei farmaci contraffatti sia di 200 miliardi di dollari ma riferito al 2010. Considerando che nel 2002 il numero di eventi criminosi era stato di 196 e che nel giro di 11 anni si è decuplicato (2.177), non è difficile ipotizzare che quei 200 miliardi possano essere lievitati verso la soglia dei 300. L'accelerazione è direttamente proporzionale alla crescita degli acquisti on line, un canale distributivo in rapida diffusione e difficile da controllare perché mette in contatto diretto distributori senza scrupoli e cittadini, anche se non è soltanto internet l'ambito in cui si consumano gli eventi criminosi.

Salute a rischio ma non solo

Le stime economiche si limitano al valore commerciale del farmaco originale rispetto al farmaco contraffatto o non conforme, ma non considerano altri due tipi di danni: quello economico connesso agli investimenti in azio-



Massimo Bonardi, direttore generale e socio fondatore di Antares Vision.



I RISCHI PER LA SALUTE PUBBLICA (tipo di azione criminosa su 2.177 casi)

Assenza di principio attivo	32%
Quantità non corretta di principio attivo	20%
Ingredienti sbagliati	21,4%
Quantità di principio ok ma pack falso	15,6%
Presenza di contaminanti e impurità	8,5%
Altre non conformità	2,5%

Fonte: Pharmaceutical Security Institute-2014

ni e tecnologie messi in campo dalle aziende farmaceutiche per proteggersi e prevenire, e i danni economici e sociali ai cittadini, che perlopiù inconsapevolmente assumono farmaci non efficaci. Infine, è da considerare il danno di reputazione: cittadini-pazienti diffidano dei sistemi sanitari, delle aziende, dei farmacisti, dei medici, dei distributori.

A Domenico Di Giorgio, Head of Inspection & Certification Department di AIFA (Agenzia Italiana del Farmaco) Antares Vision ha pertanto chiesto di aprire i lavori con un contributo dedicato al tema "Il crimine farmaceutico: attività di contrasto e casi di studio".

Quali strumenti?

Il primo è indubbiamente la normativa condivisa fra stati: la Convenzione Medecrime del Consiglio d'Europa (sottoscritta dall'Italia nell'ottobre del 2011) non è ancora stata ratificata ma permetterà di criminalizzare in maniera adeguata almeno alcune delle condotte più pericolose. Nel frattempo la cooperazione fra stati sull'applicazione della normativa vigente è strategica (per esempio, il progetto europeo Fakeshare, guidato da AIFA, e la Conferenza dei Servizi sulle e-pharmacies), come pure la cooperazione tra amministrazioni sanitarie e magistratura. Anche in paesi 'a maglie strette' come l'Italia, dove è sempre più difficile far circolare farmaci contraffatti,

si utilizzano canali alternativi a quelli legali quali l'e-commerce, i centri benessere, i centri sportivi e i sexy shop: il farmaco falso e quello illegale sono gestiti da strutture organizzate, non da singole persone, che studiano di volta in volta canali e flussi idonei per veicolare prodotti rubati, alterati, imitati.

Il ruolo delle tecnologie

Come la normativa richiede la cooperazione fra i vari attori della supply chain per essere efficace, così l'automazione richiede che il prodotto e il suo packaging vengano gestiti in modo integrato da monte a valle per poter contrastare l'illegalità. Emidio Zorzella, ceo di Antares Vision, ha sottolineato la necessità di un approccio olistico alla tecnologia: "Occorre prendersi in carico la gestione del farmaco a partire dal prodotto finito quale capsula, pastiglia o polvere che sia e, passando per il confezionamento primario e secondario, comprendere il confezionamento finale e il pallet spedito a ospedali e farmacie; è necessario analizzare nel dettaglio farmaci e contenitori affinché rispettino al 100% gli standard qualitativi richiesti dalle case farmaceutiche per evitare imperfezioni, rotture, crepe o blister rotti. Entro il 2019 entreranno in vigore, in Europa e negli Stati Uniti, le normative che renderanno obbligatoria la tracciabilità di tutti i farmaci: i riflessi sulla contraffazione saranno inevitabili."

Definizione di farmaco falsificato

Conformemente a quanto previsto dall'art. 1, comma nn-bis del D.Lgs. 219/2006, si intende un medicinale che comporti una falsa rappresentazione rispetto a:

- identità (l'imballaggio, l'etichettatura, la denominazione, la composizione in relazione a uno qualsiasi dei componenti, compresi gli eccipienti e il relativo dosaggio);
- origine (il fabbricante, il paese di fabbricazione, il paese di origine, il titolare AIC);
- tracciabilità (la sua storia, i registri e i documenti relativi ai canali di distribuzione utilizzati).

Definizione di farmaco illegale

È un medicinale privo delle necessarie autorizzazioni ai fini della commercializzazione o dell'importazione sul territorio nazionale; la normativa italiana prevede infatti che l'importazione di farmaci da paesi esteri possa essere effettuata solo in determinati casi e sempre in seguito al rilascio di un'autorizzazione all'importazione da parte di AIFA e Ministero della Salute.

La conformità, l'integrità del prodotto e della sua confezione, la sua origine e destinazione, il suo percorso possono e devono essere gestiti con sistemi di visione, ispezione, tracciatura e serializzazione integrati fra di loro: l'obiettivo è generare informazioni precise e complete per poterle associare al prodotto farmaceutico affinché interrogato, risponda alle domande di distributori, farmacisti e forze dell'ordine.

ANTARES VISION SRL

Via Del Ferro, 16 - 25039 Travagliato - BS
Tel. +39-030-7283500



Soluzioni eco-compatibili per l'imballaggio

Dalle resine agli adesivi agli inchiostri: nel packaging sia rigido sia flessibile, BASF offre soluzioni orientate all'innovazione e alla sostenibilità

Firmataria di Responsible Care®, il programma che promuove lo sviluppo sostenibile dell'industria chimica mondiale, BASF è costantemente impegnata a migliorare la compatibilità ambientale dei suoi prodotti lungo tutta la catena del valore.

A tale fine, BASF ha recentemente sviluppato una metodologia, chiamata Sustainable Solution Steering®, per mappare la performance di sostenibilità del proprio portafoglio prodotti. Il Sustainable Solution Steering® permette da un lato a BASF di integrare sempre più la sostenibilità nelle strategie commerciali e nella ricerca e sviluppo; dall'altro, consente di essere ancora più vicini ai clienti, offrendo loro soluzioni innovative che garantiscano un vantaggio competitivo in grado di differenziarli dai concorrenti.

Nell'ambito del settore dell'imballaggio flessibile e rigido, quest'offerta si traduce in prodotti per pack accattivanti e sicuri, in ottimizzazione di materie prime e miglioramento dei processi, in riduzione di tempi e costi di realizzazione, in tecnologie di stampa sostenibili.

La gamma è molto varia e comprende prodotti utilizzati nella maggior parte delle industrie del converting o fornitrici di materie prime per il packaging come la produzione e il trattamento della carta o delle materie plastiche.

L'offerta di BASF segue il trend della sostenibilità anche per quanto riguarda le tecnologie di stampa e accoppiamento che consentono il passaggio dai tradizionali processi basati su solventi a quelli base acqua, garantendo le



prestazioni delle soluzioni tradizionali.

Accanto ai prodotti per la stampa, BASF ha messo a punto polimeri ecocompatibili da risorse rinnovabili e compostabili funzionali alla produzione di imballaggi sia flessibili sia rigidi. Presente in Italia dal 1946 con 12 centri di cui 8 siti produttivi, circa 1.400 dipendenti e un giro d'affari di 1,7 miliardi di euro nel 2016, BASF ha un fatturato globale di 58 miliardi di euro e impiega 114.000 collaboratori in più di 80 paesi nel mondo. www.basf.it ■



Svolta 'bio' nel packaging della nuova pasta bio

Sarchio, attiva da 35 anni nel food biologico, investe nella pasta, nel film in PLA e in nuovo stabilimento disegnato secondo criteri di sostenibilità ambientale e sociale



Sarchio spa, dal 1982 specializzata in prodotti alimentari biologici, senza glutine e vegan, ha presentato al mercato a settembre una linea di pasta biologica di grano duro, integrale e di farro, in 13 formati. Fino ad oggi per Sarchio la pasta costituiva un settore di minor importanza rispetto ad altri alimenti, quindi per il lancio, oltre alla gamma, ha voluto rafforzare l'investimento in questo settore denso di concorrenti scegliendo una confezione compostabile in PLA con l'obiettivo di distinguersi: allineare anche il packaging al valore di rispetto dell'ambiente insito nel prodotto biologico.

Il fornitore di Sarchio ha allestito un film di PLA a 30 micron di spessore, stampato con inchiostri biodegradabili, limitando il più possibile il numero dei colori. Conforme alla norma EN 13432, la confezione è dichiarata biodegradabile in evidenza sul lato frontale, al centro.

Il fattore costo

"Il maggior costo del film in PLA, di circa il 20%, si aggiunge alle basse rese delle coltivazioni biologiche dei due cereali – sottolinea Sandra Mori, responsabile marketing – Quindi per un produttore di alimenti biologici introdurre materiali d'imballo sostenibili è un'operazione delicata, soprattutto per prodotti con margini inferiori ad altri come la pasta secca." Il vantaggio di iniziare con le paste secche è duplice: il prodotto è privo di umidità, non dà problemi di interazione con polimero di nuova generazione; poi, il packaging della pasta non



richiede a livello cromatico troppi colori, quindi si possono usare pochi inchiostri. I test di macchinabilità hanno dato esito positivo.

In futuro altri prodotti

“Al momento non è stata valutata come necessaria una certificazione di compostabilità - precisa Sandra Mori - Preferiamo concentrarci sul lancio della nuova gamma che costituirà un banco di prova per estendere il ricorso a polimeri ecocompatibili (biobased e compostabili) ad altre categorie di prodotto. Proprio per questo stiamo valutando numerose soluzioni di packaging ecocompatibile: il coinvolgimento di altri prodotti in imballaggi il più possibile green rientra nella strategia di associare il benessere del corpo a quello dell'ambiente.”

Nuova sede, nuovi criteri

Alla coerenza fra packaging e prodotto corrisponde coerenza anche nel modo di gestire l'attività industriale e commerciale quotidiana di tutti i giorni: a Carpi, sempre a settembre, è stata inaugurata la nuova sede in via dei Trasporti 28. L'investimento, reso possibile dal buon andamento di bilancio, nasce in risposta al sisma del 2012 che ha danneggiato gli uffici storici di via dei Barrocciai costringendo a lungo i collaboratori a lavorare nei container. La struttura di 6.000 mq è stata concepita secondo criteri di efficienza energetica e di riduzione degli impatti, con attenzione anche al benessere fisico e psichico di chi ci lavora: è caratterizzata da ambienti luminosi, ampi e confortevoli, con zone ristoro e numerosi spazi verdi interni ed esterni. Spazio alla natura nei materiali e nei colori, soprattutto nei 1.500 mq di area verde bio dove sono coltivati fiori, alberi da frutto e ortaggi a disposizione dei dipendenti.

La nuova sede comprende tre stabilimenti che ospitano uffici, magazzino e sei nuove linee produttive, che si affiancano alle tre rimaste nei 2.250 mq di via dei Barrocciai, per ampliare la gamma di referenze con reparti



riservati esclusivamente ai prodotti senza glutine. Il nuovo impianto fotovoltaico garantisce circa 110.000 kWh/anno, che coprono quasi interamente i fabbisogni energetici. Sarchio ha chiuso il 2016 a 16 milioni di euro (+23%, ma +115% dal 2012 al 2016), una società controllata in Spagna e un fatturato estero ancora modesto (3%) ma con un piano di sviluppo dell'export, come confermato da Cesare Roberto, alla guida di Sarchio quale direttore generale. ■



Bevande più leggere anche nelle tecnologie

Il trend salutistico si accompagna alla ricerca di soluzioni di materiali e processi a impatto ridotto ambientale: spunti e novità da Drinktec+Simei

Con un fatturato globale del packaging (materiali+tecnologie) di 180 miliardi di dollari ed una quota a valore sugli acquisti totali del 20% (850 miliardi di dollari è il mercato mondiale), il settore del bottling non può esimersi dal proporre soluzioni sostenibili in chiave ambientale.

Gli imballaggi primari del beverage sono numericamente e ponderalmente prevalenti rispetto a quelli di altri settori: si tratta di imballaggi perlopiù rigidi, quindi con maggiore ricorso a materia prima; sono associati ad atti di consumo molto più frequenti di altri prodotti; infine nel beverage il sistema imballo+prodotto, a parità di volume, è molto più pesante e quindi comporta maggiore impiego di carburanti di origine fossile e di energia elettrica per la refrigerazione industriale, domestica e nella ristorazione pubblica.

Si può ragionevolmente stimare che il bottling sia responsabile del 35% degli impatti mondiali connessi al packaging in generale. E una conferma di quanto le imprese del settore



siano consapevoli di questo impatto è arrivata dall'ultima edizione di Drinktec, a Monaco di Baviera, rassegna quadriennale specializzata nel processo e nell'imbottigliamento dei liquidi alimentari: alla tendenza verso bevande più salutistiche si affianca la necessità di ridurre la pressione sull'ambiente.

Nelle pagine seguenti COM.PACK presenta una selezione di imballaggi, accessori, tecnologie esposte in grado di prevenire, ridurre o gestire gli impatti ambientali connessi all'imballaggio delle bevande.

Gli imballaggi primari del beverage sono numericamente e ponderalmente prevalenti rispetto a quelli di altri settori: si tratta di imballaggi perlopiù rigidi, quindi con maggiore ricorso a materia prima





+17% di visitatori

L'edizione 2017 di Drinktec si è arricchita e rafforzata grazie all'intesa con Unione Italiana Vini che ha scelto di cooperare con i tedeschi per il proprio salone eno-tecnologico Simej, la cui 27ª edizione si è tenuta all'interno appunto della fiera bavarese. Risultato record di 76.000 presenze da 170 paesi (+10.000 persone; +12% la crescita delle presenze di visitatori stranieri che rappresentano il 67% delle presenze complessive). Gli espositori sono stati 1.749, in arrivo da 80 paesi del mondo.

Dalla bottiglia alla bottiglia

Erema e SIPA hanno creato insieme un sistema a ciclo unico di produzione di preforme, con plastica di qualità vergine, contenenti fino al 100% di PET riciclato. Da due macchine, Vacurema di Erema e Xtreme di SIPA, nasce Extreme Renew, in grado di ridurre i consumi e la produzione di CO₂, ottimizzare i costi di gestione degli impianti, minimizzare l'impiego di spazi all'interno degli stabilimenti produttivi. La prima sezione di Extreme Renew è composta da Vacurema, una macchina che fornisce un prodotto finale ultra pulito, ideale per recipienti a contatto con il cibo. I fiocchi di PET sono trattati ad alte temperature e sottovuoto per eliminare particelle umide e inquinate, garantendo un'efficace decontaminazione e IV values alti e stabili anche prima della fase di estrusione. Inoltre, l'estrusore corto, il filtro che riduce lo stress termico e un secondo filtro portano alla produzione di materiale in linea con le direttive FDA ed EFSA. L'output di Vacurema è poi direttamente collegato ai macchinari SIPA dedicati alla produzione delle preforme e alla soffiatrice. Xtreme è la piattaforma rotativa di



produzione di preforme ad inietto-compresione col TCO più basso del mercato, adatta a progettare e produrre preforme ultraleggere (del 10% rispetto ai sistemi di iniezione tradizionali) e con i più alti rapporti L/T nel settore. Le tecnologie sviluppate dall'azienda italiana permettono di lavorare a bassa pressione nella fase di iniezioni e di ridurre gli stress di movimentazione del materiale, assicurando bassi livelli di AA. Tutto il sistema Extreme Renew è completamente oil-free.



Bottiglie PET più sostenibili



Il processo di stampa diretta Direct Print di NMP Systems, filiale della tedesca KHS, è stato certificato dalla EPBP (European PET Bottle Platform) come completamente riciclabile: la prima certificazione del 2013 è stata infatti riconfermata attestando che le bottiglie PET ottenute con la tecnologia KHS non influiscono sulla qualità dell'R-PET. I test richiedevano l'assenza di contaminazione nell'acqua di lavaggio durante il processo di riciclaggio e l'inchiostro non doveva depositarsi sulle bottiglie frantumate. È stato quindi sviluppato un processo di stampa digitale a bassa migrazione, con polimerizzazione UV LED degli inchiostri per la decorazione sicura di prodotti alimentari. In tema di sostenibilità un ulteriore successo del gruppo tedesco è il Nature MultiPack grazie al quale bottiglie in PET e lattine sono tenute insieme in maniera stabile da semplici punti adesivi che consentono di applicare una maniglia per il trasporto senza più richiedere il film per l'imballo secondario. KHS ha recentemente annunciato lo sviluppo, in collaborazione con il produttore canadese Husky, della bottiglia in PET da 0,5 l più leggera sul mercato (5 g) per l'acqua naturale, pur mantenendo buona presa, stabilità e forma accattivante.

Sistemi di compressione green

SIAD Macchine Impianti per le linee di compressione aria per bottiglie in PET ha presentato un nuovo modello di compressore, frutto di una progettazione durata 16 mesi, con 6 prototipi realizzati e 6 mesi di test. È la gamma VITO, nata per soddisfare la domanda di efficienza energetica, minore impatto ambientale, massima affidabilità e un design che risponda alle esigenze di ergonomia manutentiva ed operativa. La linea Vito fornisce aria compressa a 42 bar, in modalità oil-free e qualità dell'aria conforme alla normativa ISO 8573. I punti di forza sono compressore eco-friendly, verniciatura a polvere priva di solventi, ridotta impronta ambientale, riduzione di peso e volume, minore consumo specifico, riduzione delle emissioni di CO₂, pannelli solari; fra le opzioni, il variatore di frequenza per regolare la portata d'aria secondo le esigenze delle soffiatrici e per aumentare ulteriormente l'efficienza ener-



getica, il pannello di controllo per la gestione contemporanea di più linee di compressione, e il sistema di re-iniezione dell'aria per l'ottimizzazione dei consumi energetici. La cabina insonorizzata di design compatto garantisce facile accesso per manutenzione.

Stiro-soffiatrici a bassi consumi

La nuova stiro-soffiatrice EBS (Electronic Blowing System) Ergon di SMI è stata presentata in configurazione Ecobloc® con una riempitrice elettronica. La nuova serie è il risultato di un progetto di ricerca e sviluppo che ha introdotto innovazioni nel progetto e nella produzione delle nuove soffiatrici rotative. Il modulo di stiro-soffiaggio non necessita di camme meccaniche; ciò consente una precisa gestione della corsa dell'asta di stiro, un accurato controllo di posizione, un significativo risparmio energetico. Le nuove stiro-soffiatrici sono dotate di un forno di riscaldamento preforme dalle dimensioni molto compatte, e il nuovo modulo di riscaldamento monta un sistema di pannelli termo-riflettenti in materiale ceramico ad alta efficienza energetica; tale soluzione assicura un'elevata riflessione del calore generato dalle lampade e una distribuzione più uniforme del calore su tutta la superficie delle preforme.



Riempimento a caldo in PET più leggero

BoostPrime di Sidel è una nuova tecnologia brevettata per la base delle bottiglie PET per evitare l'impiego dei pannelli di rinforzo utilizzati per le bottiglie riempite a caldo con conseguente maggiore flessibilità nel design e leggerezza: la pressione interna dalla base invertita riduce il rischio di deformazione mentre il grande diametro ne aumenta la stabilità. L'eliminazione dei pannelli rende disponibile una più ampia superficie etichettabile anche a sleeve.

BoostPrime è idonea alla produzione in linea e fuori linea in svariate configurazioni produttive per qualsiasi linea di ri-



empimento a caldo, incluso il soffiatore Sidel SBO Universal migliorato grazie a un sistema brevettato di stampo della base. Il Base OverStroke System (Boss), disponibile per le soffiatrici Sidel Matrix, consiste in un pistone attivato nella fase di soffiaggio che colpisce la base; l'inversione della base, che avviene dopo il riempimento, si ottiene tramite un inverter integrato a monte dell'etichettatrice. La soluzione è già in uso in Messico, per il confezionamento di succhi, thè e bevande isotoniche, e negli Stati Uniti per l'imbottigliamento di bevande isotoniche.



Adesivi per etichettatura sostenibile



Henkel ha presentato a Drinktec 2017 la gamma di adesivi Aquence e Technomelt ed i relativi vantaggi in termini di efficienza e affidabilità: la rimozione con acqua consente di ridurre il consumo idrico del 20% e raggiungere una riciclabilità PET del 100% oppure ridurre i rifiuti fino al 30%. Gli adesivi della serie Aquence XP a base acquosa, con formazione priva di caseina, si basano su un polimero appositamente sviluppato per queste soluzioni assicurando migliore stabilità dell'etichetta, possibilità di lavaggio, resistenza a ghiaccio e condensazione di acqua; la formulazione risulta stabile con conseguente maggiore durata sullo scaffale. Gli adesivi a caldo della serie Technomelt per l'etichettatura di packaging in PET, vetro e metallo si distinguono per affidabilità, qualità e risultati. Technomelt EM

132-22 contribuisce alla sostenibilità delle etichette PET grazie alla composizione per il 60% di materiali rinnovabili e alla maggiore efficienza mentre le temperature di applicazione più basse consentono di utilizzare il 15% in meno di energia per il processo; la possibilità di lavaggio assicura la riciclabilità delle bottiglie PET.

Capsule in polimero duttile



Intercap ha presentato Polynature, un innovativo materiale biocompatibile e a impatto zero. Il polimero al suo interno, di origine vegetale al 100%, è stato ideato da G&A Paradigma e realizzato da una squadra di ingegneri, ricercatori e da Intercap. Polynature è riciclabile al 100%, privo di colle e idoneo a norma per il contatto alimentare. Durante il suo processo di produzione non vi è formazione di anidride carbonica, ma solo consumo di energia elettrica. Le emissioni di CO₂ nell'ambiente sono ulteriormente ridotte grazie all'impiego dell'innovativo impianto di recupero dei solventi utilizzati durante la fase di verniciatura, ottenendo così una rilevante riduzione dei consumi di energia che si traducono in un risparmio energetico pari al 20%. Polynature è un polimero duttile, morbido ma al contempo resistente e si presta ad essere lavorato in tutti gli spessori tipici del polilaminato tradizionale.



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



I distretti bio chiamano l'eco-packaging

Un gruppo di contadini bio della zona tra il fiume Oglio e il fiume Po hanno fondato il Distretto Agricolo Biologico del Casalasco-Viadanese, il primo riconosciuto dalla Regione Lombardia. Il ruolo dell'imballaggio sostenibile

Nel panorama nazionale italiano si è assistito alla nascita di numerosi distretti bio, ma il Distretto Agricolo Biologico del Casalasco-Viadanese si contraddistingue dagli altri per il fatto che la Regione Lombardia ha approvato le sue linee programmatiche. Il nuovo distretto agroalimentare bio si trova all'incirca sullo stesso territorio di un distretto avente medesimo nome ma industriale (del legno); riconosciuto anch'esso da Regione Lombardia nel 2001, comprende 13 comuni per oltre 400 km², un territorio abitato da oltre 54.000 persone e con oltre 1.100 imprese. Ma quello nuovo del bio contribuirà al valore aggiunto del territorio, a incentivare l'agroindustria sostenibile e a ridurre emissioni e impatti.

Terra di fiumi

La recente fondazione del nuovo Distretto Bio è la coronazione di un percorso di sviluppo delle aziende agricole bio del territorio iniziato sotto il cappello di Slow Food. Quella tra i fiumi Oglio e Po è un'area a spiccata vocazione agricola, culla di prodotti agricoli tipici di eccellenza come la zucca mantovana, il melone mantovano, il lambrusco viadanese, la mostarda, i prodotti da forno come la Sbrisolona e il Luadel (un pane sfogliato tipico di Pomponesco). Tutti questi prodotti, e non solo, sono ora rappresentati nel distretto dalle circa 15 aziende agricole e dai trasformatori, con dimensioni medio-piccole: si tratta di imprese a conduzione diretta che sono riuscite a collocarsi su segmenti di mercato ad alto valore aggiunto mantenendo una buona competitività.

Il nuovo distretto agroalimentare bio si trova all'incirca sullo stesso territorio di un distretto avente medesimo nome ma industriale (del legno); riconosciuto anch'esso da Regione Lombardia nel 2001...





La funzione di un distretto

Ma a cosa serve il Distretto Agricolo Biologico del Casalasco-Viadanese? Secondo Mimma Vignoli, presidentessa del distretto, contadina e produttrice di lambrusco viadanese sabbionetano "Serve innanzitutto a promuovere la cultura del biologico per contribuire ad una diffusa conversione dall'agricoltura convenzionale a quella bio, supportando i produttori con soluzioni aggregative che li aiutino a condividere sforzi e fabbisogni formativi. Incentivare l'agricoltura biologica significa presidiare il territorio, quindi offrire un servizio a tutti i cittadini."

Altro ingrediente fondamentale per modificare lo scenario è la produzione locale degli alimenti (filiera corta), che valorizza le diversità territoriali, e uno sviluppo agricolo attento alla sostenibilità ambientale, economica e sociale. "È difficile pensare che le imprese possano coniugare singolarmente la propria attività e le nuove frontiere di sostenibilità considerando la biodiversità, le energie rinnovabili, l'uso razionale e a basso impatto dell'acqua."

Inoltre è importante cercare di favorire rapporti più equi nella filiera, sviluppando nuove relazioni dirette tra agricoltori, cittadini, operatori turistici, associazioni e pubbliche amministrazioni grazie a modelli distributivi alternativi come filiera corta, gruppi di acquisto, mense scolastiche bio e acquisti verdi di ospedali e servizi pubblici.

Contadini 'custodi'

Valter Cavalli, produttore biologico storico del territorio e socio fondatore del distretto, ha ben chiaro il ruolo del contadino bio in una società che cerca di selezionare e standardizzare tutto: "Il nostro compito è quello di 'contadini custodi', chiamati a conservare, attraverso il nostro lavoro, il paesaggio, la natura e la biodiversità che sono il fondamento della nostra salute e della stabilità delle relazioni naturali: la vita degli esseri viventi è dipendente dalla diversità degli organismi che vengono preservati dalle coltivazioni senza l'uso della chimica.

Insieme ad un'altra contadina, Rosa Zeli, custodiamo i meloni di varietà antiche e zucche permettendo a tutti di gustarli freschi, o come la mostarda, e devo dire che stanno riscontrando un grande successo. Questo è l'esempio concreto di contadino custode."

Il ruolo dell'eco-packaging

È molto raro che l'imballaggio dialoghi con le imprese del territorio per dare soluzioni locali orientate alla sostenibilità ambientale e sociale. Primo Barzoni di Palm, produttore di eco-imballaggi in legno, ha aderito al bio-distretto, anche se non lavora la terra. "Ho fondato nel 2003 Palm WP, una Cooperativa Sociale Onlus impegnata nello sviluppo etico del lavoro come valore umano e professionale, al fine di integrare le categorie socialmente svantaggiate. Il design e l'upcycling, in armonia, propongono oggetti utili per ogni occasione e soluzioni d'arredo anche commerciali, che con il brand Palm Design valorizzano il legno in eccedenza da lavorazioni industriali proveniente da filiere certificate e legali PEFC e FSC. L'estetica del pallet è quella di un'icona del minimalismo industriale che, applicata a progetti per arredi di casa, ufficio, giardino, porta con sé tutta la forza e i principi dell'eco-design. È modulabile, aggregabile, smontabile. Ogni suo pezzo è riciclabile o sostituibile. È l'esempio indiscusso di un'economia circolare e di un approccio di riciclo creativo che favorisce scelte di acquisti consapevoli.

Secondo Barzoni di Palm, il biologico è uno strumento che va oltre alla mera applicazione agricola: è agente di sviluppo eco-sostenibile del territorio, di innovazione sociale, territoriale e culturale. Il Distretto Agricolo Biologico del Casalasco-Viadanese, attraverso la filosofia del biologico, punta a diventare un esempio tangibile di una green economy e uno stile di vita responsabile. Proprio in questo contesto le cooperative sociali, i contadini bio, i cittadini e tutto il territorio si trovano in sintonia per perseguire un futuro più sostenibile." (di Nora Pini, ingegnere ambientale) ■



***Il Distretto
Agricolo Biologico
del Casalasco
Viadanese,
attraverso la filosofia
del biologico, punta
a diventare un
esempio tangibile di
una green economy
e uno stile di vita
responsabile***

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^o 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





L'Argentina s'impegna in prevenzione e riciclo

Attivo un piano ministeriale ispirato al progetto FAO e che coinvolge in modo integrato l'industria del packaging, gli utilizzatori e il mondo del recupero

La 15ª edizione della Fiera Envase, Alimentek, Farmatek 2017, svoltasi a Buenos Aires lo scorso agosto, è stata l'occasione per fare il punto sulle tendenze, anche in fatto di ambiente, di uno dei più importanti mercati del sud America. I sei padiglioni e gli oltre 28.000 visitatori confermano una ripresa economica nel Paese, che si prevede registrerà una crescita tra 2,4% e 2,8% nell'arco dell'anno in corso. Alla mostra hanno partecipato circa 350 aziende, a supporto di un settore che pesa l'1,6% del PIL argentino e costituisce uno degli assi di sviluppo del paese. Secondo l'IAE, Argentina, Brasile e Messico concentrano il 77% dei consumi d'imballaggio dell'area latino-americana: l'Argentina per il 9%, il Brasile per il 41% e il Messico per il 28%, per un totale di 386 milioni di abitanti. In



crescita il ruolo del Cile, con 18 milioni di abitanti e circa 2 milioni di tonnellate di imballaggi immessi al consumo.





In Argentina esistono già iniziative come il riciclo di bottiglie in PET e la produzione di bottiglie con percentuali di materiale riciclato: è diffusa la raccolta di carta e cartone

Non solo riciclo

A sottolineare il fatto che la sostenibilità è meno rilevante rispetto ad altre nazioni sudamericane, l'IAE-Instituto Argentino del Envase ha promosso tramite la fiera un seminario su 'imballaggi e ambiente' al quale hanno partecipato legislatori, aziende utilizzatrici e produttrici di imballaggi insieme ad imprese specializzate nel riciclaggio, che hanno chiesto di essere coinvolte nella definizione di una legge nazionale riguardante l'estensione della responsabilità del produttore e il piano integrato di gestione, recupero e riciclaggio dei rifiuti. In Argentina esistono già iniziative come il riciclo di bottiglie in PET e la produzione di bottiglie con percentuali di materiale riciclato; è diffusa la raccolta di carta e cartone. Entrambe queste filiere negli ultimi 17 anni hanno permesso di intercettare le materie prime secondarie e avviarle al riciclo. Numerose le aziende della raccolta e del riciclo che hanno promosso il progetto "zero rifiuti", ma la sostenibilità richiede una visione integrata che parta dalla progettazione, passi per la distribuzione e consideri l'ottimizzazione delle risorse.

Il packaging contro il food waste

A sostegno di ciò, l'IAE contribuisce alle iniziative di cooperazione globale della FAO, volte a ridurre gli sprechi alimentari lungo la catena di approvvigionamento, dove il ruolo degli imballaggi svolge un ruolo primario nel-

la riduzione delle percentuali elevate di cibo che non raggiungono il consumatore, o che vengono scartate prima del consumo con la conseguente perdita di investimenti sui materiali di origine fossile, minerale o rinnovabile. La promozione e le azioni dell'iniziativa Save Food sono state al centro delle attività istituzionali di questa edizione di Envase-Alimentek-Farmatek 2017, rafforzando l'impegno delle componenti sia pubblica sia privata della società argentina nella lotta contro lo spreco alimentare.

L'impegno del ministero agroalimentare

L'iniziativa Save Food è promossa da aziende del settore in collaborazione con il Ministero dell'Agroindustria, nel quadro del programma nazionale per la riduzione degli sprechi di cibo e di rifiuti e della campagna Let's Value Food. Il principale obiettivo è quello di promuovere un sistema alimentare efficiente e sostenibile: si stima che in Argentina ogni anno vadano persi 16 milioni di tonnellate di cibo, equivalente a circa 400 kg pro capite, oltre un chilogrammo al giorno per persona. Il sottosegretario della sezione Alimenti e Bevande del Ministero dell'Agroindustria, Mercedes Nimo, ha espresso soddisfazione per le dichiarazioni dei rappresentanti della FAO e dell'Unilever che hanno confermato il ruolo dell'Argentina alla guida in Sudamerica per questa iniziativa.





I punti del programma

Il programma nazionale per la riduzione degli sprechi di cibo e di rifiuti si sviluppa in tre direzioni: politiche e collaborazioni; ricerca, tecnologia e conoscenze; informazione e comunicazione. Tutti gli operatori della catena alimentare sono invitati a prendere misure per ridurre gli sprechi di cibo, modificando sistema di gestione e comportamenti. Le principali aree di intervento auspiccate e sostenute riguardano:

- miglioramento della pianificazione della produzione orientata al mercato;
- promozione di pratiche produttive efficienti per lo sfruttamento delle risorse;
- miglioramento delle tecnologie di conservazione e imballaggio;
- migliore gestione dei trasporti e della logistica;
- crescente consapevolezza delle abitudini degli acquisti e di consumo;
- garanzia a tutti gli attori della catena, comprese le donne e i piccoli produttori, di ricevere congrua parte dei benefici.

Queste azioni solitamente richiedono investimenti del settore privato. Le organizzazioni pubbliche da sole non possono ridurre gli sprechi di cibo, ma sono indispensabili quando si tratta di agevolare le azioni del settore privato nei seguenti campi:

- creazione di un quadro politico e istituzionale favorevole;
- creazione di un clima favorevole agli investimenti;
- sensibilizzare e promuovere;
- sviluppo di partenariati e alleanze;
- supporto per prodotti e processi innovativi;
- costruire capacità nella supply chain e a livello istituzionale.

L'iniziativa FAO Save Food è supportata da altre organizzazioni delle Nazioni Unite, in particolare il Programma Alimentare Mondiale (WFP), il Fondo Internazionale per lo Sviluppo Agricolo (IFAD) e il programma di sviluppo del-



le Nazioni Unite per l'ambiente. Queste organizzazioni lavorano insieme in sintonia con il Segretariato Generale delle Nazioni Unite per vincere la sfida Fame Zero, il cui quinto punto afferma 'zero rifiuti alimentari e perdite post-raccolto'. (di Maria Loreto Valdés A., *packaging consultant*, Member of IPPO, loretovalde@gmail.com) ■

SAVING NEL COMMERCIO ELETTRONICO

Interventi sugli imballaggi terziari usati nell'e-commerce sono fra le azioni più recenti e innovative sul mercato argentino. Per esempio, la sostituzione dei nastri adesivi in plastica con nastri in cellulosa idrosolubile, riciclabile al 100% (carta kraft), come quelli fabbricati da De Ra S.A. Questi nastri evidenziano anche la manomissione dei sigilli di scatole e conseguente furto, per cui sono richiesti da aziende come Pepsico e Puma per le scatole da loro usate per la distribuzione, sia per prodotti deperibili che non, registrando così a livello privato dei miglioramenti ambientali nella catena di imballaggio.

Biometano: la tecnologia fa la differenza

Accanto a politiche di incentivo e a normative settoriali, servono processi e impianti capaci di valorizzare diverse qualità di biomasse, di recuperare CO₂, di liquefare il biometano



Il mercato del biometano interessa i produttori di ecopolimeri compostabili, di imballaggi rigidi e flessibili compostabili, l'industria alimentare, la grande distribuzione, la ristorazione commerciale e collettiva, i comuni, le multiutility, le società di compostaggio.

In occasione di Ecomondo, Air Liquide, specializzata nel settore dei gas per l'industria, la sanità e l'ambiente, dedica il proprio spazio espositivo ad illustrare tecnologie ed approfondire le opportunità nel settore del biometano, in linea con due dei temi-chiave della 21^a edizione del salone: la bioeconomia circolare e la gestione e valorizzazione dei biorifiuti.

Alla vigilia di un mercato pronto a svilupparsi nei prossimi anni, Air Liquide si propone come fornitore di soluzioni integrate, e quale socio del Consorzio Italiano Biogas (CIB) promuove il concetto di sostenibilità: ad esempio, per l'alimentazione dei biodigestori, favorisce l'utilizzo di sottoprodotti agricoli e zootecnici, colture

marginali, secondi raccolti, scarti dell'industria alimentare, frazioni organiche dei rifiuti urbani e, contemporaneamente, disincentiva l'uso di colture ad uso prettamente energetico.

Presente in 80 paesi con circa 65 mila collaboratori e oltre 3 milioni di clienti, il Gruppo Air Liquide ha sviluppato soluzioni integrate su tutta la filiera biometano, dall'upgrading del biogas alla purificazione, liquefazione, distribuzione, fino alle stazioni di rifornimento (bio LNG, bio CNG) per autotrazione. Con una capacità installata di 160.000 m³/ora, Air Liquide ha progettato ed implementato in tutto il mondo circa 50 unità di purificazione per trasformare il biogas in biometano; è in grado anche di sviluppare le tecnologie di recupero della CO₂ e metanazione della stessa.

L'esperienza in criogenia ha consentito la messa a punto di tecnologie di liquefazione che consentiranno di proporre il green label 'Bio' anche nel mercato LNG. L'integrazione di queste possibili soluzioni costituisce un esempio di economia circolare, che può contribuire a ridurre le emissioni di gas serra e che potrebbe contribuire all'obiettivo 'zero emissioni' in un modello di mobilità sostenibile. ■

L'esperienza in criogenia ha consentito la messa a punto di tecnologie di liquefazione che consentiranno di proporre il green label 'Bio' anche nel mercato LNG

DOSSIER

BILANCI DI SOSTENIBILITÀ

Dichiarare i propri impatti aiuta l'impresa, i cittadini, l'ambiente. I bilanci di sostenibilità favoriscono l'equilibrio fra impresa, benessere e futuro

QUANTA CO₂ PRODUCI OGNI MESE?



CSRHub	54
Ricrea	58
CiAl	60
Rilegno	62

Improving sustainability through ESG performance

CSRHub aggregates ESG (environmental, social and governance) metrics from 500 sources to evaluate corporate performance and highlight the best sustainability investments

CSRHUB®

Corporate Social Responsibility Business Intelligence



CSRHub was founded in 2007 and is now the world's largest CSR/ESG ratings and information database. As a B Corporation, our mission is to offer a public, affordable, and standardized measure of company ESG (environment, social and governance) performance that empowers our users to improve corporate sustainability. CSRHub hopes that our broad, deep, and transparent CSR metrics and information

will make progressive corporate social responsibility a norm that sustains businesses, society and our planet.

CSRHub rates 17,500+ companies from 135 industries in 133 countries. Our Big Data platform uses a patented algorithm to aggregate, normalize and weight environmental, social and governance (ESG) metrics from over 500 sources to produce a strong, harmonized signal on corporate performance. CSRHub's ratings are considered a "consensus score".

CSRHub's business intelligence system measures the ESG business impact that drives corporate and investor sustainability decisions. Research using our data has shown that strong performance on CSR / ESG (Environmental, Social and Governance) issues:

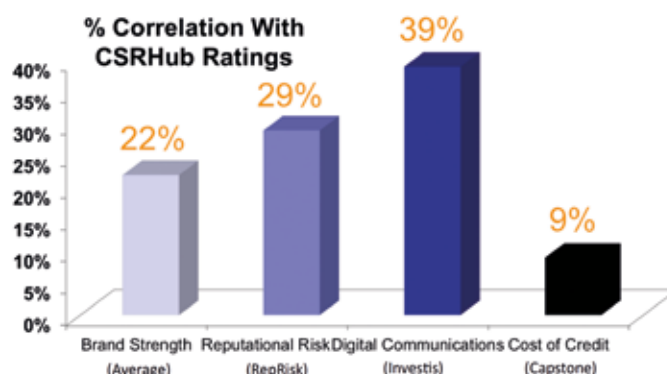
- improves brand strength
- reduces reputation risk
- cuts financing costs
- benefits digital communications.

Our metrics efficiently show which sustainability investments add the most value, pinpoint areas of concern, and benchmark the effectiveness of ESG programs against those of other companies.

CSRHub Patented Technology Has Built a Large Base of Consistent Metrics



CSR/ESG Performance Has Strong Benefits



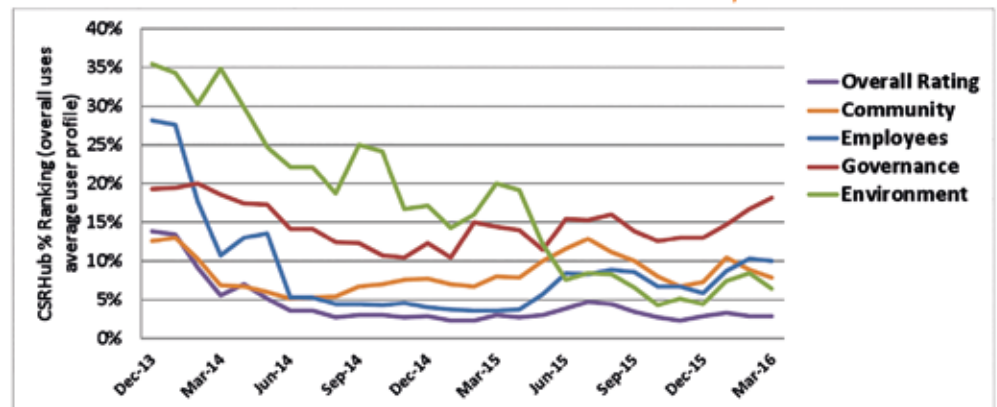
CSRHuB Supply Chain Use: Cut Risks, Identify Strengths

Company Name	# of Sources	Country	Overall	Vs Country	Vs Industry
Microsoft Corporation	76	USA	92%	97%	92%
Procter & Gamble Company	74	USA	73%	83%	80%
CARGILL, INCORPORATED	21	USA	62%	73%	71%
Samsung Electronics Co. Limited	45	South Korea	62%	56%	73%
Google, Inc.	57	USA	62%	73%	63%
Panasonic Corporation	31	Japan	57%	77%	36%
Olam International Limited	18	Singapore	50%	71%	49%

**Make a
“heat map”
of suppliers**

**Make changes,
track progress**

CSRHuB % Rank Over Time for Amazon.com, Inc.



CSRHuB aggregates data from over 500 sources. These sources include data from thirteen leading ESG analysts firms' databases from the United States, Europe and Middle East, a wide range of non-governmental organizations, ESG indexes, crowd sources, government agencies, and major publications. We provide 12 indicators and more than 130 million detailed data points on employee, environment, community, and governance performance. Users can drill down to see which source and what data elements underly each indicator.

Environmental, social and governance (ESG) data have gained mainstream traction over the last two decades. A broad range of people — from consumers and employees to investors, business leaders, researchers and civil society — engage with ESG information for a variety of reasons. CSRHuB's

data is used by company managers, consultants, analysts, financial advisors, accountants, nonprofits, foundations, universities, and both consumer and business application developers. Thousands of people use CSRHuB's data to analyze and benchmark company CSR performance, manage ESG rating agencies, rate suppliers in their value stream, understand community and stakeholder communication needs, develop partnerships, and create investment strategies that incorporate measures of societal value.

With a steady increase in corporate reporting on ESG factors and growing demand for this information in the investment marketplace for ESG integration, so-called “extra-financial” data is an important global trend.

Cynthia Figge, CEO and Co-founder of CSRHuB has spent over 20 years in the sustainability movement. The first ten

ARRIVA IL RATING ESG: AMBIENTALE, SOCIALE, GOVERNANCE

Le informazioni sui dati ambientali, sociali e di governance (ESG) dell'impresa hanno acquisito importanza crescente tanto da essere oggi usati da consulenti, analisti, manager e università per analizzare le prestazioni aziendali, gestire i fornitori, comprendere le comunità e le esigenze comunicative, sviluppare alleanze, creare strategie di investimento...

Tra i player del settore, CSRHub è considerato il maggiore database informativo e di rating CSR/ESG. La società fornisce uno strumento standardizzato ed economico per misurare le prestazioni ESG dell'impresa che intende migliorare la propria sostenibilità aziendale.

Strumento di lavoro è una piattaforma big data basata su un algoritmo brevettato per aggregare, normalizzare e quantificare le metriche ESG di oltre 500 fonti, inclusi i dati dei database dei tredici principali analisti ESG statunitensi, europei e medio-orientali, oltre a quelli di agenzie governative, indici ESG e pubblicazioni specializzate, fornendo 12 indicatori e oltre 130 milioni di data point sulle prestazioni relative ad addetti, ambiente, comunità e governance. Il risultato è un segnale forte e armonizzato delle prestazioni aziendali risultante in un 'punteggio di consenso': a oggi CSRHub ha valutato oltre 17.500 imprese di 135 settori industriali in 133 Paesi.

È stato infatti dimostrato che le imprese che investono nella sostenibilità migliorano il brand, riducono il rischio di cattiva reputazione, tagliano i costi finanziari e traggono vantaggio dalla comunicazione digitale.

Building a Feedback Loop



years were about helping the corporate sector understand the business case. "We had to create a new model to show business leaders how transformative CSR could be." Since then, the trend line on companies tracking and reporting their sustainability performance has rapidly risen. Ninety-three percent of the largest 250 companies in the world issue CSR reports. 75 percent of global investors indicate that they use ESG information to make decisions. **Twenty-two percent of professionally managed assets** in the U.S. are

invested using ESG criteria, a 33 percent increase from 2014 to 2016. Millennials rate ESG highly, and are more likely to divest from bad companies and want jobs with companies with values that match their own.

With an increasing quantity of data and growing interest in using it, the quest for meaningful data is becoming more important. ESG data consist of millions and millions of data points, which are gathered and reported in numerous ways, scattered across hundreds of different sources. The data is big, complex, and disparate. "Data that are analyst-driven are based on each company's methodology and proprietary way of doing research, and, increasingly, based on what is publicly available," says Figge. "We are all relying on information that companies self-disclose in a primarily voluntary market."

Because of CSRHub's algorithm, CSRHub is able to work with very disparate, and often conflicting sources of data. We look at congruence between sources, which is typically pretty low. This process of aggregation, correlation, map-

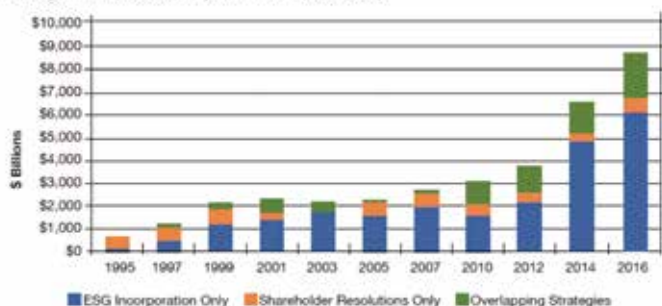


Most Large Companies Will Be Affected By These Standards



Sustainable Investing is Growing Rapidly

Now represents almost 22% of all US-domiciled assets under professional management (tracked by Cerulli Associates)



ping and weighting information gives us more data — higher coverage — and in some ways, higher-quality data as well. Our hope is that we increase transparency and access to data, and we change how companies behave.

Several standards efforts are emerging: The **World Federation of Exchanges (WFE)** and **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**, which are investor-focused. The **Global Reporting Initiative (GRI)** and the **Global Sustainability Standards Board (GSSB)**, which serve the interests of a broader range of stakeholders. The **European Union effort** directive The **Science Based Targets** initiative. The **Task Force for Climate-Related Financial Disclosure**.

CSR Metrics Trends Summary

All Companies Must Report, Not Just the Largest

Transparency & Disclosure in Supply Chains

Integration of CSR into Business Intelligence



It takes a lot of work to shift or change a company's performance. CSRHub measures across twelve different subcategories, and a company that does well in one area may fall behind in others. Doing well on all fronts is very difficult for any company. ESG metrics are different than measuring sentiment, or looking at good versus bad press, or risk, which are more immediate-term. Most ESG data is backward looking, and much longer term.

Despite the challenges, CSRHub cofounders are optimistic. We believe that there has been a big shift on ESG thinking. In the past, we thought of ESG screening as a limitation. Now, we're looking at upside potential. As people begin to see more data on the upside potential — things like talent retention, or new business models — it increases the value and understanding of sustainable business.

CSRHub invites you to visit our website at www.csrhub.com. Our tools and reports simplify analysis and help our users improve their sustainability performance. CSRHub delivers data through subscriptions to its web site, macro-enabled Excel dashboard templates, and a RESTful API (application programming interface). Researchers can see 9 years of historical ratings data.





15 anni di bilanci 'in verde' per l'acciaio

Grazie all'analisi LCC di Conai, misurati i benefici ambientali ed economici connessi al riciclo

In occasione del suo ventennale, il consorzio Ricrea ha presentato i dati elaborati dalla Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile nel documento Green Economy Report 'Dall'acciaio all'acciaio: una perfetta storia di economia circolare' relativi al periodo 2005-2016 delle attività consortili. Nella Parte Seconda del documento sono contenuti i cinque indicatori che rientrano in due categorie:

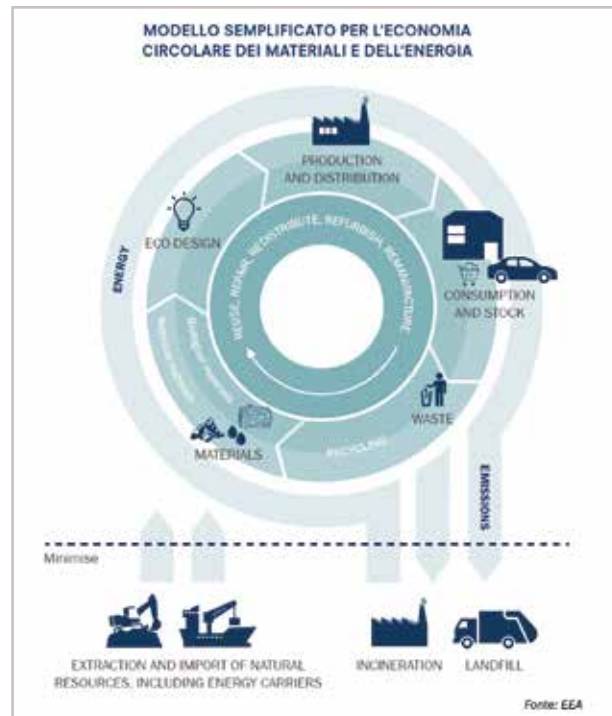
Benefici ambientali

- Materia prima risparmiata da riciclo e rigenerazione
- Energia primaria risparmiata da riciclo e rigenerazione
- Evitata produzione di emissione di CO₂ da riciclo e rigenerazione

Benefici economici

- Valore economico della materia recuperata da riciclo e rigenerazione (benefici diretti)
- Valore economico della CO₂ evitata da riciclo e rigenerazione (benefici indiretti)

I risultati illustrati sono stati ottenuti grazie all'applicazione della metodologia di Life Cycle Costing (LCC) sviluppata nel 2015 da CONAI. Tale metodologia, gestita attraverso uno specifico strumento, consente la valutazione e il monitoraggio dei benefici ambientali e socio-economici generati dal recupero degli imballaggi a livello sia di singola filiera, sia di sistema consortile che di sistema nazionale.



Il risparmio di materia prima vergine. L'impiego di materia prima seconda ottenuta dal riciclo dei rifiuti d'imballaggio non solo riduce il destino in discarica di questi ultimi, ma consente di evitare il consumo di risorse naturali, o meglio, di materia prima cosiddetta vergine. Nel solo 2016, grazie al riciclo e alla rigenerazione degli imballaggi in acciaio, il Consorzio RICREA ha permesso di evitare il consumo di 252 mila tonnellate di materia prima vergine (minerale ferroso), -10% rispetto al 2015. Si osserva un andamento piuttosto irregolare influenzato, tra le altre cose, anche dalla variazione del rapporto tra la quantità di fusti e cisternette avviati a rigenerazione e quella degli altri imballaggi avviati a riciclo. Si evidenzia che nel 2015 sono state risparmiate 280 mila tonnellate di materia prima, registrando il massimo storico. Complessivamente, tra il 2005 e il 2016, l'attività di riciclo dei rifiuti di imballaggio in acciaio provenienti da raccolta differenziata e indifferenziata da superficie pubblica e la rigenerazione di fusti e cisternette da superficie privata svolta da RICREA ha consentito di risparmiare oltre 3 milioni di tonnellate di materia prima vergine.

Il risparmio di energia primaria. Oltre che sul conferimento in discarica e sull'utilizzo di materia prima vergine, il recupero degli imballaggi in acciaio incide, in maniera indiretta, anche sui consumi di energia. L'insieme delle attività che, a partire dal rifiuto, portano alla re-immissione sul mercato

I NUMERI DI RICREA

Nel 2016 il Consorzio RICREA conta **50 MILIONI DI ABITANTI SERVITI**, con un totale di 376 Convenzioni attive. **IL CONSORZIO CONTA 281 CONSORZIATI E 70 OPERATORI DEL RECUPERO** distribuiti sull'intero territorio nazionale.

Nel 2016 il Consorzio RICREA **HA AVVIATO A RICICLO, TRAMITE GESTIONE DIRETTA, OLTRE 200 kt DI IMBALLAGGI IN ACCIAIO**, pari al 56% degli imballaggi in acciaio avviati a riciclo in Italia.

BENEFICI ECONOMICO-AMBIENTALI GENERATI DAL SISTEMA RICREA DAL 2005 AL 2016

119 M€

risparmiati grazie alle emissioni di gas serra evitate.

350 M€

risparmiati grazie alla materia prima recuperata.

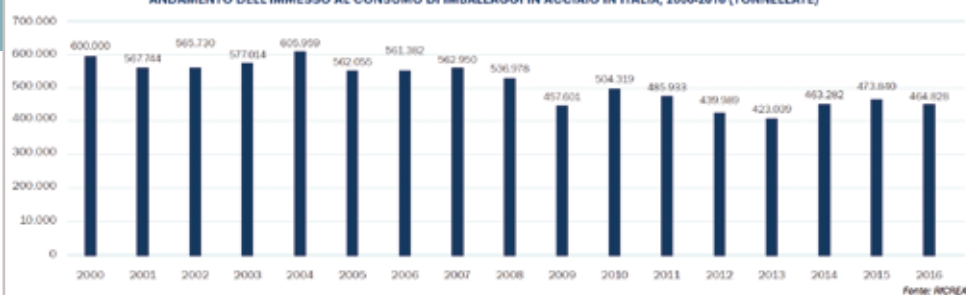
3 Mt

di materia prima vergine risparmiata, pari al peso di 8 mila Frecciarossa ETR1000.

4 Mt

di emissioni di gas serra evitate, pari alle emissioni generate in un anno da circa 1 milione di auto: con percorrenza media annua di 20 mila km.

ANDAMENTO DELL'IMMESSO AL CONSUMO DI IMBALLAGGI IN ACCIAIO IN ITALIA, 2000-2016 (TONNELLATE)



della materia prima seconda sono meno energivore e impattanti delle attività necessarie a rendere disponibile l'equivalente materia prima vergine (dall'estrazione alla lavorazione, al trasporto finale). Nel solo 2016, il risparmio energetico derivante dal riciclo e dalla rigenerazione degli imballaggi in acciaio gestiti da RICREA è stato pari a 1.309 GWh di energia primaria equivalente. Coerentemente ai dati relativi alla materia recuperata da riciclo e da rigenerazione, anche il trend dell'energia risparmiata presenta un andamento irregolare negli anni. Tra il 2005 e il 2016 l'attività di riciclo e rigenerazione ha consentito al nostro Paese di evitare il consumo di energia primaria di circa 19.000 GWh, equivalente al consumo di energia primaria di 11 centrali termoelettriche.

Le emissioni di gas serra evitate. Il settore del riciclo fornisce un contributo importante al contenimento delle emissioni di gas climalteranti in atmosfera dal momento che la sottrazione dei materiali alla discarica e la lavorazione e produzione di materia prima seconda implicano minori consumi di energia e conseguenti minori emissioni atmosferiche. L'avvio a riciclo dei rifiuti di imballaggio in acciaio e la rigenerazione di fusti e cisternette da parte del Consorzio RICREA ha consentito nel solo 2016 di evitare l'emissione in atmosfera di 345 mila tonnellate di CO₂eq. Tra il 2005 e il 2016 sono stati evitati 4 milioni di tonnellate di CO₂eq, equivalenti alle emissioni generate in un anno di circa 1 milione di autovetture con una percorrenza media di 20 mila km annui.

I benefici economici: materia recuperata e CO₂ evitata.

Il beneficio economico del recupero di materia dovuto al riciclo di imballaggi e alla rigenerazione di fusti e cisternette in acciaio è computato attribuendo un valore economico al materiale recuperato. Per tale valutazione è impiegato il valore di mercato dei rottami ferrosi fornito dalla Camera di Commercio di Milano (prezzo medio di rottami frantumati in pezzi di cm 15 massimo in tutte le direzioni, puliti, esenti da scorie e da tornitura di acciaio e di ghisa e rispondenti per densità, contenuto di ferro e impurità alla specifica ex CECA attualmente in vigore (Categoria 33, Voce 50) – Listino Prezzi Ingrosso). Il beneficio economico dell'evitata produzione di CO₂eq dovuta al riciclo di imballaggi e alla rigenerazione di fusti e cisternette in acciaio è computato attribuendo un costo (esternalità) alle emissioni di gas serra dei processi di produzione dei materiali. Per tale valutazione è impiegato il costo per l'emissione di CO₂eq dichiarato nella Direttiva 2009/33/CE, pari a 40 €/t.

Il valore economico della materia recuperata. I benefici generati dal recupero degli imballaggi gestiti non si limitano alla riduzione degli impatti ambientali. Esistono benefici tangibili per il Paese anche in termini economici. Questi possono essere di tipo diretto, connessi ad esempio alla riduzione della spesa per l'importazione di materia prima, sia indiretto, legati ad esempio alla monetizzazione del beneficio ambientale delle evitate emissioni in atmosfera di gas serra.

Economia circolare: il caso dell'alluminio

Il 70% dell'immesso al consumo torna materia prima. L'alluminio del secolo scorso circola ancora in numerosi manufatti, imballaggi compresi

Il Consorzio CiAl opera da vent'anni per garantire l'avvio al riciclo degli imballaggi in alluminio raccolti su tutto il territorio nazionale. Vent'anni di sviluppo e crescita delle raccolte differenziate e del riciclo degli imballaggi, con trend costanti e coerenti con l'evoluzione di sistemi e modelli di gestione sempre più avanzati, sia dal punto di vista della pianificazione sia da quello delle tecnologie, che hanno determinato non solo il conseguimento di tutti gli obiettivi di legge previsti, ma anche il consolidamento di una riconosciuta e meritata leadership del nostro Paese in Europa. Un risultato eccellente che denota, inoltre, come tutto ciò sia stato possibile grazie al contributo e all'azione combinata di istituzioni, imprese, comuni, operatori e cittadini.

Un modello industriale evoluto

In questi venti anni la raccolta differenziata e il riciclo degli imballaggi in alluminio sono cresciuti in maniera costante. Oggi si raccoglie e si ricicla oltre il 70% degli imballaggi in alluminio immessi sul mercato e si sono poste le basi per nuovi e più ambiziosi obiettivi, come quelli che oggi le normative europee in fase di approvazione indicano. I criteri dell'economia circolare sono diffusi ed affermati, ed in questo scenario l'industria dell'alluminio è un modello di riferimento, addirittura propulsivo all'interno del sistema economico perché garantisce e favorisce, direttamente e indirettamente, sviluppo



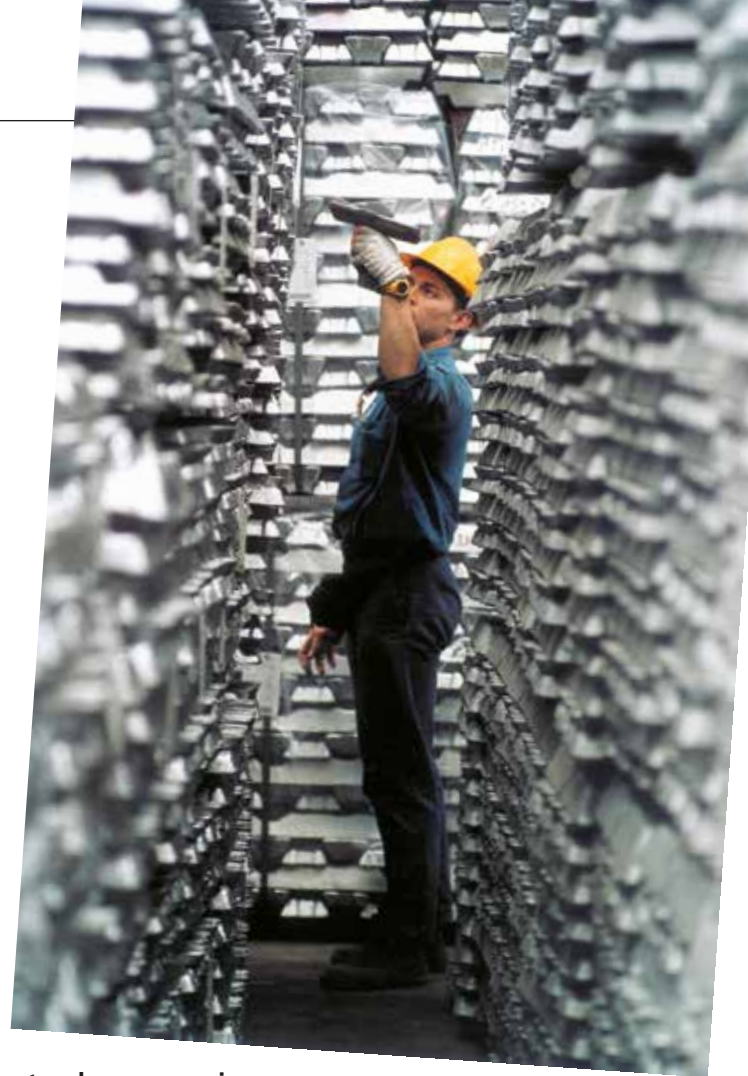
sostenibile grazie all'impiego di materia prima derivante, ormai al 100%, dal riciclo.

Recupero perpetuo

L'alluminio è sempre più percepito come un materiale 'permanente' con il quale è difficile competere in fatto di costi industriali, ambientali ed energetici. La logica del loop, ossia del recupero perpetuo, consente nel nostro caso di mantenere costanti nel tempo le performance chimico-fisiche del materiale e di recuperarle a ogni volta. Chi altro può vantare simili proprietà di up-cycling? Non certo i materiali derivanti da fonti rinnovabili o quelli derivanti da fonti fossili. Questo perché il processo di riciclo dell'alluminio consente un risparmio energetico pari al 95%. Il 5% residuo è quanto serve per ottenere nuovi prodotti in alluminio da alluminio già esistente. In altre parole l'alluminio che abbiamo prodotto nell'ultimo secolo è e sarà disponibile, al termine del ciclo di vita dei prodotti che lo impiegano, per i nostri usi e consumi futuri. La produzione di alluminio primario è necessaria per saturare le richieste incrementali di alluminio che in particolare provengono da nuovi settori applicativi e dalle nuove economie.

Nulla si crea, nulla si distrugge

Va sottolineato che l'alluminio, come anche altri metalli, è un elemento e quindi non può essere distrutto: infatti il



pianeta non ha subito perdite di elementi metallici, semplicemente sono stati spostati e appaiono in forme diverse. L'alluminio è un materiale che può essere trasformato in imballaggi e questi utilizzati per molte altre applicazioni, per produrre altri prodotti in altri settori dall'edilizia all'automobilistico, all'aerospaziale, ecc. Una volta che queste applicazioni raggiungono la fine del loro ciclo di vita, l'alluminio utilizzato può essere riciclato e riutilizzato per essere applicato nella produzione di un altro prodotto. Ciò dà luogo ad un circolo virtuoso.

Metallo dal metallo

In questo scenario CiAl oggi è impegnato in numerosi progetti che seguono lo schema 'metal to metal loop' e il concetto di metallo permanente. Da anni ormai CiAl persegue l'obiettivo 'zero discarica, 100% recupero' e pone un'attenzione particolare, accanto alla raccolta differenziata i cui margini di miglioramento e consolidamento paiono ormai guidati da un trend irreversibile, al recupero di tutte quelle frazioni fini, come accessori, imballaggi e piccoli manufatti che, 'scartati' dagli impianti di selezione perché di piccole dimensioni, fino a poco tempo fa venivano perduti nelle successive fasi di smaltimento. Si tratta di quantità interessanti di alluminio, così come emerso da periodiche analisi effettuate.

Le tendenze prossime

Obiettivi sempre più ambiziosi di riciclo, la dematerializzazione dell'economia e una crescente richiesta di materiali leggeri e applicazioni durevoli impongono che proprio un materiale come l'alluminio, per definizione durevole e permanente, venga raccolto e recuperato anche nelle sue componenti più piccole e fini, dopo la selezione e il trattamento dei materiali da raccolta differenziata, con importanti benefici in termini economici, sociali e ambientali. In linea con gli obiettivi e gli scenari indicati nel nuovo pacchetto sull'economia circolare.





Rilegno, vent'anni di economia circolare

Le attività di riciclo del consorzio sono al passo con gli obiettivi comunitari

Il 2017 per Rilegno è un anno importante: il Consorzio, nato nel 1997 secondo le indicazioni del Decreto Ronchi, ha infatti compiuto 20 anni e festeggia avendo garantito nel 2016 il riciclo di ben 1.627.000 tonnellate di legno. Sono 47mila tonnellate in più rispetto all'anno precedente, pari a un +3,64% che ha permesso di riavvicinare le performances medie al periodo 2007–2011.

Complessivamente, sommando riciclo, riutilizzo e recupero energetico la quota generale di recupero dei rifiuti di imballaggio di legno supera il 63,5%, e consolida il fondamentale contributo di Rilegno nel perseguimento degli obiettivi del sistema italiano.

È una quantità enorme di nuova materia prima che si trasforma 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.

L'attività di Rilegno copre in modo capillare il territorio nazionale, grazie alle 410 piattaforme di conferimento convenzionate.

Oltre all'incremento dei flussi avviati al riciclo tradizionale (appena citati), il 2016 fa rilevare la continua crescita nel settore della rigenerazione dei pallet, arrivato a superare le 721mila tonnellate recuperate, equivalenti a circa 45 milioni di unità reimmesse al consumo previa cernita e/o riparazione.



Per il 2017 previsioni positive

Nei primi otto mesi (gennaio-agosto) il riciclo dei rifiuti di legno direttamente coordinato da Rilegno ha registrato un incremento del 9%: 105.000 tonnellate di imballaggi in più rispetto al 2016, che hanno aumentato il flusso di lavoro delle aziende produttrici di pannello a base legno.

La riparazione dei pallet, vera attività di prevenzione che prolunga il ciclo di vita dell'imballaggio e che viene incentivata da Rilegno, ha risultati di tutto rispetto: si stima un incremento del numero di pallet usati selezionati e riparati reimmessi al consumo sul territorio nazionale superiore alle previsioni di inizio anno.

L'incremento è in parte imputabile alla definizione, da parte di Conai, di una particolare formula incentivante per la regolarizzazione di alcuni obblighi consortili riservata alle micro e piccole imprese operanti la selezione/riparazione di pallet in legno. L'iniziativa, ricordiamo, mirava essenzialmente a ridurre fenomeni di concorrenza sleale tra imprese operanti nello stesso settore.

A fronte delle 721mila tonnellate del 2016, il pre-consuntivo 2017 si stabilizza circa a 745mila tonnellate, con una crescita di 24.000 tonnellate di imballaggi recuperati e reimmessi al consumo.

Il sistema Rilegno non solo intercetta i rifiuti legnosi della movimentazione industriale delle merci, ma ha in piedi un



florido sistema di convenzionamento con i Comuni italiani per garantire l'avvio a riciclo anche delle altre frazioni legnose: nel 2016 Rilegno ha registrato un interesse maggiore da parte del territorio italiano, incrementando rispetto al 2015 di sei punti percentuali la copertura totale, che arriva a 4.429 comuni convenzionati.

Per il 2018, il consorzio intende ulteriormente rafforzare le collaborazioni con i gestori di igiene ambientale pubblica.

RilegnoPhotoContest

RilegnoPhotoContest è il concorso di immagini promosso da Rilegno nel 2017 per valorizzare l'importanza del legno e il suo ruolo nella vita dell'uomo, tra storia e innovazione, aumentando nel pubblico la consapevolezza della eterna sostenibilità della materia legno. Il concorso, che ha richiamato il pubblico della rete, voleva far rispondere a poche domande chiave attraverso le immagini. Rilegno ha ricevuto oltre 580 immagini, tra le quali la giuria ha selezionato 50 scatti, ridotti ulteriormente dal voto on line a 20 immagini finaliste. Alla foto vincitrice viene assegnato un premio di 1.000 euro: le cinquanta immagini sono visibili sulla pagina facebook del consorzio rilegno <https://www.facebook.com/rilegno/>

LA FILIERA DEL RICICLO LEGNO:

	CONSUNTIVO 2016	PRECONSUNTIVO 2017	PROIEZIONE 2018
TOTALE RICICLO	1.703.829	1.768.000	1.798.500
% SU IMMESSO AL CONSUMO	60.61%	60.18%	60.07%
IMMESSO AL CONSUMO in tonnellate	2.811.110	2.938.000	2.994.000





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
Settembre-ottobre 2017 - anno VII - n. 31
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:

Marinella Croci, Luca Maria De Nardo,
Nora Pini, Elsa Riva, Antonio Romano,
Maria Loreto Valdés.

Il copyright delle immagini delle pagine:
49-50-51 e della copertina
appartiene a 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).

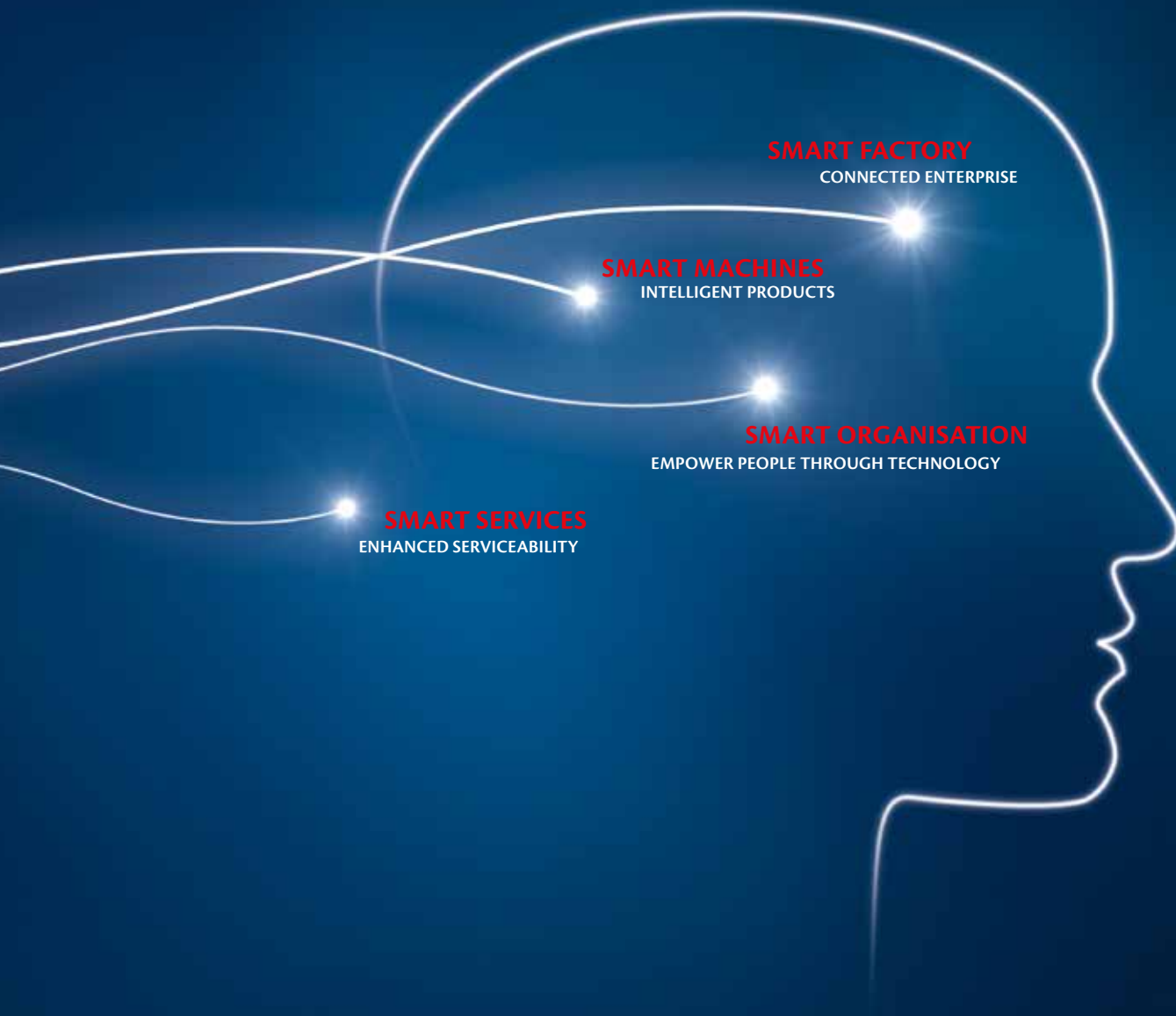
Profilo su <http://com-pack.it/>

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
Padiglione D3 - stand 128

BIOPLASTICS
FOR A BETTER LIFE

