

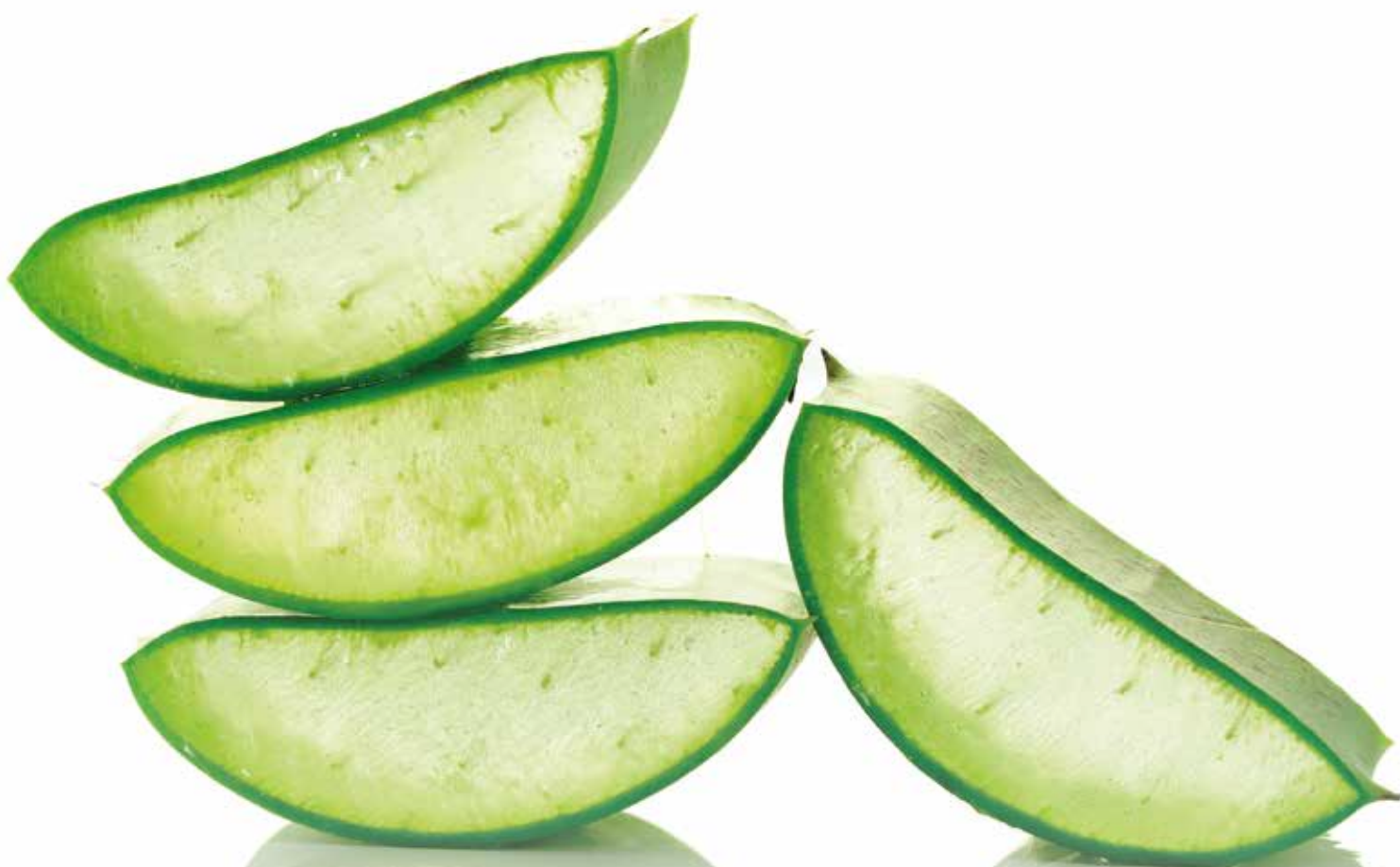
# COM.PACK

IMBALLAGGI ECO-SOSTENIBILI

Numero 40

## ECO PRODOTTI IN ECO PACK

*(convegno a Sana 2019 - 7 settembre - pag. 26)*



### **NORMATIVA**

End of Waste:  
tutte le novità contenute  
nel decreto cosiddetto  
Sblocca Cantieri  
*Pagina 4*


### **RICERCA E SVILUPPO**


Eco rivestimenti dalle bucce  
di pomodoro: con ECOAT  
si sperimentano nuove  
applicazioni su carta e polimeri  
*Pagina 18*


### **TECNOLOGIE E MERCATI**

0 scarti e 0 rifiuti: quella  
dell'imballaggio in legno  
è la prima filiera dove la materia  
non ha un fine vita  
*Pagina 44*



 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>



BIOPLASTICS  
FOR A BETTER  
LIFE



# TECHNOLOGY 4.0 IS NOT AN OPTION ANYMORE. NOW IT'S INSTALLED ON ALL OUR MACHINES.



**Smart Technology** on every machine.  
**Smart Automation** for integrated Line Management.  
**Smart Approach** for Business Intelligence activities.  
**Smart Manufacturing** based on Artificial Intelligence.

To provide you with the back up you need to cross the 4.0 bridge to the future, we have designed the ambitious **Marchesini Group AI Program** where smart technology is standard on every machine.

Discover more  
about our Artificial  
Intelligence Program  
on **marchesini.com**



# AI



# Un convegno sull'eco pack a Sana 2019

In questo numero, lo Speciale Cosmetica raccoglie le esperienze e i criteri di alcune aziende del settore presenti a Sana 2019 alle prese con l'obiettivo di migliorare le prestazioni ambientali del packaging. La galleria di esperienze è la base per un convegno che COM.PACK ha organizzato in collaborazione con BolognaFiere per sabato 7 settembre, durante Sana, e dedicato al tema: **"Eco prodotto in eco packaging: un passaporto per l'export?"**.

Anche le aziende della cosmetica biologica e naturale stanno vivendo la felice stagione dell'export e una scelta studiata in fatto di confezioni a basso impatto potrebbe costituire elemento competitivo nonché argomento della comunicazione. Ma non solo: per coerenza, il mondo del biologico dovrà essere in prima linea nel dibattito e nella ricerca di eco soluzioni per l'imballaggio.

**Vi aspettiamo il 7 settembre, a Bologna, con idee, proposte, suggerimenti.**

*Luca Maria De Nardo*

## STRUMENTI

### Normativa

- End of Waste: una normativa non ancora risolutiva 4

### Analisi e Metodi

- Una strategia extra-ordinaria per l'olio italiano 8
- Determinare la CO<sub>2</sub> è di M.O.D.A... 10

### Ricerca e Sviluppo

- From Agrimax, a new tool for the metal packaging surface 18

### Formazione

- Il passaggio generazionale: criticità o opportunità? 20

- Bellezza e sostenibilità: una strada ancora in salita 42

### Tecnologie e mercati - Speciale Legno

- Il marchio Rilegno sbarca sugli imballaggi in legno 45
- Produzione e acquisti in crescita, importazioni in calo 46
- Conad Sicilia sceglie il noleggio EPAL 51

### Tecnologie e mercati - Chiusure

- Automazione 'smart' per chiusure eco-compatibili 54

### Tecnologie e mercati - Speciale Africa

- Dal cacao al cioccolato 56
- Congo e Angola: svolta agricola e ricerca di packaging 59

## APPLICAZIONI

### Tecnologie e mercati - Speciale Sana

- In crescita il business del biologico 25
- Eco prodotto in eco pack: un passaporto per l'export? 26
- Pack e biocosmesi: esempi di buone pratiche 28

### Tecnologie e mercati

#### Speciale Cosmetica

- Dedicata alla cosmetica, anche italiana 40

## TRE

### Riciclo

- Dai pulper di cartiera una plastica intelligente 62
- Pallet dai cartoni per bevande 63

## RUBRICHE

- Info Tecno 3 - 13 - 17 - 38



## QUANDO LA CARTA CONFEZIONA LA CARTA

SITMA, azienda specializzata nella progettazione e costruzione di macchine, sistemi e linee complete per i settori Packaging, Post-Press e Direct Mailing, ha ospitato a inizio giugno gli "Sharing Days", un'iniziativa incentrata sull'utilizzo della carta come materiale privilegiato per l'incarto. Sostenuta da normative internazionali sempre più restrittive nei confronti dei tradizionali materiali termoplastici, la scelta della carta può rappresentare un'importante opportunità di business, con applicazioni innovative nel settore della logistica e dei beni di largo consumo.

Un esempio concreto in questo senso è l'esperienza fatta da SITMA con il proprio cliente Diffusion Plus, azienda francese distributrice di lettere e leaflet pubblicitari, che ha mostrato il sistema di confezionamento SITMA WM30 impiegato per "Le Petit Quotidien": un magazine in francese dedicato ai bambini che viene distribuito giornalmente dal Gruppo Diffusion Plus.

SITMA WM30 è stata progettata, sviluppata e testata per oltre due anni esclusivamente per la gestione del confezionamento con carta: la macchina può trattare tutte le tipologie di prodotto di cui ha necessità il mercato del Direct Mailing e del Post Press, ottimizzando al massimo i tempi di settaggio e offrendo al contempo performance ai vertici della categoria.




sitma®

## Technology for Sustainability



PAPER?  
Why Not?

We are  
ready!

Discover more on [www.sitma.com](http://www.sitma.com)



# End of Waste: una normativa non ancora risolutiva

**È richiesto agli operatori del settore il coraggio di operare a favore dell'innovazione e della circolarità della nuova economia e avviare tavoli tecnici con le autorità per superare le incongruenze della normativa**



Giuseppe Tempesta, avvocato diritto amministrativo, responsabile area legale di EXSSA.

Il tema dell'*end of waste* (EoW) è disciplinato dalla direttiva UE 2008/98, relativa alla gestione dei rifiuti, modificata dalla direttiva UE 2018/851, che prevede al Considerando n. 2: *"Migliorando l'efficienza nell'uso delle risorse e garantendo che i rifiuti siano considerati una risorsa si può contribuire a ridurre la dipendenza dell'Unione dalle importazioni di materie prime, nonché agevolare la transizione a una gestione più sostenibile dei materiali e a un modello di economia circolare"*.

## Le priorità

L'art. 4 della direttiva 2008/98 ha dettato un ordine di priorità della politica in materia di prevenzione e gestione dei rifiuti, individuando le seguenti attività: prevenzione, preparazione per il riutilizzo, riciclaggio e recupero.

Per prevenzione si intende l'adozione di quelle misure che riducono:

- a) la quantità dei rifiuti, anche attraverso il riutilizzo dei prodotti o l'estensione del loro ciclo di vita;
- b) gli impatti negativi dei rifiuti prodotti sull'ambiente e la salute umana;
- c) il contenuto di sostanze pericolose.

In particolare, un rifiuto cessa di essere tale quando è sottoposto ad un processo di recupero, incluso il riciclaggio e la preparazione per il riutilizzo e soddisfa specifici requisiti da elaborare conformemente ai criteri previsti dall'art. 6 della direttiva 2008/98.

Gli Stati membri devono adottare gli atti di recepimento della direttiva 2018/851 entro il 5 luglio 2020, quindi è opportuno fare riferimento anche alle disposizioni di questa direttiva.

## L'EoW secondo l'UE

L'art. 6 citato prevede: *"Gli Stati membri adottano misure appropriate per garantire che i rifiuti sottoposti a un'operazione di riciclaggio o di recupero di altro tipo cessino di essere considerati tali se soddisfano le seguenti condizioni: a) la sostanza o l'oggetto è destinata/o a essere utilizzata/o per scopi specifici; b) esiste un mercato o una domanda per tale sostanza od oggetto; c) la sostanza o l'oggetto soddisfa i*





dall'analisi dello stato dell'impresa, dalla valutazione del contesto di mercato e soprattutto dalla conoscenza della giurisprudenza emergono potenzialità di crescita, di risparmio, di apertura a nuovi mercati e di supporti all'innovazione insospettabili se si hanno la visione integrata di questi tre elementi e un piano di intervento adeguato.



requisiti tecnici per gli scopi specifici e rispetta la normativa e gli standard esistenti applicabili ai prodotti; d) l'utilizzo della sostanza o dell'oggetto non porterà a impatti complessivi negativi sull'ambiente o sulla salute umana”.

La cessazione della qualifica di rifiuto è, quindi, subordinata a condizioni:

– oggettive (effettivo uso, sussistenza di un'economia di scambio), correlate ad un contesto di mercato in cui deve collocarsi l'attività di produzione di EoW;

– soggettive (rispetto di specifiche tecniche, diminuzione degli impatti negativi sull'ambiente e la salute), connesse con il rispetto dei requisiti e le condizioni per l'esercizio dell'attività stessa.

### I criteri specifici

A livello sia comunitario sia nazionale emerge la necessità di porre regole uniformi per la determinazione dei criteri specifici per la definizione di EoW, in modo da evitare che possano essere utilizzate modalità difformi. Infatti, il par. 1 dell'art. 6 richiamato fa riferimento all'adozione di “misure appropriate” da parte degli Stati membri al fine di definire criteri specifici in materia di EoW.

L'Unione Europea ha adottato: il regolamento 715/2013/UE sui rottami di rame; il regolamento 1179/2012/UE sui rottami vetrosi; il regola-

mento 333/2011/UE sui rottami metallici, ferro, acciaio e alluminio. Su questa scia, la direttiva ha ribadito il potere di indirizzo della Commissione nella fissazione di criteri specifici.

Infatti, la direttiva 2018/851, all'art. 6 par. 2, ha previsto che:

“La Commissione monitora l'evoluzione dei criteri nazionali per la cessazione della qualifica di rifiuto negli Stati membri e valuta la necessità di sviluppare a livello di Unione criteri su tale base. A tale fine o ove appropriato, la Commissione adotta atti di esecuzione per stabilire criteri dettagliati sull'applicazione uniforme delle condizioni di cui al par. 1 a determinati tipi di rifiuti.

Tali criteri dettagliati garantiscono un elevato livello di protezione dell'ambiente e della salute umana e agevolano l'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali. Essi includono:

a) materiali di rifiuto in entrata ammissibili ai fini dell'operazione di recupero;

b) processi e tecniche di trattamento consentiti;

c) criteri di qualità per i materiali di cui è cessata la qualifica di rifiuto ottenuti dall'operazione di recupero in linea con le norme di prodotto applicabili, compresi i valori limite per le sostanze inquinanti, se necessario;

d) requisiti affinché i sistemi di gestione dimostrino il rispetto dei criteri relativi alla cessazione della qualifica di rifiuto, compresi il controllo

**...un rifiuto cessa di essere tale quando è sottoposto ad un processo di recupero, incluso il riciclaggio e la preparazione per il riutilizzo e soddisfa specifici requisiti da elaborare conformemente ai criteri previsti dall'art. 6 della direttiva 2008/98, modificata dalla direttiva 2018/851**



**Il Ministero dell'Ambiente è autorizzato ad emanare "con decreto non avente natura regolamentare", delle apposite linee guida per l'applicazione uniforme della disciplina a livello nazionale, con particolare riferimento alle verifiche sui rifiuti in ingresso nell'impianto e ai controlli sugli oggetti/ sostanze che ne costituiscono il risultato**

della qualità, l'automonitoraggio e l'accreditamento, se del caso; e

e) un requisito relativo alla dichiarazione di conformità".

#### **E se mancano criteri**

La direttiva ha disciplinato anche l'ipotesi in cui non siano stati stabiliti criteri a livello di Unione o nazionale. In questo caso, "gli Stati membri possono decidere caso per caso o adottare misure appropriate al fine di verificare che determinati rifiuti abbiano cessato di essere tali in base alle condizioni di cui al par. 1, rispecchiando, ove necessario, i requisiti di cui al par. 2, lett. da a) a e), e tenendo conto dei valori limite per le sostanze inquinanti e di tutti i possibili effetti negativi sull'ambiente e sulla salute umana. Tali decisioni adottate caso per caso non devono essere notificate alla Commissione in conformità della direttiva (UE) 2015/1535".

Sicché, la Direttiva ha attribuito agli Stati la facoltà di decidere "caso per caso" o di adottare "misure appropriate" in materia di EoW, laddove non siano stati stabiliti criteri a livello di Unione o nazionale, purché: siano rispettate le condizioni previste dall'art. 6, par. 1 e i criteri dettagliati di cui al par. 2 del medesimo articolo, non siano violati i valori limite per le sostanze inquinanti e si tenga conto degli aspetti di tutela dell'ambiente e della salute umana.

#### **Cosa sta succedendo in Italia**

In Italia la direttiva 2008/98 è stata recepita con il d.lgs. n. 205/2010, che modificando la parte IV del d.lgs. n. 152/2016 (T.U. Ambiente), ha introdotto l'art. 184 *ter*.

Fino all'introduzione nel T.U. Ambiente dell'art. 184 *ter*, il fine vita del rifiuto era identificato nella categoria delle materie prime secondarie (MPS) escluse dal regime dei rifiuti, sia che si trattasse di materie derivanti da attività di recupero, sia derivanti dalle procedure autorizzative ordinarie.

La norma di cui all'art. 184 *ter*, come ha rite-

nuto il Consiglio di Stato, Sez. IV, 28.2.2018, n. 1228, ha previsto "per ciò che concerne la possibile cessazione "caso per caso" della qualifica di rifiuto in assenza di criteri comunitari, sia una disciplina "a regime", sia una disciplina "transitoria":

– quanto alla prima, viene riservata allo Stato, e precisamente a regolamenti del Ministero dell'Ambiente, l'individuazione di "specifiche tipologie di rifiuto", prevedendosi altresì, "se necessario, valori limite per le sostanze inquinanti" e considerando "i possibili effetti negativi sull'ambiente della sostanza o dell'oggetto";

– quanto alla seconda, viene riaffermata la vigenza di una pluralità di disposizioni (di rango diverso), nelle more dell'adozione dei regolamenti ministeriali".

La sentenza richiamata, nota per aver ritenuto legittimo un provvedimento con il quale la Regione Veneto aveva respinto la richiesta di qualificare l'attività relativa al trattamento e il recupero di rifiuti urbani e assimilabili, costituiti dai prodotti assorbenti per la persona, come attività di recupero, ha motivato la sua decisione ritenendo sussistente la competenza statale in materia di declassificazione "caso per caso" del rifiuto e in assenza dei relativi decreti ministeriali.

Il 15 maggio 2019 è stato firmato dal Ministro dell'Ambiente il decreto che detta i criteri per il riciclaggio dei suddetti prodotti assorbenti, dettando così una disciplina specifica per questo tipo di prodotti.

#### **Una soluzione che non risolve**

E nel tentativo di introdurre una nuova disciplina "transitoria", che superi i profili di illegittimità ritenuti sussistenti dal Consiglio di Stato, il legislatore nel decreto c.d. "sblocca cantieri", d.l. 18 aprile 2019, n. 31, conv. in l. 14 giugno 2019, n. 55, ha modificato il comma 3 dell'art. 184 *ter*, prevedendo che nelle more dell'adozione di uno o più decreti recanti i criteri EoW per specifiche tipologie di rifiuti, le autorizzazio-





ni ordinarie per gli impianti di recupero rifiuti (ex Titolo III-bis o articoli 208, 209, 211 del d.lgs. n. 152/2016) devono essere concesse, *“per i parametri ivi indicati relativi a tipologia, provenienza e caratteristiche dei rifiuti, attività di recupero e caratteristiche di quanto ottenuto da tale attività”*, sulla base dei criteri indicati nei provvedimenti che disciplinano il recupero semplificato dei rifiuti (d.m. 5 febbraio 1998, d.m. 161/2002 e d.m. 269/2005). Le prescrizioni in materia di *“quantità di rifiuti”*, ammissibili negli impianti e da sottoporre a recupero, vanno invece individuate dalle autorizzazioni.

Il Ministero dell’Ambiente è autorizzato ad emanare *“con decreto non avente natura regolamentare”*, delle apposite linee guida per l’applicazione uniforme della disciplina a livello nazionale, con particolare riferimento alle verifiche sui rifiuti in ingresso nell’impianto e ai controlli sugli oggetti/sostanze che ne costituiscono il risultato.

Infine, i titolari delle autorizzazioni rilasciate successivamente al 18 giugno 2019 dovranno presentare istanza di aggiornamento ai criteri generali definiti dalle linee guida entro un anno dalla loro entrata in vigore.

Emerge la difficoltà per gli operatori del settore ad orientarsi in una disciplina transitoria, che ha ignorato le norme contenute nella direttiva 2018/851, le cui prescrizioni devono essere recepite dallo Stato italiano.

Infatti, il comma 2 dell’art. 184 ter del T.U. Ambiente riserva ai regolamenti ministeriali l’individuazione di specifiche tipologie di rifiuto e questo comma non è stato né abrogato né oggetto di modifiche. Anzi, *l’incipit* del comma 3 recita: *“nelle more dell’adozione di uno o più decreti di cui al comma 2”*, ribadendo così la volontà di adottare i decreti ministeriali che individueranno i criteri specifici per tipologia di prodotto.

Il legislatore europeo ha previsto tre livelli di disciplina: nel primo, gli Stati membri adottano misure appropriate relative alla sussistenza di

condizioni oggettive e soggettive per la cessazione della qualifica di rifiuto, come abbiamo visto; il secondo livello è relativo alla definizione di criteri dettagliati da parte dell’Unione Europea o dello Stato; il terzo livello di normazione prevede che, in assenza dei suddetti criteri dettagliati, gli Stati possano decidere *“caso per caso”*.



A quest’ultimo stadio, la direttiva 2018/851 ha previsto che le decisioni *“caso per caso”* non devono più essere notificate alla Commissione, lasciando intravedere un’apertura da parte del legislatore europeo verso una maggiore responsabilizzazione e autonomia degli Stati in tale materia. Ma, il legislatore italiano pare non abbia colto fino in fondo l’opportunità, procedendo con una normativa ancora una volta transitoria, sganciata dalle previsioni comunitarie.

È richiesto agli operatori del settore il coraggio di operare a favore dell’innovazione e della circolarità della nuova economia per compensare la cecità e la mancanza di lungimiranza del legislatore, avviando tavoli tecnici con le autorità competenti per superare le incongruenze della norma. ■



# Una strategia extra-ordinaria per l'olio italiano

**Perso il primato di primi produttori di olio d'oliva al mondo, gli italiani dovranno orientarsi a una filosofia di tipo francese. Il ruolo del brand**



Inarea



Antonio Romano,  
ceo di Inarea.

**M**entre la filiera olivicola si interroga sulla crisi produttiva e commerciale dell'extravergine di oliva italiano, anche i responsabili marketing e design delle aziende di produzione e commercializzazione non sono esonerati dal riflettere sulla necessità di una diversa strategia di riposizionamento dei prodotti e dei brand.

## La parabola vitivinicola

Perché sul vino l'Italia è riuscita a creare reputazione internazionale e mercato mentre sull'extra vergine no? C'è un anno che segna lo spartiacque fra due modi di concepire produzione, distribuzione e consumo: è il 1985, l'anno delle morti per il vino al metanolo. Alla 'leggerezza' di non pochi produttori faceva eco un atteggiamento poco consapevole da parte dei consumatori: il vino era una commodity, lo si comprava in bottiglie con il tappo a corona, o addirittura sfuso. Allora, l'Italia aveva una produzione vinicola doppia rispetto all'attuale.

Lo scandalo del metanolo ebbe ripercussioni mediatiche così forti da far capire che era arrivato il momento di modificare la logica, da una modalità di tipo quantitativo a una di tipo qualitativo. Ed avvenne con relativa facilità, grazie al fatto che c'era un modello da imitare: quello francese.

I produttori francesi, nel 1848, ottennero la prima denominazione d'origine, noi l'abbiamo avuta nel 1964, ben 120 anni dopo. I francesi erano i fornitori di vino di tutte le corti nel mondo, per cui erano consci del fatto che la qualità

doveva avere standard elevati e costanti. Questi elementi hanno fatto sì che i francesi non solo pensassero a 'fare' il vino, ma anche a vinificare, a individuare i contenuti in termini di cru ed a curare tutti quegli aspetti che non fanno direttamente un prodotto, ma ne fanno la cultura che si è poi diffusa. Oggi, quella cultura si è diffusa anche da noi.

## Il paradosso olivicolo

Nell'olio d'oliva la parabola vitivinicola è completamente rovesciata. L'Italia ha la più bella varietà e tradizione al mondo di olio d'oliva: 303 cultivar contro i 3 della Spagna, studiati nei secoli a tavolino per far sì che le piante potessero rendere al massimo e resistere alle infezioni e agli attacchi degli agenti atmosferici. Basti pensare al caso Xilella per capire quale sia la nostra capacità di responsabilità sociale, in merito a un problema che non è soltanto di produzione dell'olio d'oliva, ma anche paesaggistico, quindi con implicazioni in termini economici molto forti rispetto al tema turismo, rispetto alla conservazione di un eco-sistema che per secoli è stato incentrato sullo skyline dell'ulivo secolare, autentica scultura naturale.

Per l'olio d'oliva, non avendo un modello di eccellenza da imitare, siamo caduti nella consueta furbizia italica, che fa sì che il prodotto arrivi sullo scaffale del supermercato per pochi euro, e che si possa comprare un 'olio extravergine d'oliva', per poi scoprire, senza generalizzare, che in alcuni casi il colore è dato dall'immissione di clorofilla. I costi della bottiglia, dell'etichetta, del contenuto, dell'imbottigliamento e del





trasporto generano un prezzo finale totale assolutamente 'sotto costo'. Dov'è il trucco? Nel campo dell'olio d'oliva prevale l'atteggiamento legato al prezzo, al risparmio, non c'è attenzione al valore. Il consumatore non ha consapevolezza, non sa nemmeno come associare un olio a un pasto, contrariamente a ciò che accade per il vino.

La parabola al contrario 'si racconta' anche al ristorante, dove si è disposti a spendere anche 40 euro per una bottiglia di vino di qualità, ma dove per il consumo di olio non si ha nemmeno la curiosità di chiedere le caratteristiche organolettiche, la provenienza, l'abbinamento. Oggi assistiamo a parate televisive di decine di chef, ma raramente qualcuno spende un minuto per spiegare quanto sia importante l'olio d'oliva rispetto al risultato del suo lavoro.

### La soluzione?

Il punto di partenza e di arrivo è sempre il brand, ma nel caso dell'extravergine ha pur sempre necessità di riferirsi ad un campione, ad un paradigma che determini una percezione completamente diversa, proprio per superare il 'gioco della furbizia' italica che nasconde l'importazione. Il brand è di sistema, quindi richiede un background culturale e investimenti onerosi. Non puoi lanciare un marchio, applicare l'ennesimo segno sull'etichetta già affollata, fare una conferenza stampa e illuderti di aver risolto il problema.

Anche la denominazione ha oramai svolto la

sua funzione in una fase storica passata: oggi, molti vini di qualità si guardano bene dal ricorrere alle denominazioni DOP, DOC, DOCG, IGP, IGT. Le denominazioni hanno rappresentato un grande vantaggio, anche ai fini della responsabilizzazione dei produttori e dell'orizzonte di maggior guadagno che è stato dato loro perché aderissero.

### La cultura di prodotto

Un prodotto sublima sé stesso quando diviene 'cultura del prodotto'; per esempio, nel caso dell'olio d'oliva si discute ancora se sia migliore l'olio toscano, rispetto a quello umbro o a quello ligure, come se avesse importanza una graduatoria. Al contrario, hanno prerogative diverse e bisogna guardare qual è la cultivar da cui provengono, in modo tale che si colga quale sia l'impiego più appropriato. Non esiste la cultura d'uso dell'olio d'oliva, o meglio, viene usato secondo logiche che sono di consumo di vicinanza. Se lo produco in Puglia, lo consumo in Puglia, se lo produco in Umbria, lo consumo in Umbria...

### Tecnologie e promozioni

In cerca di una strategia innovativa, occorre fare attenzione alle sirene delle tecnologie e dei packaging innovativi, che al momento sono accessori: per esempio, la funzione del QRcode come amplificatore della realtà richiede una preventiva azione di diverso posizionamento, di nuovi contenuti, di nuove denominazioni, per distinguere il prodotto premium dagli altri.

Invece, le tecnologie potrebbero venire in aiuto di una politica agricola inclemente con i furbi ed estremamente riconoscente nei confronti di chi punta ad onestà e qualità, insieme a progetti di promozione pubblica del valore dell'olio e della sua filiera.

Occorre accendere passioni che spieghino quanto l'olio sia componente fondamentale del cibo e determinante rispetto alle sue qualità organolettiche e nutrizionali. ■







*LMPE si propone come Laboratorio di Ricerca e Sviluppo che opera nel settore dei materiali polimerici eco-compatibili applicabili in svariati settori commerciali quali l'imballaggio, l'agroalimentare, il tessile, il biomedicale, il tutto nell'ottica dell'Economia Circolare*

# Determinare la CO<sub>2</sub> è di M.O.D.A...

**Disponibile in Italia Microbial Oxidation Degradation Analysis versione 6, rara e recente apparecchiatura in grado di determinare la quantità di anidride carbonica sviluppata nella degradazione microbica del compost**

La struttura LMPE srl, Laboratorio Materiali Polimerici Ecocompatibili è una start-up innovativa di recente costituzione, (ottobre 2016) spin-off del Consorzio Interuniversitario Nazionale per la Scienza e Tecnologia dei Materiali - INSTM, ([www.instm.it](http://www.instm.it)).

LMPE si propone come Laboratorio di Ricerca e Sviluppo che opera nel settore dei materiali polimerici eco-compatibili applicabili in svariati settori commerciali quali l'imballaggio, l'agroalimentare, il tessile, il biomedicale, il tutto nell'ottica dell'economia circolare. LMPE costituisce un'unità operativa atta al supporto delle attività di trasferimento e adattamento di tecnologie abilitanti, e non solo, presenti sul mercato così come allo sviluppo di materiali innovativi eco compatibili.

## R&D ma anche analisi

Per quanto riguarda il trasferimento tecnologico, LMPE possiede le competenze tecniche e manageriali che le consentono di realizzare studi di pre-fattibilità e fattibilità competitiva a be-

neficio delle imprese del settore manifatturiero al fine di proporre nuove tecnologie reperibili sia nei mercati esteri e preferibilmente, ma non esclusivamente, nel mercato italiano atte a soddisfare le esigenze specifiche del singolo cliente con formulati su misura. Per quanto riguarda lo sviluppo di nuovi materiali innovativi, LMPE possiede esperienze trentennali nelle formulazioni di materiali idrosolubili e biodegradabili a basso ed alto peso molecolare.

LMPE vanta una grande esperienza nella caratterizzazione e stabilizzazione termica di materiali polimerici, caratterizzazione meccanica e termo-meccanica di materiali a matrice polimerica, caratterizzazione strutturale di additivi e materiali polimerici (compositi e nanocompositi), specializzata in prove di biodegradazione in diversi comparti ambientali e compostabilità ed ingegnerizzazione di materiali da fonte petrolchimica con finalità di renderli eco-compatibili, così come sviluppo e industrializzazione di formulati a base di materiali con caratteristiche idrosolubili, di grande utilità nella produzione di materiale per stampanti 3D (additive manufacturing).

## L'innovazione

LMPE, inoltre, possiede un'ampia capacità di fare network e quindi venire a conoscenza di diversi materiali e tecnologie che mette a disposizione dei partner e/o clienti ai fine di garantire la massima probabilità di successo del progetto.

I risultati tangibili su questi punti si evincono dalla partecipazione in

La sede di LMPE.





*A sinistra, il team di ricercatori ed il nuovo M.O.D.A. 6.*

*Sotto: il primo strumento M.O.D.A. (Microbial Oxidation Degradation Analysis) oggi affiancato dal nuovissimo M.O.D.A. 6.*

diversi progetti di ricerca e sviluppo sia su bandi nazionali (MIUR, Regione) che europei e internazionali in cui il gruppo di ricerca BioLab, preseduto fino al 2104 dal Prof. Emo Chiellini e trasformato successivamente in LMPE, ha partecipato attivamente nel ruolo di partner e/o coordinatore.

### **I promotori**

LMPE è costituita da tre soci: il Prof. Emo Chiellini, già ordinario al Dipartimento di Ingegneria della Università di Pisa, ricopre la carica di Presidente; è esperto e vanta consolidate competenze nella progettazione e determinazione della funzionalità di diverse molecole chimiche impiegate in diversi settori applicativi come packaging, stabilizzazione termo-ossidativa di materiali idrocarburici, biodegradazione in diversi compartimenti ambientali, rilascio controllato di farmaci, polimeri idro-biodegradabili, polimeri oxo-biodegradabili e chimica dei cristalli liquidi. Recentemente il Prof. Chiellini è stato insignito del Premio Giulio Natta per la Chimica 2018.

Luca Landini ricopre la carica di Amministratore Delegato; esperto di materiali idrosolubili nella fattispecie basati su alcol polivinilico, ha contribuito nell'arco di un trentennio alla costruzione di impianti specifici per la produzione di film idrosolubili con tecnologia a bolla in varie parti del mondo, mettendo a punto un know how proprio che parte dalla miscelazione delle





Stufe per prove di biodegradazione.

materie prime e con un processo di 5 stadi che termina con il prodotto finito. Ha ricoperto la carica di dirigente fino al 2015 in aziende del settore plastico.

Francesco Sandias ricopre la carica di Innovation Business Development; ha lavorato 30 anni con posizioni di dirigente senior in aziende multinazionali come Procter&Gamble, Reckitt Benkiser, SEDA Packaging. Esperto di Supply Purchasing, Business Development e Sostenibilità, è Certificato come Innovation Manager presso il RINA.

I Ricercatori che operano attualmente in LMPE sono 5, in possesso di laurea magistrale e di Dottorato di Ricerca, e si prevede una crescita di un'altra unità di personale entro l'anno.

Il Comitato Scientifico di LMPE, composto da 6 membri, sia avvale di Professori di vari atenei italiani ed esteri.

### Gli strumenti

LMPE è dotata di varie facilities e strumentazioni quali: microscopia elettronica, microscopia SEM, TGA, angolo di contatto, potenziale Z, diffrattometria di raggi X, analizzatore di aree superficiali, centrifughe, dinamometrielettronici, DLS, turbomiscelatori, estrusori bivate, liofilizzatori, Brahebender, mini spry dryer, pressa, stufe, wire bonder, oscilloscopi, termocamere, rotary UV.

Vista la sempre crescente pressione sul problema delle microplastiche sia legate al packaging che ai materiali monouso alla cosmesi, è maturata sempre più la richiesta da parte della committenza di effettuare test e certificazioni sulla biodegradazione e compostabilità di manufatti sia plastici che cellullosici secondo normative standard nazionali ed internazionali. Per questo LMPE si è dotata recentemente di uno strumento, primo in Europa, in grado di effettuare tali test in condizioni standard.

### IL M.O.D.A. 6

Questo strumento, denominato M.O.D.A. 6 (Microbial Oxidation Degradation Analysis) è un'innovativa apparecchiatura di analisi costruita in Giappone (dal gruppo SAIDA [https://www.saidagroup.jp/fds\\_en/](https://www.saidagroup.jp/fds_en/)), ed è in grado di determinare la quantità di anidride carbonica sviluppata nella degradazione microbica del compost inserito al suo interno dove è ricoverato il campione soggetto ad analisi valutandone la biodegradabilità secondo i dettami della normativa ISO 14855-2 ed EN ISO 13432.

I campioni che si possono analizzare sono di varia natura: rifiuti industriali plastici, cellullosici, organici e in genere. La quantità di anidride carbonica sviluppata dalla biodegradazione è pesata da una bilancia elettronica altamente precisa che valuta l'aumento di peso della colonna di assorbimento. L'uso di una camera a temperatura costante consente a tutte le unità di funzionare nello stesso modo in condizioni ambientali. Tutti e sei i canali possono essere mantenuti in costante ed uniforme livello della temperatura. L'aria nella condizione del flusso può essere impostata individualmente per ogni unità.

Questo strumento consente quindi di effettuare con maggior rapidità i test di biodegradazione e compostabilità che attualmente vengono effettuati mediante procedure di retro-titolazione. Chi fosse interessato a visionare o testare questo strumento unico in Europa, può contattare LMPE: [info@lmpe.eu](mailto:info@lmpe.eu). ■



## TRACCIABILITÀ CONDIVISA

Antares Vision, specialista con sedi mondiali nei sistemi d'ispezione visiva, nelle soluzioni di tracciatura e nella gestione intelligente dei dati, ha sviluppato la nuova piattaforma TrackMyWay, uno strumento digitale dedicato alle filiere produttiva e distributiva, per garantire la tracciabilità di processi e di prodotti e offrire la possibilità di dialogo tra tutti gli attori della filiera.

Con TrackMyWay è possibile raccontare la storia del prodotto utilizzando informazioni oggettivabili attraverso la condivisione di dati da parte di ciascun operatore della filiera. Inoltre, è efficace per la gestione dei richiami, anche con un livello di dettaglio legato alla singola unità venduta, riducendo al minimo l'impatto economico in caso di criticità. Con TrackMyWay gli utenti hanno accesso a diversi tipi di informazioni, messe a disposizione da ciascuno di essi in modo selettivo.

Tutte le interazioni vengono poi registrate e analizzate dal sistema, da cui ne deriva una serie di strumenti utili a monitorare come la singola unità di prodotto percorre il proprio ciclo di vita fino al momento del riciclo.



Se vuoi aggiornarti, ma non puoi allontanarti dal tuo ufficio...  
Se vuoi formare i dipendenti, senza i costi delle trasferte...  
... ora la formazione professionale è a portata di click!

Impara dove e quando vuoi con i corsi on line di Formalimenti



IMPARA DOVE  
E QUANDO VUOI

1. Visita [www.formalimenti.it](http://www.formalimenti.it)
2. Scegli il tuo corso
3. Se fa per te, acquistalo con il codice sconto\*

**COM10**

\*Per i lettori di COM.PACK sconto del 10% valido su tutto il carrello, fino al 31.12.2019



SEGUICI SUI SOCIAL



# Stop al ‘fine vita’ dell’acciaio educando adulti e bambini

Mentre Capitan Acciaio è tornato nelle piazze italiane per sensibilizzare i cittadini, si è conclusa nelle scuole la terza edizione di due progetti educativi attraverso poesie e fotografie

**C**apitan Acciaio è tornato nelle piazze italiane per aiutare i cittadini a **scoprire i vantaggi della raccolta differenziata e il valore del riciclo dell’acciaio**.

Barattoli, scatole, scatolette, lattine, fusti, secchielli, bombolette, tappi e chiusure in acciaio sono oggetti di uso quotidiano che, se correttamente raccolti e avviati al riciclo, possono rinascere a nuova vita sotto forma di altri prodotti. Dopo il successo degli anni precedenti, **RICREA**, il Consorzio Nazionale senza scopo di lucro per il Riciclo e il Recupero degli Imballaggi in Acciaio, accompagna **Capitan Acciaio** in un viaggio attraverso la penisola, per spiegare ad adulti e bambini l'importanza di separare correttamente i contenitori in acciaio, materiale permanente che si ricicla al 100% e all'infinito.

Il tour partito il **19 maggio** ad **Asti**, ha via via toccato le città di **Como, Treviso, Monfalcone, Macerata e Viareggio**. L'iniziativa è stata realizzata con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente. “Separare correttamente barattoli, scatole, scatolette,



lattine, fusti, secchielli, bombolette, tappi e chiusure in acciaio è un piccolo gesto che permette a questi imballaggi di essere correttamente raccolti e riciclati - spiega **Domenico Rinaldini**, Presidente del Consorzio RICREA - Nell'ultimo anno, in Italia, è stato avviato a riciclo il 78,6% degli imballaggi in acciaio immessi al consumo. Quest'iniziativa ha l'obiettivo di continuare a incrementare gli ottimi risultati raggiunti e sensibilizzare le persone sul valore della raccolta differenziata dei contenitori in acciaio,

dimostrando concretamente che ogni scatoletta o barattolo può rinascere a nuova vita all'infinito.

Nelle piazze in cui il tour ha fatto tappa, Capitan Acciaio ha accolto i cittadini per spiegare loro come individuare gli imballaggi in acciaio, le modalità di raccolta in ciascun Comune e l'importanza per l'ambiente di differenziarli in maniera corretta. Inoltre, sono state proposte diverse attività, come il laboratorio ludico-ricreativo **“RICREA il tuo giocattolo”**, in cui bambini e ragazzi hanno



potuto realizzare un proprio robottino **attraverso il riuso creativo degli imballaggi in acciaio**, mentre gli adulti metteranno alla prova la loro cultura sulle buone pratiche di raccolta differenziata con divertenti quiz. Inoltre, il supereroe, attraverso dei video pubblicati sui social, ha compiuto visite agli impianti dove vengono separati e selezionati gli imballaggi raccolti con la differenziata, per poi essere lavorati, tritandoli e pressandoli, prima dell'avvio al riciclo in acciaieria. Maggiori informazioni su Capitan Acciaio in tour sulla pagina Facebook dedicata:

**facebook.com/CapitanAcciaio**

Accanto al progetto capitan Acciaio, altre due iniziative del Consorzio Ricrea sono state dedicate ai più piccoli delle scuole primarie e secondarie di primo grado: oltre **3.500 alunni** di Bari, Cagliari e Catanzaro hanno preso parte agli **Ambarabà Riciclocloè®** e **Riciclick®**, giunti oramai alla loro terza edizione.

“**I due progetti educational** rappresentano un'occasione importante per spiegare alle nuove generazioni il valore della raccolta differenziata e del riciclo degli imballaggi in acciaio - commenta **Roccandrea Iascone**, responsabile comunicazione del Consorzio RICREA - Oggetti d'uso quotidiano come barattoli, scatolette, lattine, fusti, secchiel-



li, tappi e bombolette in acciaio, se raccolti e avviati a riciclo, possono tornare a nuova vita. Gli alunni di Catanzaro e provincia si sono dimostrati creativi realizzando contenuti originali.”

L'iniziativa Ambarabà Riciclocloè®, realizzata insieme alla rivista

**Andersen**, il mensile italiano di informazione sui libri per ragazzi e la cultura dell'infanzia, ha visto la partecipazione di **50 scuole**. I bambini sono stati chiamati a realizzare, con l'aiuto dell'insegnante, un **componento limerick** dal contenuto spiritoso, ispirato al tema degli imballaggi in acciaio. Ogni classe ha presentato da uno a quattro limerick, composti da singoli alunni o dall'intera classe. I lavori sono stati valutati da una commissione di esperti, che ha scelto per ogni città tre vincitori.

“Abbiamo proposto alle scuole di giocare con la lingua componendo un limerick, breve componimento ti-





pico della lingua inglese dal contenuto umoristico e nonsense, formato da **cinque versi in rima AABBA** - spiega **Barbara Schiaffino**, direttore della rivista **Andersen** - Le classi si sono mostrate entusiaste, lavorando al progetto con impegno e fantasia.” Le scuole secondarie di primo grado, invece, hanno preso parte al contest fotografico RiciClick®, la cui partecipazione prevede una fotografia con protagonisti gli imballaggi in acciaio, scattata con lo smartphone. La giuria ha premiato con una gift card i tre classificati delle scuole secondarie di ciascuna delle tre città.

### Il progetto EDU del Consorzio

Per divulgare la conoscenza degli imballaggi in acciaio e farne comprendere le qualità di ecosostenibilità, RICREA ha sviluppato delle iniziative di comunicazione capaci di parlare sia agli adulti che ai giovani. A questi ultimi il Consorzio si rivolge con tre progetti, ognuno dedicato a una fascia di età: Ambarabà Ricicloclò® per le scuole Primarie di secondo grado; RiciClick®, per le scuole Secondarie di primo grado e Steel Life per le scuole Superiori.

Da quando si è costituito, RICREA pone particolare attenzione alla sensibilizzazione dei più piccoli, veri e propri ambasciatori in famiglia di buone pratiche di Sostenibilità Ambientale. Per esempio, già dal 2001 e fino al 2012 il Consorzio proponeva, per le Elementari e le Medie, Acciaio Amico, un format ludico-didattico sui temi della raccolta e del riciclo degli imballaggi in acciaio, che si svolgeva ogni anno in una provincia italiana diversa.



In 20 anni di attività, RICREA ha realizzato iniziative come: Acciaio Amico, Tu come lo fai?, Noi siamo piccoli ma cresceremo, La Via Latta, Acciaio Amico... L'arte del Riciclo, Anime d'Acciaio, Il Mare racconta... di Uomini, Barche, Pesci e Cibo. Assieme alle tre che si sono concluse in questi primi mesi del 2019, il Consorzio ha coinvolto e sensibilizzato all'impor-

tanza della raccolta differenziata e del riciclo degli imballaggi in acciaio circa 60.000 famiglie tra quelle degli studenti e degli insegnanti.

### CONSORZIO RICREA

Via G.B. Pirelli 27 - 20124 Milano  
[www.consorzioricrea.org](http://www.consorzioricrea.org)

## ECO-SOLUZIONI PER TESSILE E ABBIGLIAMENTO

Legoplast, da 60 anni specialista in progettazione e produzione di buste in materiale plastico per i settori del lusso, dell'abbigliamento, del beachwear, dell'underwear, della cosmesi, del tessile casa e dell'accessoristica, ha sviluppato soluzioni in tre materiali eco: PP-ECO (polipropilene) biodegradabile, PE riciclato da scarti di lavorazione e PE biobased da canna da zucchero; inoltre sono stati realizzati pack in carta e PLA per uso alimentare. Da 20 anni, Legoplast utilizza energia proveniente da fonti rinnovabili e gli scarti di produzione vengono conferiti ad aziende che li riciclano e li riutilizzano per la realizzazione di altri prodotti, ad esempio mobili da giardino.

La produzione è stata inoltre organizzata per ridurre i consumi energetici: si stampa con inchiostri UV-LED senza solventi ricorrendo a luci LED; un sistema di controllo degli utilizzi energetici permette un risparmio energetico superiore al 20%.



## VIA IL FILM STRETCH PER STABILIZZARE IL CARICO

Corteva Agriscience™ ha scelto di applicare ai sacchi in carta delle sementi prodotti nello stabilimento di Sissa (PR) una sostanza antiscivolo a base di acqua, biodegradabile, non tossica, che li mantiene saldamente ancorati al pallet senza dover ricorrere a film stretch.

Questa scelta ecosostenibile sostituisce il rivestimento plastico dei singoli sacchi e dei pallet che stabilizzava il carico durante il trasporto. Oltre ad essere adatto anche per un uso alimentare, il trattamento non lascia residui sulla confezione e conferisce elevatissima resistenza alla trazione, pertanto i sacchi non scivolano più l'uno sull'altro e possono essere prelevati semplicemente sollevandoli. Il tilt test ha mostrato la perfetta tenuta, quindi con un'inclinazione di ben 27°.

Secondo Gabriele Righetti, Production Location Manager Corteva Agriscience Italy & Iberia, oggi lo stabilimento di Sissa consuma circa 14 tonnellate all'anno di film plastico estensibile; entro il 2021 sarà ridotto del 60%, con possibilità di ulteriore riduzione o completa eliminazione se il mercato accetterà pallet completamente privi di fasciatura plastica.





# From Agrimax, a new tool for the metal packaging surface

**A further research and development of the cutin-based lacquer formulation is possible, optimizing the extraction process of cutin by increasing the capacity of the plant.**



The Experimental Station for the Food Preserving Industry (SSICA) supplies suitable solutions to the food preserving industry in terms of product and process innovation. SSICA has developed an innovative and environment-friendly alternative to the oil-based lacquers usually applied on the metal packaging surface. This alternative is a cutin-based lacquer from processing tomato by-products.

The LIFE BiocopacPlus project has proved the technical semi-industrial up-scale of the cutin extraction and production systems, previously developed at laboratory scale in FP7 BIOCOPAC research project.

Thanks to the Agrimax project, a further research and development of the cutin-based lacquer formulation is possible, optimizing the extraction process of cutin by increasing the capacity of the plant. Furthermore, the goal of SSICA for the Agrimax project is to define the operational conditions for the extraction of lycopene from tomato wastes. After the separation of tomato skins by flotation and the extraction of cutin, the extraction of lycopene and minor carotenoids from tomato skins will be set-up. In fact, the extraction of cutin does not influence the purity and the yield of the lycopene extraction process.

Agrimax "Agri and food waste valorisation co-ops based on flexible multi-feedstocks bio-refinery processing technologies for new high added value applications" is a H2020 BBI funded project with a BBI JU contribution of € 12,484,461.46. This four-year EU project invol-

ves 29 partners across 11 European Countries and is designed to establish the technical and economic viability using bio-refining process on waste from crops and food processing to deliver new bio-compounds for the chemical, bio-plastic, food, fertilisers, packaging and agriculture sectors.

In order to facilitate the industrial production and distribution of the new bio-lacquer obtained as a by-product of industrial tomato processing, the start-up Tomapaint srl has been founded by Dr. Angela Montanari, Stefano Chiesa, Alessandro Chiesa and Tommaso Barbieri in March 2019.

The economic benefits for tomato growers and tomato processors are the value given to their processing waste and a consequent reduction in disposal costs. For the bio-lacquer synthesis no specific equipment or reagents other than those usually used for traditional lacquers are requested. This means that there will be no additional costs for bio-lacquer preparation and that all the equipment already used for traditional lacquers can be easily used for the new bio-lacquer. No change to standard production lines and related processes is required so the financial relevance of this result is undeniable. The extraction of cutin and lycopene permits a new and different possibility to exploit processing tomato wastes for higher-value and useful products.

On May 2019 a new BBI project, funded by H2020-EU.2.1.4. and H2020-EU.3.2, has started for SSICA, its name is "ECO sustainable multifunctional biobased COATings with enhanced





performance and end of life options – Ecoat”. The overall objective of the ECOAT project is to select, extract-functionalise molecules (proteins, polysaccharides, cutin) from highly available, low valorised biomass such as tomato, legumes, sunflower etc for the development of new bio-based coating materials to be applied on two different substrates (cellulosic and plastic based), with improved performances compared to currently available products and at the same time with more sustainable end of life options.

SSICA will develop the cutin-based formulations for coatings water repellent (paper cups, service paper etc.), water vapour barrier (packaging) and protective properties (non-food packaging). This three-year EU-funded project involves 17 partners across 8 European Countries and will end on April 2022 with an EU contribution of € 4.613.778,25. *(di Angela Montanari e Raffaella Pironti)*

This project has received funding from the Bio Based Industries Joint Undertaking (JU) under the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 837863. The JU received support from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme and the Bio Based Industries Consortium.

#### Abstract

Da qualche anno la SSICA (Stazione Sperimentale Industria Conserve Alimentari) di Parma lavora ad un'innovazione attenta all'ambiente, alternativa alle vernici a base petrolio, comunemente applicate agli imballaggi metallici a contatto con gli alimenti. Uno dei compiti di SSICA è, infatti, fornire innovazioni di prodotto all'industria conserviera. In questo caso, la soluzione proposta è una lacca a base cutina, un componente estratto dalle bucce di pomodoro.

Il Progetto LIFE BiocopacPlus ha dimostrato che gli scarti della lavorazione industriale del

pomodoro sono una concreta alternativa per il rivestimento degli imballaggi metallici. BiocopacPlus ha verificato la fattibilità tecnica e l'efficacia dei sistemi di estrazione e produzione della cutina, precedentemente sviluppati a livello di laboratorio nel progetto FP7 Biocopac. Il progetto Agrimax rende possibile un ulteriore sviluppo della formulazione della vernice, ottimizzando il processo di estrazione della cutina e aumentando la capacità dell'impianto. Un altro intervento migliorativo è l'estrazione del licopene dopo l'estrazione della cutina: è stato, infatti, verificato che questa sequenza non pregiudica la purezza e la resa di estrazione del licopene. Agrimax "Agri and food waste valorisation co-ops based on flexible multi-feedstocks biorefinery processing technologies for new high added value applications" è un progetto europeo finanziato con un contributo H2020 BBI di € 12.484.461,46 che coinvolge 29 partner in 11 Paesi europei. Il suo scopo è estrarre composti bioattivi ad alto valore aggiunto contenuti in scarti agricoli e industriali del pomodoro, dei cereali, delle patate e delle olive in un impianto integrato. Al fine di facilitare la commercializzazione della nuova vernice, nel marzo 2019 è nata la start-up, Tomapaint srl. A maggio 2019 è iniziato per SSICA il progetto "ECO sustainable multifunctional biobased COATings with enhanced performance and end of life options – Ecoat". L'obiettivo generale è selezionare, estrarre e funzionalizzare le molecole da biomassa altamente disponibile per lo sviluppo di nuovi materiali di rivestimento a base bio da applicare su due diversi substrati (a base cellulosica e plastica), con prestazioni migliorate rispetto agli attuali prodotti disponibili. SSICA svilupperà le formulazioni a base cutina per i rivestimenti idrorepellenti (p.e. bicchieri di carta), per la barriera al vapore acqueo (imballaggio) e per le proprietà protettive (imballaggi non alimentari). Questo progetto coinvolge 17 partner in 8 paesi europei e si concluderà nell'aprile del 2022; il contributo H2020 BBI è di € 4.613.778,25. ■

*Il Progetto LIFE BiocopacPlus ha dimostrato che gli scarti della lavorazione industriale del pomodoro sono una concreta alternativa per il rivestimento degli imballaggi metallici*

*L'obiettivo generale è selezionare, estrarre e funzionalizzare le molecole da biomassa altamente disponibile per lo sviluppo di nuovi materiali di rivestimento a base bio*



# Il passaggio generazionale: criticità o opportunità?

**Se la matrice familiare rappresenta l'elemento coagulante e determinante per il successo, il cambiamento frutto di una precisa progettazione, costituisce il fulcro per garantirne la continuità**



*Ciro Vestita, consulente di strategia e direzione aziendale.*

*il passaggio generazionale viene vissuto come un momento "intimo" al quale solo i familiari possono partecipare, esponendo l'impresa familiare ed i familiari al rischio di far "convergere le due rette" che, come detto, devono invece restare "parallele"*

**D**a studi di settore emerge che circa 1/4 delle imprese familiari guidata da ultrasessantenni, mostrano una profittabilità inferiore rispetto ad aziende "più giovani"; inoltre, solo 1/3 delle imprese sopravvive al proprio fondatore e di queste solo la metà raggiunge il traguardo della "terza generazione". Sono dati che devono indurre, tanto i fondatori, quanto i discendenti, a una profonda riflessione poiché interessa una vasta e importante platea: circa 2/3 delle aziende italiane con un volume d'affari oltre i 20 milioni di euro è rappresentato da imprese familiari (dati Osservatorio AUB sulle Aziende Familiari Italiane.)

## **Impresa e la famiglia, rette parallele ma convergenti**

È indubbio che il tema sia delicato poiché influenza non solo la sfera professionale e patrimoniale ma incide anche su quella personale e affettiva. È tuttavia altrettanto indubbio che il tema debba essere affrontato con pragmatismo, con lucidità e, soprattutto, con senso pratico.

Si intrecciano diversi aspetti:

### **aspetti emotivi sentimentali affettivi**

- il "pari trattamento" patrimoniale degli eredi
- la tutela delle parti "più deboli"
- la presenza di congiunti acquisiti (generi, nuore) e di discendenti (nipoti)
- il trasferimento delle cariche sociali

### **aspetti professionali**

- la corretta valutazione delle attitudini e com-

- petenze della "seconda generazione"
- i metodi di trasferimento delle partecipazioni (ed i relativi aspetti fiscali)
- la valutazione del sistema di governance
- la tutela del patrimonio anche attraverso il coinvolgimento di manager esterni

Seppure esposti in estrema sintesi, i punti evidenziati consentono di cogliere immediatamente l'importanza di mantenere "parallele" queste due rette:

- la famiglia e l'emotività che implicitamente la caratterizza,
- il business, con le sue ben precise esigenze.

L'obiettivo è permettere di operare le scelte più adatte a soddisfare le esigenze che emergono in entrambe le aree. Tuttavia, come è facile intuire, l'affetto ed il sentimento non sempre consentono di adottare quel pragmatismo che il business normalmente richiede. La definizione di una corretta strategia, in relazione alle peculiarità dell'impresa e all'intreccio sopra descritto, costituisce il nucleo centrale attorno al quale deve essere elaborata la strategia più adatta per garantire la continuità, il consolidamento e lo sviluppo dell'attività imprenditoriale.

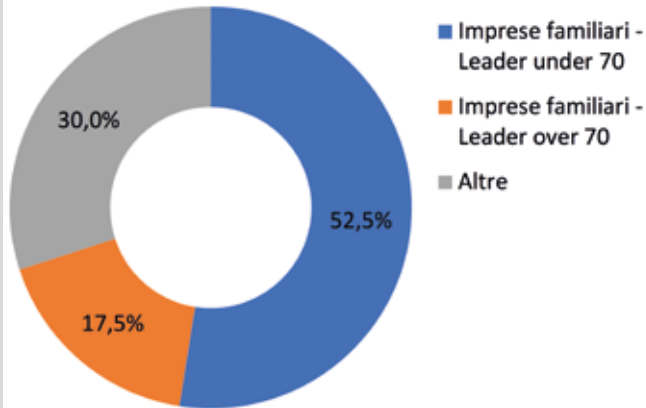
### **No l'approccio fai da te**

È del tutto abituale riscontrare, invece, un approccio self-made del passaggio generazionale, senza alcuna analisi di quanto sopra menzionato, pur trattandosi di uno dei momenti più delicati e critici nella vita dell'impresa familiare. L'assistenza di professionisti che hanno già maturato esperienze sull'argomento, che go-

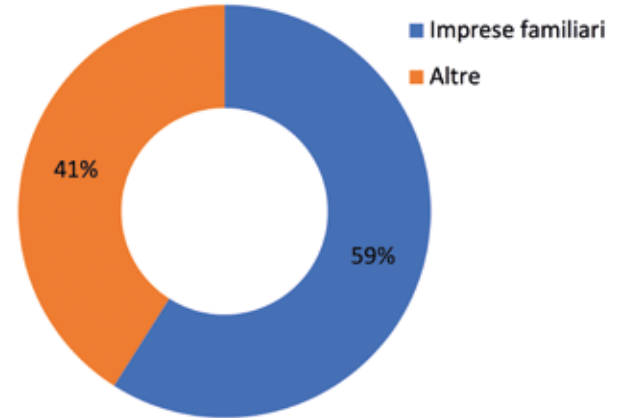


## IL PESO DELL'IMPRESA FAMILIARE NEL PANORAMA IMPRENDITORIALE

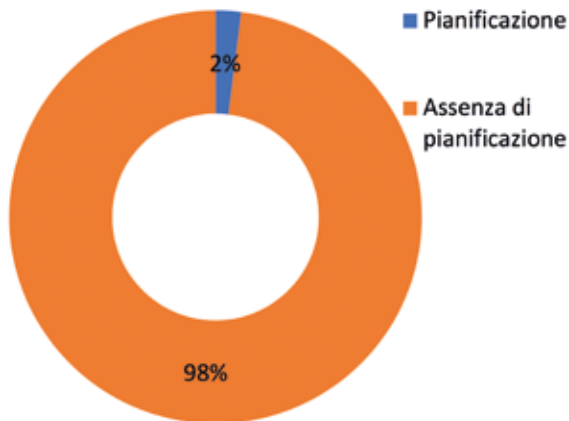
Imprese con volume d'affari 20+50 mln di €



Imprese con volume d'affari >50 mln di €



Imprenditori che provvedono a pianificare la gestione del patrimonio



dono della loro particolare "libera" posizione, ovvero scevra da qualunque condizionamento affettivo, risulta spesso utile per consentire di confrontarsi con idee, spunti e conoscenze organizzative.

Ma questo spesso non accade: il passaggio generazionale viene vissuto come un momento "intimo" al quale solo i familiari possono partecipare, esponendo l'impresa familiare ed i familiari al rischio di far "convergere le due rette" che, come detto, devono invece restare "parallele". È proprio questo "clima di intimità"

che diventa spesso l'incubatore di un coinvolgimento emotivo che mina la razionalità alla quale occorre necessariamente fare ricorso.

La capacità di mantenere separate le due rette permette di incidere sulla tutela:

### **degli aspetti patrimoniali (e personali)**

- assicurando il "pari trattamento" patrimoniale degli eredi
- assicurando la tutela delle parti "più deboli"
- assicurando il corretto inserimento nell'impresa di congiunti acquisiti (generi, nuore) e di discendenti (nipoti)





*È indubbio che la valutazione delle competenze, delle attitudini e, anche, dell'indole dei discendenti è fondamentale per disegnare un progetto capace di declinare adatte garanzie sia all'impresa, sia ai discendenti stessi*

### **dell'impresa**

- assicurando, tramite la corretta valutazione delle attitudini e delle competenze della "seconda generazione" ruoli adatti a soddisfare le esigenze operative
- garantendo i metodi di trasferimento delle partecipazioni (ed i relativi aspetti fiscali)
- garantendo il trasferimento delle cariche sociali in modo consono alle necessità dell'impresa
- garantendo una corretta valutazione del sistema di governance
- garantendo la tutela del patrimonio aziendale, se necessario, anche attraverso il coinvolgimento di manager esterni

### **Le competenze e le attitudini: parti forti e deboli**

È indubbio che la valutazione delle competenze, delle attitudini e, anche, dell'indole dei discendenti è fondamentale per disegnare un progetto capace di declinare adatte garanzie sia all'impresa, sia ai discendenti stessi. Tuttavia, è altrettanto indiscussa la delicatezza del tema: può un genitore conservare la freddezza per valutare le competenze e le attitudini del proprio figlio, senza subire il condizionamento affettivo? E che dire se a tale valutazione è chiamata la madre, il cui coinvolgimento sentimentale è spesso presente in modo assolutamente naturale? E se uno dei genitori non è coinvolto nella vita aziendale e non ha sviluppato poi quella naturale propensione alla valutazione dei collaboratori, con quale spirito approccerà il problema? L'aiuto fornito sul punto da professionisti che hanno già affrontato l'argomento può permettere un approccio scevro da qualunque condizionamento e con il vantaggio derivante dal bagaglio di precedenti esperienze.

Perché la valutazione delle competenze e attitudini è da ritenersi fondamentale? Per due ragioni:

- i. perché permette di individuare il soggetto più adatto a prendere in mano le redini della

conduzione dell'impresa familiare

- ii. perché consente, laddove siano presenti più discendenti, di individuare quelle che possono essere definite parti forti e parti deboli.

La parte forte è sicuramente rappresentata dal discendente con una maggiore naturale attitudine imprenditoriale e, tendenzialmente, con maggiori competenze professionali. Il suo futuro (economico-finanziario) è assicurato non solo dalla possibilità di operare all'interno dell'impresa familiare: spesso, per le sue doti, questo soggetto non avrebbe problemi a trovare facile collocazione presso altre imprese o a costituirne una propria.

La "parte debole" è, per contro, rappresentata dal discendente che presenta una minore (o assente) naturale inclinazione imprenditoriale senza avere individuato un proprio sentiero di sviluppo professionale. Queste condizioni potrebbero negativamente condizionare il suo futuro (economico-finanziario).

La scelta, a cura dei genitori, del soggetto (naturalmente) più idoneo a guidare l'impresa familiare diventa determinante non solo per garantire longevità all'impresa stessa ma, anche - attraverso un'adeguata analisi e di conseguenza attraverso precise scelte in tema di governance - a creare quelle tutele finanziario-patrimoniale in favore della parte debole.

### **La governance dell'impresa familiare**

Spesso, animati dalle migliori intenzioni per garantire un equo trattamento ai figli, si assiste alla scelta di attribuire pariteticamente il 50% delle partecipazioni ai due figli e, magari, anche di altri asset. Non v'è dubbio alcuno che tale scelta risulti equa: altrettanto vero è che la parità di trattamento non necessariamente deve transitare attraverso una scelta che rischia di porre l'impresa in posizione di stallo laddove dovessero nascere controversie.

Il tema della governance assume, anche in relazione a quanto brevemente accennato in merito alla parte debole e alla parte forte,



un'importanza basilare. La riduzione del rischio nella governance dell'impresa significa creare i migliori presupposti del suo funzionamento: di conseguenza la possibilità, per l'impresa, di generare profitto. Perché dunque non ipotizzare di attribuire al discendente con maggiori doti imprenditoriali il pacchetto di controllo, con garanzia di reddito per l'altro figlio, attraverso la definizione di dividendi minimi? Il differente trattamento patrimoniale può trovare compensazione attraverso l'assegnazione di altri beni (immobili, titoli, liquidità) assicurando quindi l'equità (patrimoniale) ricercata dai genitori.

Nell'ambito della governance si inseriscono anche altre componenti quali, a titolo esemplificativo, la gestione della successione in caso di premorienza della seconda generazione, e quindi il ruolo che possono assumere gli eredi (soprattutto i coniugi superstiti). Risulta pertanto evidente che la definizione del miglior sistema di governance non può che passare attraverso un'attenta analisi di numerosi aspetti fra i quali anche quelli relazionali. Anche in questa fase l'intervento di professionisti qualificati diventa di grande utilità per disegnare il migliore scenario possibile, per aprire un sano dibattito proprio per non trascurare alcun dettaglio.

### **L'ingresso di terzi nell'impresa familiare**

Il coinvolgimento di soggetti terzi nell'impresa familiare rappresenta in alcune circostanze una scelta obbligata oppure, in altre, l'esito di attente riflessioni sul migliore assetto organizzativo.

Laddove non siano presenti e/o disponibili discendenti "adatti" per la guida delle imprese familiari (si pensi a un gruppo di imprese facenti capo alla medesima famiglia – in detta circostanza si apre il tema del passaggio generazionale del management, tuttavia facilitato dall'assenza di risvolti emotivi – oppure alla presenza di un solo discendente che ha adottato scelte personali che non lo vedono coinvolto nell'impresa familiare), la presenza di manager esterni rappresenta l'unica alternativa alla deri-

va dell'impresa. Diverse, invece, sono le motivazioni che portano alla scelta di inserire manager esterni pur in presenza di familiari coinvolti nella conduzione dell'impresa familiare: sono di solito dettate dall'esigenza di innovarsi tramite il confronto con soggetti terzi che hanno maturato esperienze diverse da quelle dell'impresa familiare.

Assodato che l'ambiente nel quale operano le imprese subisce importanti mutazioni e in modo veloce (si pensi alla globalizzazione, alla nascita di nuovi strumenti informatici, alle guerre dei dazi e alle loro conseguenze), appare evidente l'importanza di adeguare alle nuove esigenze i propri modelli organizzativi, i propri processi.

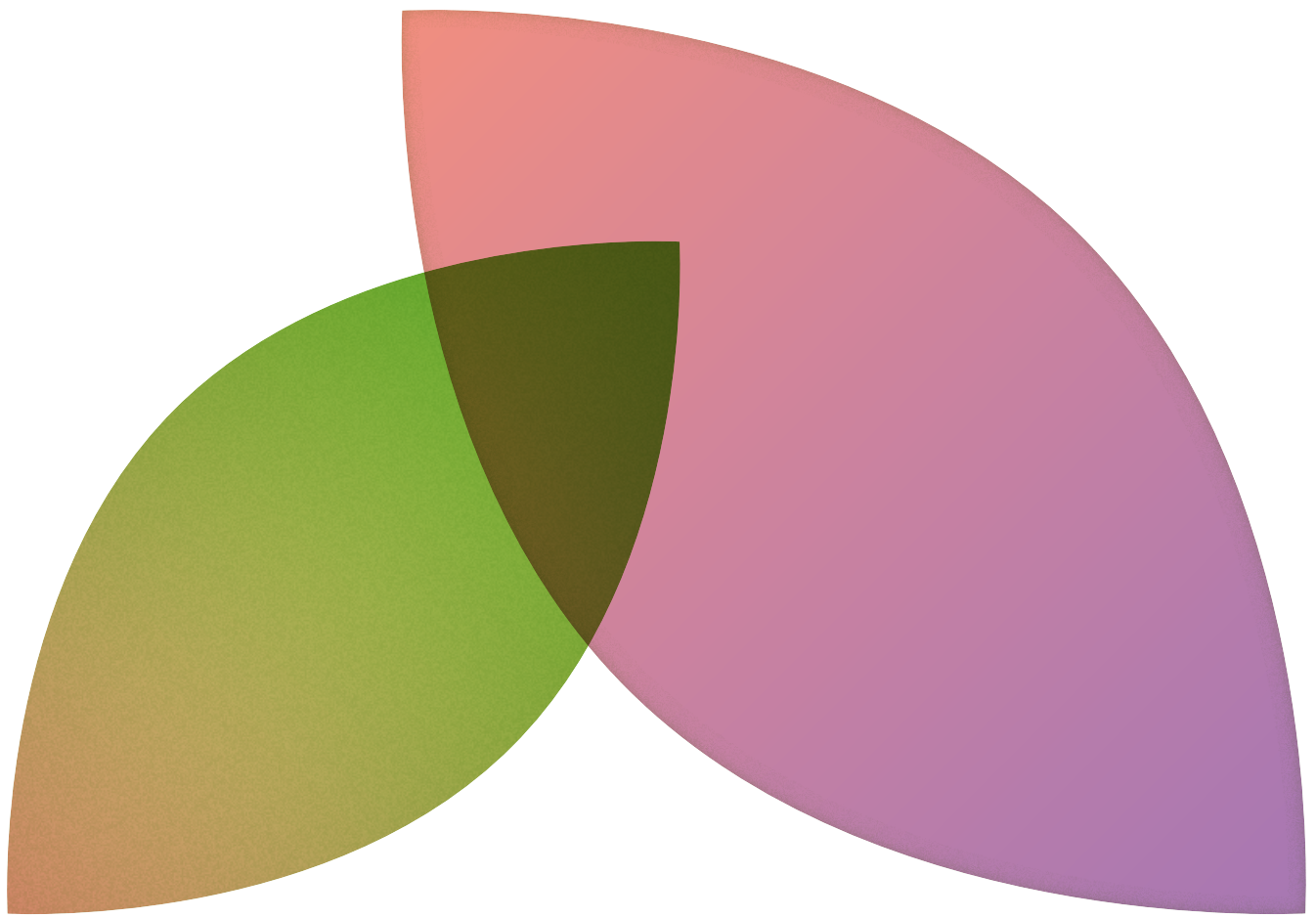
La presenza di soggetti terzi può facilitare l'individuazione e l'attuazione di adeguate soluzioni grazie al confronto e alla possibilità di attingere a esperienze e conoscenze non acquisite nell'ambito della stessa impresa familiare.

Ma, spesso, le imprese familiari, per la loro naturale connotazione, non sono naturalmente portate ad aprirsi a estranei: consolidano la propria organizzazione, il proprio stile, riscontrando in modo quasi automatico difficoltà ad adeguarsi in modo coerente con le nuove situazioni di mercato.

Alcune imprese familiari hanno dato dimostrazione di grande lungimiranza consentendo l'ingresso nei CdA di soggetti terzi, senza poteri, unicamente per poter approfittare del loro apporto intellettuale. Non svolgono ruoli operativi ma, al contempo, permettono la creazione di spazi di brain storming garantendosi la possibilità di adottare soluzioni innovative. È utile osservare che questa apertura è spesso promossa dalle nuove generazioni, altrettanto spesso promossa con lo scopo di facilitare la discussione fra i familiari. In conclusione, se la matrice familiare rappresenta l'elemento coagulante e determinante per il successo ottenuto, il cambiamento, frutto di una precisa progettazione, costituisce il fulcro per garantirne la continuità.

(di **Ciro Vestita**, [c.vestita@mecm.eu](mailto:c.vestita@mecm.eu)) ■

***Nell'ambito della governance si inseriscono anche altre componenti quali, a titolo esemplificativo, la gestione della successione in caso di premorienza della seconda generazione, e quindi il ruolo che possono assumere gli eredi (soprattutto i coniugi superstiti)***



31° salone internazionale del biologico e del naturale  
31<sup>st</sup> international exhibition of organic and natural products

BolognaFiere  
6-9 Settembre / September 2019  
[www.sana.it](http://www.sana.it)



sana food



sana care&beauty



sana green lifestyle

an event by



con il patrocinio di  
with the patronage of



con il sostegno di  
with the support of



in collaborazione con  
in collaboration with







# In crescita il business del biologico

**L'interesse per il bio food e la bio cosmesi è confermato dalle previsioni di presenze alla prossima edizione di Sana a Bologna**

La 31esima edizione di Sana-Salone Internazionale del biologico e del naturale si terrà a Bologna dal 6 al 9 settembre 2019, organizzata da BolognaFiere, in collaborazione con Assobio e Federbio, con i patrocini del Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare e del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo e il supporto di ITA-Italian Trade Agency.

A poco meno di un mese dall'apertura, le adesioni sono state tali (1.000 le aziende espositrici) da richiedere un padiglione aggiuntivo rispetto a quelli inizialmente previsti, per un totale di 6 (21, 25, 26, 28, 29 e 30) e di 60.000 metri quadrati di esposizione, nei settori:

- **FOOD**, che avrà per protagoniste le aziende del settore dell'alimentazione biologica italiana e internazionale;
- **CARE&BEAUTY**, lo spazio dedicato ai produttori di cosmetici biologici e naturali, prodotti per la cura del corpo, integratori alimentari, prodotti/servizi naturali per la cura della persona;
- **GREEN LIFESTYLE**, che proporrà, infine, tecnologie, prodotti e soluzioni ecocompatibili, per uno stile di vita sano e responsabile.

## Convegni, workshop e seminari

L'offerta espositiva di SANA si completerà con un ampio programma di eventi e un'importante azione di incoming di delegazioni commerciali estere in arrivo da 30 Paesi; sono previsti più di 2.000 incontri programmati.

Confermata, anche nel 2019, la presentazione dell'Osservatorio SANA (a cura di Nomisma): in programma nel pomeriggio di venerdì 6 settembre, il focus di questa edizione è dedicato

al posizionamento competitivo del Bio Made in Italy sui mercati esteri, con un approfondimento sui mercati russo e giapponese, grazie alla partecipazione di Giuseppe Russo, direttore dell'Ufficio ITA di Mosca, e di Antonella Marucci, vicedirettore dell'ufficio ITA di Tokyo. A questo si aggiunge la presentazione dei numeri chiave del settore biologico in Italia e dei risultati dell'indagine sul consumatore italiano. Sono tre i temi su cui vertono i convegni di SANA Academy, che nell'ultima edizione hanno fatto registrare un +27% di partecipanti. Nelle giornate di sabato 7 e domenica 8 settembre, si metteranno a confronto intolleranze e allergie alimentari. Oggetto del secondo incontro saranno gli integratori alimentari che contengono botanicals e le loro interazioni con gli alimenti e i farmaci. Il terzo e ultimo approfondimento avrà per protagonista il possibile uso dei sottoprodotti della filiera agro-alimentare nello sviluppo di nuovi prodotti per la salute umana. ■





# Eco prodotto in eco pack: un passaporto per l'export?

**È il tema dell'incontro in calendario il 7 settembre a Bologna. Si condivideranno esperienze su come un imballo eco-sostenibile possa sostenere lo sviluppo sui mercati esteri**

In collaborazione con Sana 2019 e col contributo iniziale di alcuni espositori scelti dalla redazione, COM.PACK sta preparando già sulle pagine di questo numero i punti del convegno dedicato al tema dell'export e al ruolo dell'eco-packaging.

Si vuole agganciare l'obiettivo di internazionalizzazione delle imprese italiane ad uno degli strumenti da sempre ritenuto strategico: il packaging. Guardando alle principali destinazioni, come Francia, Germania, Regno Unito, Stati Uniti e Canada, ma con un occhio anche alla Russia e al Giappone, emerge l'importanza del fattore 'ambiente': il senso critico e le attese dei consumatori in fatto di bio-bellezza non si fermano al prodotto ma, come avviene sempre di più anche in Italia, si 'pesa' anche il carico ambientale del packaging prima di comprare.

## I quesiti

Ripensare la confezione in chiave 'ambientale' può quindi essere un vantaggio?

Un eventuale investimento in attività di R&D, una revisione delle logiche di acquisto, implementare una policy adeguata, ...sono elementi che pagano sul piano della reputazione, dei contenuti della comunicazione, dell'identità del brand?

La coerenza di un eco prodot-

to in un eco pack emerge e distingue?

E soprattutto, cosa significa un eco-pack?

## Il ruolo del packaging

In 8 anni e 40 numeri di rivista dedicata al packaging eco-sostenibile, COM.PACK conferma che non è la confezione il principale generatore di impatti ambientali; purtroppo, cercare soluzioni migliorative degli imballaggi è necessario per due motivi: perché più che in altri settori, in cosmetica il packaging è il prodotto, e poi perché il packaging ha il compito, oltre che informare, anche di educare ad un consumo critico e consapevole, e ciò è lo specifico della cosmetica naturale.

## Un'anteprima del convegno

Per rispondere alla sfida "Eco prodotto in eco pack: un passaporto per l'export?" COM.PACK ha pensato innanzitutto di chiedere adesso, in anticipo, ad alcune aziende di sintetizzare il proprio approccio al tema: nelle pagine seguenti, in ordine alfabetico, le imprese hanno risposto in merito ai seguenti punti: materiali di riciclo, riduzione di imballaggio, adozione di refill, acquisto di materiali da fonti rinnovabili certificate, utilizzo di energie rinnovabili per i processi industriali, azioni compensative delle emissioni di CO<sub>2</sub>, ideazioni di contenitori mono-materiali, certificazioni.

Dalle risposte emerge un quadro complesso e articolato, non univoco, che conferma la necessità di approcci differenti a seconda dei prodotti e dei modelli di business. Tuttavia, iniziano a delinearsi problemi condivisi: la difficoltà delle bioplastiche compostabili ad interagire con so-





stanze sì naturali ma comunque 'aggressive', il costo delle bioplastiche, l'eccezionale inerzia delle plastiche fossili (e biobased ma non compostabili) ai componenti cosmetici, la stabilità e nobiltà del vetro insieme ai suoi punti di debolezza; ma emergono anche fattori non tecnici: i consumatori non sanno che la prevenzione

è più importante di un eco materiale, quindi un prodotto efficace e concentrato 'dura' più a lungo, e che a parità di tempo, si ha meno bisogno di materiale da imballaggio. Gli spunti che arrivano dalle imprese sono questi ma tanti altri. E saranno la base per parlare di packaging e di export. ■

## APPUNTAMENTO IL 7 SETTEMBRE!

Il prossimo **7 settembre, alle ore 10** in **Sala Suite - Centro Servizi, Blocco D - 1° piano** sono invitate le aziende espositrici di Sana coinvolte in questo Speciale, gli altri espositori, i visitatori, fornitori di tecnologie e imballaggi, ed anche esperti che ci aiuteranno a condividere esperienze e sfide. Non ci saranno relazioni vere e proprie, piuttosto un collage di storie sollecitate in modo spontaneo dal pubblico. Si cercherà di raccogliere esempi, case history, incrementi di vendite, flop, cambi di rotta, innovazioni tecniche, campagne di comunicazione: insomma, tutto quanto si è sperimentato nel rapporto con i mercati esteri attraverso il packaging.

### I RELATORI

Per avviare il confronto, il convegno sarà aperto dai brevi interventi di tre esperti di tre ambiti differenti: **Patrizia Perego**, del Food Engineering Lab del Dipartimento di Ingegneria Civile, Chimica e Ambientale (DICCA) dell'Università di Genova. Il gruppo di ricerca studia la valorizzazione di residui dell'industria agroalimentare dai quali estrarre con metodi non convenzionali molecole nobili per produrre farmaci, cosmetici e bio-packaging. A **Massimo Zonca**, Packaging and Process Technologies Expert, il compito di impostare il problema dell'adozione di biomateriali per il packaging ed in generale di cambiare l'approccio alla confezione secondo obiettivi di sostenibilità ambientale. Infine, all'economista **Antonella Simone**, analista finanziaria e socia fondatrice di EXSSA, analizza la funzione ambientale del packaging nella direzione dell'eco design, per evitare che si trasformi in rifiuto facendone invece un asset.

# Eco prodotto in eco pack: un passaporto per l'export?

**Sabato 7 settembre 2019 - Sala Suite - Centro Servizi, Blocco D - 1° piano  
Sana 2019 - BolognaFiere**

COM.PACK

In collaborazione con







# Pack e biocosmesi: esempi di buone pratiche

**Una galleria sintetica di approccio  
al problema dell'imballaggio eco-compatibile  
visto da una selezione di espositori a sana 2019**

In queste pagine, COMPACK ha coinvolto alcuni espositori dell'area Sana 2019 Care & Beauty. A tutti abbiamo chiesto di illustrare in sintesi il loro approccio alla sfida ambientale. A parte l'associazione Assoerbe, le aziende presentano il loro punto di vista in ordine alfabetico.

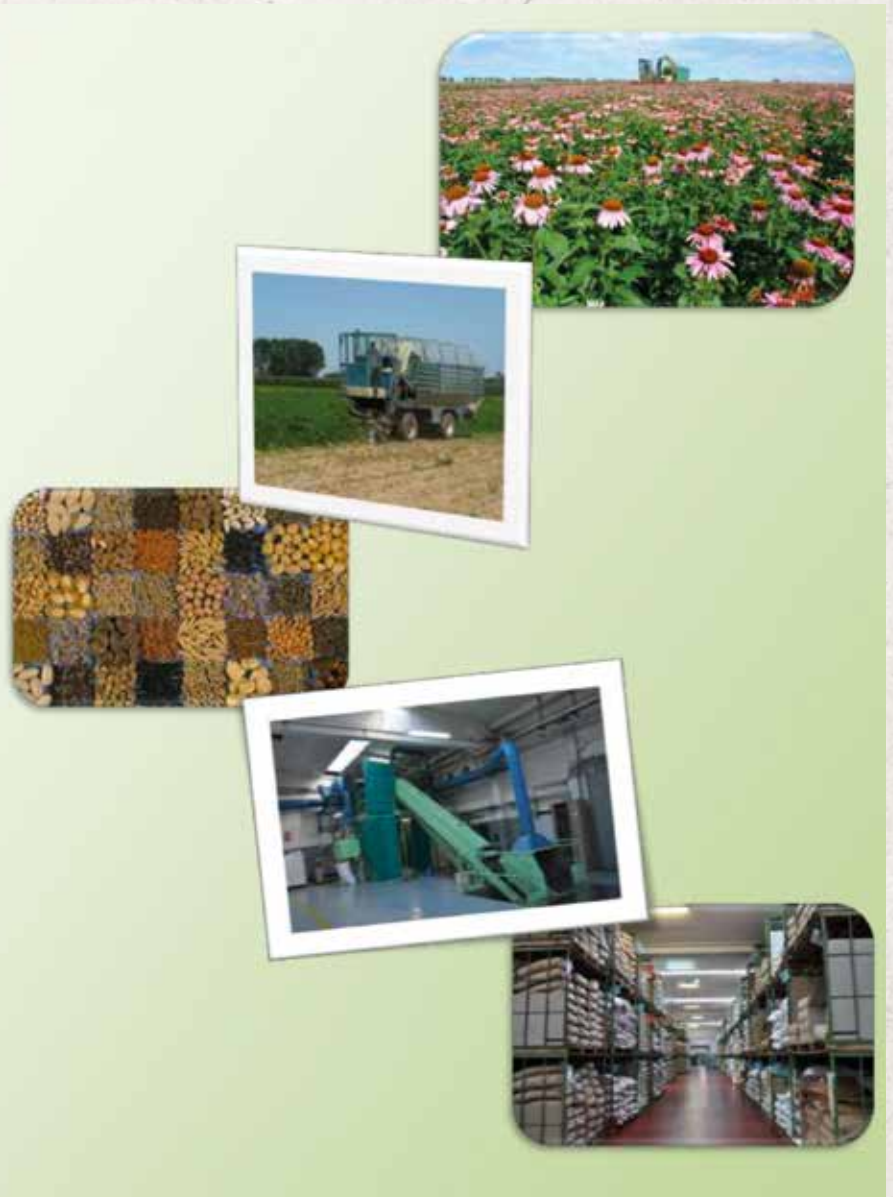




## ASSOERBE

### Smart packaging e tecnologie 'light' per le erbe

Nata 38 anni fa a sostegno delle imprese della filiera delle erbe aromatiche, medicinali, e da profumo, delle spezie, degli estratti vegetali, degli oli essenziali e dei loro derivati, Assoerbe cura anche una serie di strumenti a supporto delle 20 aziende associate (che rappresentano l'80% del mercato italiano) e fra questi le Linee Guida sulla Qualità delle Piante Officinali. Il documento dedica particolare attenzione al problema dei contaminanti: la legge non disciplina tutti i contaminanti della materia prima vegetale, non sempre indica limiti massimi, mentre Assoerbe ne ha introdotto di specifici come regolamentazione volontaria a tutela della salute, dei prodotti e del comparto stesso. "I contaminanti - spiega Renato Iguera, Presidente dell'Associazione - si generano soprattutto in fasi precedenti l'importazione, che riguarda il 70% del volume commercializzato dai nostri associati; in particolare, le micotossine, sostanze tossiche prodotte da muffe la cui formazione è favorita da condizioni di stoccaggio e trasporto non idonee, dove temperatura ed umidità ne favoriscono la formazione. Le aziende associate sono molto sensibili a queste problematiche e sicuramente sono interessate a trovare le soluzioni migliori per contrastarle. L'associazione potrebbe pertanto essere interessata a conoscere possibili applicazioni al packaging e all'immagazzinamento tramite materiali e tecnologie in grado di prevenire la formazione di muffe e altri contaminanti derivati da agenti microbiologici: quali rivestimenti speciali di cisterne, coating di sacchi in materiale plastico o vegetale in grado di prevenire o rallentare la formazione di composti indesiderati, trattamenti termici adatti purché ammessi dalle norme vigenti, etc.". Il packaging di oggi deve essere completamente differenziabile e riciclabile, non avere peso eccessivo per non aumentare i costi e i consumi per il trasporto delle merci, possibilmente derivato da fonti rinnovabili e prodotto attraverso processi industriali poco o meno impattanti sull'ambiente.







## ALLEGRONATURA

### Efficacia e concentrati riducono la quantità di packaging



AllegroNatura produce cosmetici naturali ed ecodetergenti per la cura della persona e della casa. Progettazione e produzione avvengono in Italia, ricorrendo ad energia certificata proveniente da fonti rinnovabili; i prodotti seguono i disciplinari di parti terze relative all'assenza di ingredienti di origine animale, assenza di test su animali, biodegradabilità superiore ai limiti di legge di ogni ingrediente e del prodotto ottenuto, esclusione di ingredienti, materie prime e materiali discutibili sotto il profilo ambientale. La cura nel progettare il prodotto riguarda anche il packaging: sono escluse confezioni monodose, in materiali non riciclabili, l'overpackaging; la concentrazione e la

maggiore efficacia a parità di dosi sono considerate la prima forma di prevenzione degli impatti e di conseguenza dei rifiuti da imballaggio. La scelta dei materiali deve tener conto dei criteri della sicurezza della persona, dei bambini, degli ambienti, del minor spreco possibile, del giusto dosaggio. In occasione di Sana 2019, sarà presentato il progetto "meno plastica, più futuro": packaging in vetro e in alluminio sostituiranno gradualmente quelli polimeri, sia fossili vergini e riciclati, sia in bioplastiche biobased.

## BEFREE

### L'eco design applicato ai detergenti casa

I 5 prodotti per la pulizia della casa a marchio BeFree Home nascono seguendo le indicazioni di eco design della norma ISO 14006 e rappresentano una rarità nel panorama di questo settore. Presenti in Italia tramite Studio Castello, e distribuiti nel canale specializzato in tutta Europa, sono prodotti nei Paesi Baschi da A&B Laboratorios, realtà di R&D nel settore di enzimi, microorganismi e principi attivi derivati dalla chimica verde che produce ricerche, prodotti in lotti industriali e appunto la linea consumer BeFree Home. Nei settori regolamentati da Ecolabel, la casa basca aderisce alle indicazioni previste dalle norme europee di questo marchio, in altri casi si è data standard elevati di riduzione degli impatti, oltre che sul prodotto, anche sul packaging. L'elevata efficacia dei prodotti, insieme alla multifunzionalità, agiscono come fattore di prevenzione nel consumo di packaging a parità di utilizzo del contenuto. Dispenser, foamer ed erogatori sono stati scelti fra quelli privi di parti metalliche per favorire il riciclo, mentre per i flaconi e le etichette si ricorre soltanto a PE e PP indicate dai criteri di eco design della norma ISO quali i polimeri in grado di ridurre gli impatti ambientali: ciò limita il ricorso a fornitori generici di imballaggi in plastica, soprattutto nel caso di plastica di riciclo per la quale Ecolabel e ISO 14006 richiedono certificazioni particolari.





## BIOFFICINA TOSCANA

### Meno plastica e 'bio-based' per Biofficina Toscana



Biofficina Toscana si propone come laboratorio fito-cosmetico fortemente radicato nel territorio toscano, dal quale 'preleva' ingredienti (piante, fiori, frutti, sfridi di produzioni agroalimentari bio) per realizzare 90 prodotti articolati in 7 linee: detergenza, capelli, corpo, viso, uomo, bimbi e casa). I criteri base sono: approvvigionamenti di prossimità, artigianalità, innovazione, brevettazione, scientificità e certificazione. Non vengono utilizzati solventi di tipo petrolchimico; per il packaging è stata scelta una riduzione dei materiali plastici, sono privi di scatola e di foglietto illustrativo; il materiale informativo è realizzato in carta certificata FSC (Forest Stewardship Council) composta al 100% da fibre riciclate, sbiancate senza l'uso del cloro; i gadget sono prodotti in Italia con materiale ecologico. Biofficina Toscana sta valutando possibili alternative alla plastica, ottenendo di recente buoni risultati dai test di stabilità legati ad alcuni materiali e senza impattare troppo sul prezzo finale del prodotto. Gli ultimi prodotti usciti, Mousse basic viso-corpo e capelli e Siero finish anticrespo, sono stati confezionati in materiale bio-based, ricavato dalla lavorazione degli scarti della canna da zucchero e non oil-based, un pack conferibile nella normale raccolta differenziata della plastica.



## BIOSLINE

### Prioritario è gestire gli impatti connessi all'uso dell'energia

Specializzata in integratori alimentari, dispositivi medici e cosmetici naturali, Bios Line è impegnata nel monitorare i propri impatti e compensarli. Dal 2008 ha scelto di contabilizzare le proprie emissioni legate alle attività industriali e commerciali: la prima forma di compensazione è l'acquisto di crediti di carbonio legati a progetti di riforestazione e tutela delle foreste sia in Italia sia all'estero. Sempre in tema di foreste, per i suoi stampati e imballi di spedizione utilizza carta proveniente da risorse gestite secondo

i principi eco-sostenibili e certificate in base ad uno standard internazionale. Per il fabbisogno energetico ha scelto elettricità e gas da fonti rinnovabili ed è dotata di impianto fotovoltaico da 60 Kw di potenza installata. Bios Line cerca di compensare anche le emissioni connesse alle visite al proprio website, un problema poco affrontato ma di elevato impatto sui consumi energetici.

L'impegno riguarda anche la preferenza per fornitori, ed anche collaboratori e dipendenti vicini alla sede, anche per ridurre l'impatto legato alla mobilità. Banditi i test su animali, sostituiti da altri di equivalente efficacia e certificati.







## BRAZZALE

### Riutilizzo e materiali riciclabili per trasmettere eleganza e natura

Specializzata nella selezione e distribuzione di cosmetici naturali, per Brazzale Distribution

è molto importante selezionare prodotti il più possibile naturali e puliti, racchiusi in packaging facilmente e completamente riciclabili, che non vengano però meno ai principi di eleganza e bellezza che ogni prodotto cosmetico dovrebbe incarnare. L'esempio più interessante di soluzione "eco" delle confezioni è senza dubbio la loro capacità di essere riutilizzate: una volta aperto il prodotto infatti, possono diventare contenitori per vari tipi di oggetti: pennelli, matite, caramelle... in base alla fantasia del consumatore. Questo permette non solo di prevenirne lo spreco, ma anche di preservare il lavoro di design che è parte della realizzazione di ogni prodotto cosmetico.



## CASA MENCARELLI

### La bellezza 'pulita' passa per il pack

Per la propria gamma di prodotti per la cura e la detergenza della pelle, Casa Mencarelli ha scelto la certificazione Cosmos, che esclude test su animali, ingredienti geneticamente modificati,

sostanze chimiche con impatti non sicuri, parabeni, ftalati, colori e profumi sintetici e richiede ingredienti biologici, colori e profumi ottenuti da piante e fiori, protezione della fauna selvatica e della biodiversità, ingredienti biodegradabili e di conseguenza un imballaggio ridotto quanto a pesi e volumi e con il più alto tasso possibile di materiale riciclato.

In particolare, Casa Mencarelli ha scelto il vetro con sistemi di chiusura e di erogazione in plastica ma sempre separabili manualmente e negli impianti di riciclo del vetro. L'etichetta è in polipropilene con laminazione. In controtendenza con la maggior parte delle case cosmetiche, per i campioni di prodotto è stato scelto sempre il vetro, un dettaglio che stupisce i clienti e che contribuisce alla memorabilità della marca e dei prodotti. Il packaging secondario è in cartone riciclabile su carta FSC, stampato con inchiostro vegetale. Per motivi igienici è stato scelto di non ricorrere ai refill, ma Casa Mencarelli sta cercando una soluzione per una determinata categoria di clienti.







## COSMESI SICILIANA

### Vetro, no pack secondario e test PE biobased

Alla ricerca di un punto di equilibrio fra packaging, immagine e rispetto dell'ambiente, Cosmesi Siciliana cerca soluzioni coerenti con la scelta delle formule e delle materie prime. Per le proprie linee viso e corpo, capelli, protezione solare e le versioni profumate, viene prediletto il vetro perché non disperde sostanze chimiche, preserva al meglio ed è inerte al contatto col prodotto. La logica che invece ha portato alla scelta delle materie plastiche per bagno doccia, shampoo e lattini corpo è evitare il rischio di cadute, rotture e igiene, considerato l'ambito e l'occasione di utilizzo; tuttavia, è stato scelto di non aggiungere etichette ma la stampa diretta sul contenitore. Per le linee solare, capelli, Aetna e Il profumo della buonanotte, è stato scelto di ridurre gli imballaggi, eliminando le confezioni esterne. (solo l'eau de toilette Aetna ha l'astuccio). Il laboratorio di Cosmesi Siciliana sta testando il confezionamento di alcuni prodotti in contenitori realizzati in PE da fonti vegetali rinnovabili. Dalle prove avviate, tuttavia, probabilmente a causa di una maggior porosità del materiale, in alcuni casi si è verificato un ingiallimento dei tubi.

## ERBE NOBILI

### In primis qualità alta e costante e la salute del consumatore

Specializzata nella preparazione di prodotti spagyrici, con metodo brevettato, Erbenobili controlla direttamente la produzione in un laboratorio di 800 mq dove è prioritario il controllo di umidità, aria e temperatura di tutte le differenti fasi, dalla macerazione fino al confezionamento. Quest'ultima fase è sotto la responsabilità del Laboratorio Controllo Qualità, che stabilisce i materiali a contatto con i prodotti, i formati del confezionamento e i sistemi automatici per l'imballaggio. Il manuale di autocontrollo HACCP governa le attività di 3 distinte Filiere: integratori alimentari fluidi, integratori alimentari granulati, integratori alimentari in compresse. Per ciascuna fase di produzione delle tre filiere - dall'accettazione delle materie prime allo stoccaggio in magazzino dei prodotti finiti - sono stati definiti i rischi per la salute dei consumatori e le relative misure da adottare al fine di garantire la qualità assoluta e costante dei prodotti. Ogni variazione, modifica o innovazione nelle soluzioni di confezionamento è soggetta ai criteri di gestione e controllo della qualità.







## EUROVETROCAP

### Energie rinnovabili, refill e molto riciclato



Specialista in packaging cosmetico, per make up e farmaceutico, Eurovetrocap propone confezioni primarie a contatto col prodotto in vetro e polimeri, fornendo servizi di stampaggio, decorazione e assemblaggio anche su misura. Per rispondere alla crescente domanda di eco-soluzioni, ha scelto una strategia progressiva: ricorre dal 2011 ad energie rinnovabili (mix tra fotovoltaico e acquisto in rete di rinnovabili), dal 2013 è certificata ISO 14001 (sistema di gestione ambientale), poi ha adottato gradualmente veicoli a motore ibrido ed elettrico. Ha redatto una serie di definizioni sull'eco-compatibilità dei prodotti per condividere coi clienti il significato dei termini ed infine ha cominciato a proporre alcune soluzioni in grado di limitare gli impatti del packaging. Le due ultime proposte sono Refill 50 ml, un vaso in vetro con coperchio e alloggiamento in PP riciclato derivante da sfridi industriali; il coperchio è ermetico ma privo di guarnizione. Il vaso Licata 50 ml è in vetro riciclato al 75%, una quota altissima nel campo del vetro cavo; un altro 15% deriva da vetro riciclato post produzione. Protegge il prodotto al 99% dai raggi UV. Il saving energetico è del 36% rispetto ad un vaso in vetro trasparente non riciclato.

## GREEN PROJECT

### Prevenire la formazione di rifiuti e favorire il riuso

Con un portafoglio di oltre 800 prodotti selezionati e distribuiti nei settori cosmetici e cura e detergenza della persona, Greenproject punta innanzitutto a limitare lo spreco: per esempio promuovendo i pannolini lavabili EasyPù e la coppetta mestruale Natù, due soluzioni che riducono la quantità di rifiuti non riciclabili. Scegliendo i bag in box per la detergenza, si diminuisce l'utilizzo

della plastica di circa l'80% (calcolato sul peso rispetto al flacone da litro). Sono in fase di ampliamento le soluzioni sfuse ed i grandi formati. Un altro ambito d'intervento è la riduzione dell'over packaging, mantenuto solo sui prodotti per i quali risulta necessario inserire informazioni normative e di sicurezza: in questi casi si preferiscono soluzioni monomateriali, possibilmente in carta/cartone certificati. Quanto alla sostituzione delle plastiche, con le biodegradabili-compostabili si ripresenta il problema dell'azione degradante degli oli essenziali: la partnership fra utilizzatori e produttori di bioplastiche risulta però complessa. Le confezioni in plastiche da risorse rinnovabili hanno costi non compatibili con i margini sui prodotti, rispetto a PET e PEHD. L'analisi ambientale del ciclo di vita del vetro toglie la speranza di una soluzione relativa agli impatti. In generale, Greenproject ritiene il riutilizzo la strada migliore sulla quale fare innovazione.







## HERBATINT

### Coerenza ambientale e sociale, lungo tutte le fasi

Da sempre Herbatint promuove un concetto di bellezza naturale eco-compatibile. Antica Erboristeria, azienda di cui Herbatint è il marchio faro, nel 2016 ha ottenuto la certificazione B Corp, un nuovo paradigma di business che vede le imprese come attori principali per la risoluzione dei problemi sociali e ambientali. Dal 2017 Antica Erboristeria ha rinnovato il proprio impegno diventando Società Benefit e integrando nel proprio statuto sociale obiettivi a impatto positivo per il pianeta e la comunità. Nel 2018 l'head quarter aziendale, sede direzionale e centro di produzione, ha ottenuto la certificazione LEED Silver che classifica gli edifici progettati e costruiti secondo i migliori profili di sostenibilità ed efficienza energetica al mondo. Lo stabilimento utilizza il 100% di energia verde, adotta accorgimenti per la riduzione di CO<sub>2</sub> e per il risparmio idrico.

Il prodotto riflette gli stessi valori: la formula è altamente bilanciata e arricchita da 8 estratti vegetali biologici selezionati. Il packaging è realizzato con carta non plastificata certificata FSC, totalmente riciclabile e proveniente da foreste gestite responsabilmente. I flaconi all'interno, perfettamente richiudibili, possono essere utilizzati per più applicazioni.

Con l'intento di ridurre l'impiego di plastica e di promuovere la caratteristica multi-utilizzo del prodotto, nel 2019 Herbatint ha introdotto la versione 3Dosi "Più colore e meno spreco", che si presenta in formato raddoppiato, consentendo tre o più applicazioni con un'unica confezione.



## HERBSARDINIA

### Riciclabili, riciclati e minimalismo per biocosmetici dalla Sardegna

Herbsardinia produce cosmetici biologici certificati utilizzando solo materie prime biologiche provenienti dal patrimonio erboristico della Sardegna. La raccolta, la selezione, la preparazione, il trattamento e la produzione avvengono con metodi tradizionali e senza ricorrere a SLS, SLES, parabeni, colori e profumi artificiali. Nella scelta del packaging, si punta a veicolare valori e immagine dell'ambiente naturale tipico sardo, anche idrico ed atmosferico, che determina la qualità degli ingredienti. Trasmettere queste prerogative con la confezione significa preferire contenitori in materiali riciclabili, astucci e packaging secondari da riciclo, grafica appositamente minimalista per concentrare l'attenzione e il giudizio dei consumatori sulla qualità dei prodotti. Spontaneità e un livello di elaborazione molto contenuto sono i due criteri ispiratori del packaging per creare sintonia con la natura aspra e diretta dell'isola. Anche tessuti naturali e grezzi in funzione anti-urto possono concorrere a completare il packaging, per esempio nel caso dei profumatori per ambiente biologici, preparati da ragazzi disabili dell'ANFFAS per un'operazione di beneficenza di Herbsardinia denominata "Profumo di Solidarietà".







## L'ERBOLARIO

### **Oltre che nel packaging, investire in energie rinnovabili ed efficienza**

Da più di 40 anni marchio di riferimento della cosmetica di derivazione vegetale, L'Erbolario deve il suo successo alla qualità dei prodotti, ma in larga parte anche al suo profilo etico. L'evidenza a livello di prodotti di questa vocazione si riscontra in primo luogo nell'adozione di pratiche ecosostenibili, come quella di dotarsi volontariamente, fin dal 2002, di un Sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001, che minimizza le attività aziendali che hanno un impatto sull'ambiente e definisce un programma di continuo miglioramento.

Per il sito produttivo e logistico, L'Erbolario impiega solo energia da fonti rinnovabili, in gran parte autoprodotta nel suo parco fotovoltaico da ben 977 Kwp. Il Polo logistico vanta un sistema di riscaldamento geotermico e uno di raffrescamento a pavimento con acqua di falda. Riguardo alle materie prime, sin dal 2005 le attività agricole del podere L'Erbolario, tutte biologiche, sono certificate da ICEA, Istituto per la Certificazione Etica ed Ambientale. Anche il packaging è ecosostenibile: in luogo della plastica tradizionale, adozione di materiali riciclabili e da fonti rinnovabili, come Green PE (100% derivato da canna da zucchero) e Green PET (30%).

Per tutti gli articoli in carta e cartone si scelgono solo quelli certificati, ottenuti cioè da fonti gestite responsabilmente.





## PUROBIO

### Un corredo 'eco', dal prodotto fino alla shopping bag

puroBIO Cosmetics è un brand di make up biologico e certificato nato cinque anni fa con il lancio di 21 matite senza packaging secondario per ridurre l'impatto ambientale. Nel tempo, con l'ampliamento della linea con prodotti fluidi e polveri, l'azienda barese ha posto particolare attenzione anche alla scelta del packaging primario e secondario.

L'altissimo numero di componenti assemblate che creano il pack primario di un prodotto make-up è forse una delle maggiori difficoltà nell'eco-design delle confezioni.

Il primo passo importante di puroBIO in questa direzione è stata l'adozione di un packaging refill su circa 60 delle sue referenze di prodotti compatti in cialda, una scelta che genera vantaggi di tipo economico e ambientale: le cialde-refill riducono l'utilizzo di pack in plastica e consentono di personalizzare la palette magnetica presente nella gamma di prodotti. I prodotti sono compattati in un fondello di alluminio e confezionati in astucci di cartoncino, entrambi riciclabili. È in corso la modifica delle etichette per comunicare questa scelta ambientale.

Nel caso dei flaconi, per esempio, per "Sunset Fix & Fresh – acqua fissante" è stata scelta bioplastica da fonti vegetali e rinnovabili, derivata dagli scarti della canna da zucchero.

Per le shopping bag, carta certificata FSC, riciclabile e compostabile, realizzate con colle prive di ftalati, e inchiostri ad acqua.





## DECORAZIONI E FINITURE "EFFETTO LEGNO"



Da sempre i brand cosmetici si ispirano alla natura per realizzare i propri prodotti e garantire alla propria clientela finale un importante valore aggiunto. Per andare incontro alle nuove tendenze di mercato, Capardoni propone una collezione di packaging e accessori in stile naturale con decorazioni e finiture "effetto legno". Le tipologie di finiture disponibili sono: Flaconi e chiusure in PE completamente derivato da fonte vegetale additivato con fibre di cellulosa o di legno – Decorazioni con effetto legno su capsule e coperchi – Accessori ricoperti in legno grezzo o verniciato – Diffusori in legno grezzo o verniciato. Gli accessori in legno sono disponibili nelle colorazioni standard: wengé, naturale e sbiancato o possono essere verniciati con colori a scelta del cliente.

Per maggiori informazioni, scrivere a [web@capardoni.it](mailto:web@capardoni.it) o visitare il sito [www.capardoni.it](http://www.capardoni.it)

## ALLUMINIO E CAPSULA IN BIOPLASTICA PER I COSMETICI

ToBeUnique di Tubettificio Favia è un nuovo tubetto deformabile in alluminio con capsula in bioplastica biodegradabile. È stato scelto il tecnopolimero bio lamNature®, prodotto dal gruppo italiano Maip, che recentemente si è aggiudicato il prestigioso premio internazionale Bioplastics Award. 'lamNature' è un Poliidrossialcanoato (PHA) bio-based, un polimero sintetizzato da vari generi di batteri che, grazie all'esperienza di ABA srl, viene stampato in capsula per tubetto. Conserva a lungo la propria integrità in un contesto d'uso, ma una volta terminato il suo ciclo d'utilizzo può venire smaltito come un rifiuto organico in quanto ha la capacità di degradarsi completamente. Può quindi essere gettato direttamente nella frazione umida dei rifiuti domestici. I vantaggi della nuova capsula si uniscono a quelli dell'alluminio che, oltre a consentire un tasso di utilizzo del prodotto più elevato di altre soluzioni (meno residuo dentro il tubetto) è riciclabile al 100%, richiede il 95% di energia in meno rispetto alla produzione da materia prima ed è quindi da considerarsi materiale permanente.



# Espositori, naturalmente.



www.pdesign-it.com

**P-Design progetta e produce espositori da banco e da terra, packaging e supporti espositivi con attenzione agli impatti ambientali:**

- Riduzione dei materiali (prevenzione rifiuti)
- Riduzione-sostituzione dei materiali plastici
- Soluzioni mono materiali per favorire il riciclo
- Soluzioni ricaricabili e durevoli nel tempo
- Adozione di tecnologie di stampa a basso impatto

[www.pdesign-it.com](http://www.pdesign-it.com)







# Dedicata alla cosmetica, anche italiana

**Il Gruppo di Pianoro acquisisce Axomatic e V2engineering e con Dumek dà vita al nucleo della nuova divisione dedicata al settore della bellezza e della cura della persona in cui l'Italia vanta due distretti**

*“Continuiamo a crescere, non possiamo fermarci” ha dichiarato l'amministratore delegato di Marchesini Group, Pietro Cassani*

**M**archesini Group ha messo a punto lo scorso giugno due nuove acquisizioni che daranno nuova spinta propulsiva alle strategie di rapida espansione del Gruppo.

La prima azienda acquisita è la Axomatic di Settimo Milanese (Milano), gioiellino del packaging Made in Italy specializzato nella realizzazione di macchine automatiche per il settore cosmetico, oltre che per il farmaceutico e l'alimentare. Insieme a DUMEK, già entrata a far parte della galassia Marchesini nel 2017, Axomatic - grazie al suo know how trentennale e al portafoglio di clienti multinazionali - darà un'ulteriore accelerata al processo di consolidamento del compar-

to cosmetico di Marchesini, sempre più essenziale per le politiche di crescita del Gruppo.

La seconda acquisizione coinvolge l'azienda V2engineering di Zola Predosa (Bologna), realtà specializzata nella produzione di astucciatrici. Le macchine realizzate da V2engineering - frutto di un mix di alto livello tra manifattura emiliana e tecnologie all'avanguardia - arricchiranno ulteriormente l'offerta di Marchesini nel cosiddetto “fine linea”, un momento chiave della catena produttiva di confezionamento di cosmetici e farmaci.

Entrambe le aziende saranno rilevate con una quota di maggioranza senza mutare, come da prassi, i processi produttivi e i soci di riferimento. Da una parte, esse continueranno a gestire clienti, progetti e prodotti in modo indipendente, secondo le consolidate dinamiche interne.

Dall'altra, in forza della sua partecipazione di maggioranza, Marchesini si occuperà di mettere a punto una supervisione organizzativa e delle attività commerciali di Axomatic e V2engineering, che manterranno comunque le rispettive strutture aziendali, già rodiate per rispondere in modo rapido, snello e flessibile alle esigenze tipiche del cliente cosmetico.

## **Nasce una divisione**

“Continuiamo a crescere, non possiamo fermarci” ha dichiarato l'amministratore delegato di Marchesini Group, Pietro Cassani. “Queste due nuove acquisizioni vanno verso una direzione precisa: rafforzarci ancora di più nel segmento del packaging cosmetico rispettandone esigenze e richieste, spesso diverse da quelle





del mondo farmaceutico. Per riuscirci, abbiamo iniziato a costruire un edificio di 9mila metri quadri interamente dedicato alla gestione di questo segmento". Dopo l'avvio del progetto lo scorso maggio, i lavori per la nuova Beauty Division sono entrati nel vivo a giugno con la costruzione delle fondamenta, a cui seguirà l'edificazione della struttura con uffici e reparto produttivo. Una volta eretta e funzionante, la divisione fungerà da raccordo per tutta la galassia cosmetica del Gruppo, che grazie alle nuove acquisizioni raggiungerà nel 2019 i 50 milioni di euro di fatturato.

### La crescita del settore cosmetico

L'ultima fotografia scattata dall'associazione Cosmetica Italia inquadra un business in fortissima crescita sia in Italia che nel mondo. Nel 2018 i ricavi totali dell'industria cosmetica italiana hanno raggiunto gli 11,2 miliardi di euro, con una quota di export che supera il 42%. Proprio in Emilia-Romagna e in Lombardia si trovano i distretti con la gran parte delle PMI che riforniscono di polveri e creme l'attivissimo comparto francese, il primo mercato di sbocco dei cosmetici Made in Italy. Sempre secondo i dati Cosmetica, nel 2018 l'industria cosmetica italiana ha esportato Oltralpe cosmetici per 567 milioni di euro con una crescita del 2,9% rispetto all'anno precedente. Hanno fatto seguito Germania e Stati Uniti, dove si sono avuti incrementi rispettivamente del 6,9% e del 21,3%.

### Ampio assortimento di coloranti in tubetto

La bellezza come valore universale. È grazie allo sviluppo di questo concept che la Pidielle S.p.A., con il marchio Elgon, è diventata una delle più dinamiche e creative aziende italiane del settore cosmetico capillare. Nel quartier generale di Nerviano, alle porte di Milano, sono sviluppate ogni anno nuove linee prodotto - colori per capelli e trattamenti professionali per la cura dei capelli e della pelle - vendute in oltre 70 Paesi del mondo. Per Pidielle Marchesini Group



ha realizzato alcune linee tubi, che lavorano ad una velocità compresa tra i 60 e i 100 astucci al minuto. Una delle ultime arrivate nello stabilimento di Nerviano è una linea formata da quattro macchine, che gestiscono, da monte a valle, tutto il processo di packaging di tubi contenenti colorazioni per capelli. La somma dei singoli punti di forza di ciascuna di queste soluzioni contribuisce a creare una linea efficiente, versatile e sicura, in grado di confezionare alla velocità di 100 astucci al minuto un'ampia gamma di prodotti cosmetici e farmaceutici. ■

*Nel 2018 i ricavi totali dell'industria cosmetica italiana hanno raggiunto gli 11,2 miliardi di euro, con una quota di export che supera il 42%*



La nuova Beauty Division di Marchesini Group S.p.A.



# Bellezza e sostenibilità: una strada ancora in salita

**Il packaging non si sceglie, si costruisce insieme al prodotto perché è brand. Soprattutto in cosmetica**

*Il settore cosmetico è ancora legato a un codice di comunicazione che vede l'abbondanza di packaging come fondamentale canale di comunicazione del lusso*

In alcune categorie merceologiche parlare di ecologia è molto più complicato che in altre: mentre nel settore alimentare, per esempio, prodotti e confezioni green sono ormai molto comuni, il loro ingresso nel mondo della cosmetica procede a rilento. Le conseguenze ambientali sono drammatiche: il 40% dei rifiuti di plastica è derivante da packaging di cosmetici e un report dell'iniziativa mondiale Zero Waste Week stima 120 miliardi di involucri in materiale plastico ad alto impatto ambientale. Perché? Per quali ragioni il mondo della cosmesi è così refrattario all'uso di packaging sostenibili? Ovviamente è tutta questione di branding.

Il settore cosmetico è ancora legato a un codice di comunicazione che vede l'abbondanza di packaging come fondamentale canale di comunicazione del lusso. Il pack deve creare un mondo di suggestioni e di promesse e per farlo sembrano indispensabili numerosi strati di carta sbiancata e di plastica non riciclabile, preferibilmente saldati insieme da un alto numero di punti colla, per rendere complessa o vana ogni speranza di riciclo.

Spesso il consumatore non sembra rendersi conto di quali siano l'impatto e le conseguenze ambientali della stratificazione di materiali: una confezione contenente, per esempio, uno specchietto e un magnete di chiusura (comuni in molti pack di cosmetica) crea delle serie criticità nel processo di riciclo! Allora come mai questo tipo di con-

fezioni sono così diffuse, anche fra i brand low cost?

In questo settore il cambio di rotta è stato iniziato in anticipo da brand storici come **The Body Shop** (che ha come obiettivo per il 2020 quello di assicurare che il 70% dei propri imballaggi non provenga da combustibili fossili) e **Lush** (che da anni usa pack ridotti al minimo e composti solo da plastica riciclata). Tuttavia, gli esempi restano rari e le scelte sono spesso disomogenee e poco coerenti. Molti brand si impegnano per sfornare intere linee di prodotti "ecologici", "green" e "sostenibili"... ma non esitano ad affiggere loghi e certificazioni "bio" su confezioni dove la plastica regna sovrana. E il consumatore non sembra farci caso: il contenuto deve essere naturale, certo... ma il contenitore sembra irrilevante!

La situazione, paradossalmente, non cambia neanche entrando in erboristeria: perfino qui i prodotti che ambiscono a posizionarsi nella fascia alta non possono/vogliono rinunciare a pack sovrabbondanti e che di naturale non hanno nulla.

Un riferimento incoraggiante è quelli del brand **Naturaverde Bio** che ha lanciato un progetto pilota in cui non solo i prodotti sono certificati come naturali, ma anche le confezioni. Realizzate interamente in cartone riciclato, le scatole della nuova linea sono interamente prodotte usando cartone certificato FSC (Forest Stewardship Council), l'ente internazionale che monitora la corretta gestione forestale e la tracciabilità dei prodotti derivati.

Iniziative sempre più interessanti si vedono emergere nei prodotti di nicchia.







Il brand francese **Lamazuna** ha deciso di affrontare la questione dei rifiuti in modo diverso. I primi prodotti Lamazuna sono stati dei dischetti per rimuovere il make up, lavabili e riutilizzabili. Il brand si è poi sviluppato creando un range completo di saponi, dentifrici e shampoo: tutti rigorosamente venduti in formato solido, per eliminare completamente la plastica e ridurre al massimo gli imballi. Lamazuna non ha comunque voluto rinunciare ad un packaging accattivante e moderno: le scatole dei prodotti (in cartone riciclato) sono di grande impatto e le confezioni regalo in legno sono riutilizzabili in mille modi.

Un altro esempio: il brand americano **Antonym** ha fatto del packaging in bambù il suo principale cavallo di battaglia: le sue confezioni permettono i refill. Una scelta simile è stata fatta anche dal brand Elate, per mediare fra bellezza estetica del pack e ecologia, senza scendere a compromessi con nessuna delle due.

Legno e bambù sono l'unica soluzione? Assolutamente no. I materiali sostenibili, in realtà, sono tantissimi. Ci sono brand, come Tata Harper, che prediligono il vetro e altri che invece scelgono l'alluminio, come il marchio danese Kjaer Weis, in cui per ogni singolo prodotto (incluso il mascara!) è possibile comprare solo il refill.

Infine, la designer guatemalteca **Elena Amato** ha realizzato un'interessante ricerca per la creazione di packaging con fogli di cellulosa batterica, a partire da un impasto di acqua e



scooby biodegradabile al 100%. Lo scooby (il risultato di una coltura di batteri e lievito), utilizzato nel processo, proviene dagli scarti di un'azienda locale; il materiale può essere colorato in modo naturale e l'incollatura avviene tramite umidificazione. Esperimenti di questo tipo, portati avanti da piccole aziende indipendenti con mezzi di produzione ridotti, fanno comprendere come, alla base di scelte ecologicamente più sostenibili, non stiano necessariamente questioni di budget, quanto di mentalità.

Occorre un drastico cambio di rotta, a partire non solo dai brand ma anche dai consumatori, chiamati ogni giorno a scegliere: essere ecologicamente sostenibili è possibile, senza rinunciare né alla propria bellezza né, tantomeno, alla propria igiene personale! E non è necessario nemmeno una rinuncia sul lato della comunicazione... anzi: il branding può solo uscire vittorioso da una maggiore coerenza fra il prodotto contenuto e la confezione che lo contiene. Il percorso non è facile ed è solo all'inizio, ma le potenzialità sono enormi e la strada... tutta in risalita! ■

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

*Occorre un drastico cambio di rotta, a partire non solo dai brand ma anche dai consumatori, chiamati ogni giorno a scegliere: essere ecologicamente sostenibili è possibile, senza rinunciare né alla propria bellezza né, tantomeno, alla propria igiene personale!*



Mirco Onesti, partner e creative director di Reverse Innovation - [Reverseinnovation.com](http://Reverseinnovation.com)

# SPECIALE LEGNO



Gli imballaggi in legno, oltre ad essere nella storia del commercio mondiale lungo i secoli le forme più robuste e sicure per il trasporto delle merci, sono stati e sono ancora nell'epoca moderna gli antesignani dei concetti di eco design e di economia circolare. Ciò è avvenuto ben prima che questi criteri venissero adottati, sia come buone pratiche, sia più di recente come criteri normativi di direttive e regolamenti europei.

Tuttavia, questo primato non nasce soltanto dalla rinnovabilità e dalla naturalità del materiale: le imprese del settore hanno investito e investono tutt'ora in innovazione, automazione, progettazione di circuiti di riuso e sistemi di gestione del fine vita che reimmettono imballaggi e materie prime in cicli logistici e produttivi ad elevato valore aggiunto per tutta l'economia circolare italiana ed europea.





# Il marchio Rilegno sbarca sugli imballaggi in legno

**Pallet, gabbie, casse e cassette riporteranno il marchio del Consorzio a garanzia del riciclo, il più alto in Europa e nel mondo**



**N**asce *Rilegno C'è*, il progetto di marcatura volontaria di ogni singolo imballaggio (pallet, bobine, casse e cassette) con il marchio del Consorzio Rilegno; il progetto nasce dalla collaborazione fra il Consorzio nazionale per il recupero e il riciclo degli imballaggi in legno e le aziende che rappresenta.

Anche Imballaggi Valtanaro spa, storica azienda di Lequio Tanaro (CN) che da più di quarant'anni opera nel campo dell'imballaggio industriale del legno, ha aderito all'iniziativa. Ezio Daniele, amministratore delegato dell'azienda e Presidente di Assoimballaggi, sostiene che "imprimere il marchio Rilegno su ogni imballaggio è garanzia di sostenibilità, che quell'imballaggio entrerà nel ciclo virtuoso del riciclo. Chi utilizza imballaggi in legno 'firmati' Rilegno è sicuro di impiegare materiali che rispettano l'ambiente in un'ottica di riciclo e di economia circolare."

Secondo Nicola Semeraro, Presidente di Rilegno, "comunicare il logo del Consorzio come sinonimo di sostenibilità e di economia circolare su ogni imballaggio in legno, significa raccontare il lavoro di chi, ogni giorno, s'impegna con la massima attenzione all'ambiente; significa dare credibilità e riconoscibilità a una filiera diventata un'eccellenza apprezzata in tutta Europa." Oggi, oltre il 60% degli imballaggi di legno in Italia viene riciclato nella filiera dell'arredo, quando l'Europa si ferma al 30%.

La recente ricerca "Il sistema circolare della filiera legno per una nuova economia" del Politecnico di Milano rivela che, diversamente da quanto accade in altri Paesi, dove il legno post consumo viene prevalentemente bruciato per produrre energia, il sistema Rilegno ha consenti-

to di rigenerare e quindi riutilizzare quasi il 30% degli imballaggi recuperati e di riciclare la parte restante, consentendo di produrre pannelli per l'arredo senza bisogno di consumare legno vergine. In termini ambientali, ciò ha consentito un risparmio di CO<sub>2</sub> pari a quasi un milione di tonnellate, circa il 2% della CO<sub>2</sub> complessivamente prodotta in Italia. L'impatto economico sulla produzione nazionale delle attività della filiera del recupero del legno post consumo è stimabile in circa 1,4 miliardi di euro, con quasi 6.000 posti di lavoro. ■





# Produzione e acquisti in crescita, importazioni in calo

**Italia pressoché autonoma nel fabbisogno di packaging in legno, ma resta fortemente dipendente dalle importazioni per la materia prima**



*Lo scorso anno, il fatturato del settore, che comprende pallet e paretali, imballaggi leggeri (ortofrutticoli, ittici ed enologici), casse e gabbie industriali, è stato di 1.724 miliardi, contro i 1.674 dell'anno precedente*

**S**ecundo le rilevazioni della terza edizione del Rapporto FederlegnoArredo 2019, curato dal Centro Studi della Federazione, anche nel 2018 il valore della produzione di imballaggi in legno è cresciuto del 3% rispetto al 2017, confermando la tendenza degli anni precedenti: nel 2017 l'incremento sul 2016 era stato del 2%, preceduto da un +1,5% nel 2016 e da un +2% nel 2015.

Lo scorso anno, il fatturato del settore, che comprende pallet e paretali, imballaggi leggeri (ortofrutticoli, ittici ed enologici), casse e gabbie industriali, è stato di 1.724 miliardi, contro i 1.674 dell'anno precedente.

Le esportazioni di imballaggi vuoti pesano il 7%, pari a 125 milioni di euro, ma risultano in crescita del 4,4%: le destinazioni sono perlopiù paesi confinanti: Francia, Germania, Svizzera e Olanda. Le importazioni sono calate del 6,5%: nel 2018 valevano 185 milioni, dei quali 150 per l'acquisto di Pallet.

Polonia, Germania e Slovenia da sole rappresentano la metà delle importazioni. In generale, gli acquisti di pallet dall'estero sono aumentati del 3,2%; a determinare il calo dell'import sono

stati gli acquisti (-33,4%) di cassette ortofrutticole in arrivo da Francia, Austria e Spagna. Si conferma invece fra i principali fornitori, ma solo di bancali, l'Ucraina dalla quale abbiamo acquistato per 9,5 milioni di euro, un valore in crescita del 32,7% rispetto al 2017: è il maggiore incremento di tutto il 2018.

Gli acquisti di imballaggi in legno da parte degli utilizzatori sono stati, nel 2018, 1.784 milioni di euro, in crescita dell'1,8%: la produzione italiana ha contribuito per 1.599 milioni di euro, pari al 93%, e tale apporto risultava in crescita del 2,9%, a scapito appunto dell'importazione in calo del 6,5%

Il settore degli imballaggi in legno, fra produzione e commercio, è formato da 1.550 imprese, delle quali la metà sono società di capitali ed a queste si riferisce il 93% del giro d'affari del settore; dei 12.784 addetti, il 73% lavorava in società di capitali. ■





# 50 years

Epal Italia



GESTITO DA conlegno





# Automazione sì, ma il legno ha sempre bisogno dell'uomo

La fabbrica di imballaggi in legno non è una falegnameria, ma un complesso ed automatizzato insieme di linee che dialogano fra loro e con un personale sempre più 'sollevato' dalla manualità e dedito a limitare le 'imperfezioni' di una materia viva e naturale



**L'** imballaggio in legno è il packaging che più di altri ha resistito lungo i secoli alle metamorfosi dell'industria e del commercio e che accompagna ancora l'export italiano in Italia e nel mondo, esattamente come illustrato nelle opere d'arte di secoli fa. Eppure, tutto è cambiato: le forme esterne degli imballaggi possono illudere che siano gli stessi del 1600, ma ad uno sguardo attento si capisce che non sono uguali e che il 'dietro le quinte' è molto diverso. Presso Emiliana Imballaggi, realtà di riferimento nell'imballaggio industriale in legno, standard e su misura, è possibile toccare con mano il cambio di paradigma della produzione: a Fabbrico (RE), l'automazione e gli strumenti digitali permettono di ot-

tenere di più con meno, di risparmiare materiale prezioso, di ridurre gli scarti, di valorizzare gli scarti in una centrale termica che riduce d'inverno l'uso di combustibili fossili.

## I prodotti

È sufficiente considerare tre fra i prodotti riutilizzabili più recenti e più venduti per comprendere il cambiamento. E-BOX, la versione omologata E-UN, ed E-SIX sono le linee di prodotto con il processo di automazione più alto e con il più alto contenuto tecnologico: il sistema di chiusura tramite ganci consente un utilizzo più sicuro del prodotto ed aumenta la resistenza e la portata dell'imballo.

La nascita di un imballaggio industriale pieghevole è preceduta dalla visita

presso la sede del cliente per visionare il prodotto da imballare; lo studio di tutte le sue fasi di movimentazione, stoccaggio e trasporto costituiscono il punto di partenza dell'iter progettuale. Le norme fitosanitarie richieste dallo Standard ISPM n.15 FAO e le norme tecniche UNI 10858 e 9151 sono le basi di riferimento prima di realizzare un progetto CAD dell'imballo che in molti casi ne comprende anche il prodotto contenuto. Successivamente viene sviluppata la distinta base contenente nel dettaglio tutti i materiali necessari con le indicazioni dimensionali quantitative e qualitative.

In fase progettuale vengono anche considerati ed analizzati tutti gli aspetti relativi alla successiva industrializzazione delle nuove produzioni.





Si progetta, inoltre, anche il servizio, d'accordo con il cliente vengono definite le dimensioni dei lotti e le modalità di consegna per garantire una soluzione che assicuri il raggiungimento della soddisfazione totale.

### Controllo diretto

“La nostra procedura - spiega Andrea Vezzani, planning manager - prevede la realizzazione di un campione da consegnare al cliente per la verifica finale e l'approvazione. Considerati tutti questi fattori, il tempo che serve per la progettazione è piuttosto variabile, ma ci consente di garantire al cliente uno standard qualitativo elevato e sempre costante.

La fase progettuale e di sviluppo di nuovi prodotti viene svolta direttamente dall'ufficio tecnico insieme con il cliente; per gli imballi industriali di grandi dimensioni ci appoggiamo alle competenze della struttura di Emi Pack Logistic, società da noi interamente controllata.” In alcuni casi si ricorre a laboratori esterni per svolgere prove tecniche: per testare la tenuta, la portata e la resistenza dei prodotti e delle materie prime.

Per realizzare ed omologare imballi su misura ideati al trasporto di merci pericolose, ci si avvale di una partnership consolidata con un importante operatore leader in questo settore.

### La produzione: le fasi preparatorie

Nella fase iniziale, il ciclo produttivo segue due percorsi “paralleli” per le

due materie prime che compongono il prodotto. Si parte dal taglio della materia prima: il compensato di cinque strati di betulla russa spesso 6 mm, viene sezionato su due impianti entrambi automatici (uno dei quali dotato di robot per lo scarico); il piano di taglio è programmato con un software di ottimizzazione che ha lo scopo di minimizzare gli scarti. L'altro materiale, l'abete tutto già trattato secondo le norme ISPM 15 FAO dai fornitori e principalmente acquistato certificato PEFC, viene tagliato in altri impianti appositamente dedicati.

Il secondo passaggio prevede la stampa del compensato o la marcatura dei componenti di abete, dove si personalizza graficamente il materiale con loghi, marchi, codici, simboli e qualsiasi altra informazione richiesta, oltre ad applicare le marcature previste dalle normative fitosanitarie internazionali. Fino a questo punto il ciclo produttivo è identico per tutte le linee di prodotto.

### La produzione: l'assemblaggio

I coperchi sono assemblati trami-



te presse, mentre i laterali vengono realizzati su apposite linee automatiche che caricano il semilavorato ed assemblano il perimetro, posizionano i ganci e scaricano il laterale finito limitando l'intervento umano al solo presidio dell'impianto ed al controllo qualitativo.

Per quanto riguarda il fondo, può essere prodotto nei banchi di assemblaggio manuali oppure su linee di chiodatura automatizzate che caricano il materiale semilavorato, assemblano il fondo e lo impilano come richiesto dal cliente; anche in questo caso, l'intervento umano si limita al solo presidio dell'impianto ed al controllo qualitativo (questa scelta avviene a seconda della quantità dei lotti e delle dimensioni). Sempre più spesso, nel kit di imballo viene aggiunto il sistema che consente il fissaggio o il supporto del prodotto in esso contenuto: questo componente dopo essere stato tagliato viene lavorato tramite pantografi automatici.

### Fasi manuali

“L'intervento umano è fondamentale nella prima fase di campionatura - sottolinea Vezzani - il primo prototipo che realizziamo, e inviamo al cliente per l'approvazione, è prodotto quasi esclusivamente dall'uomo: è la base per costruire le maschere per le effettive produzioni future e per verificare la precisa aderenza del prodotto finito rispetto ai disegni CAD realizzati durante l'iter progettuale e di sviluppo dei nuovi imballi.



Eliminare completamente l'elemento umano è impossibile, anzi sarebbe addirittura controproducente, specie in un ciclo produttivo basato su di una materia completamente naturale come è il legno. Anche il controllo qualitativo costante durante tutto il ciclo produttivo è un aspetto dove l'intervento umano si dimostra sempre determinante nonostante l'automazione. La tecnologia automatica cambia radicalmente il profilo delle persone: le eleva nelle competenze e nelle specializzazioni, cambia anche il lavoro e lo rende meno gravoso, e soprattutto più sicuro: una parte importante degli investimenti in tecnologie riguarda proprio l'eliminazione dei processi a controllo umano più pericolosi.

### I fornitori

“La nostra azienda ha consolidato negli anni i rapporti con alcuni fornitori ma valutiamo sempre anche l'apertura a nuovi - premette Andrea Vezzani - I nostri prodotti rispondo al 100% alle richieste di una clientela estremamente eterogenea e diversificata: per questo ogni imballo è profondamente diverso dagli altri, le macchine “standard” non ci consentono di ottenere completamente la versatilità di cui abbiamo

bisogno, per cui in moltissimi casi abbiamo apportato importanti modifiche progettate già al momento dell'acquisto, mentre in altri casi le macchine sono state progettate e realizzate appositamente per noi.

### Produzione “lean”

Il processo produttivo snello, adottato da Emiliana Imballaggi dal 2012, consente di ottimizzare i flussi interni dei vari materiali, con il risultato di accelerare il tempo trascorso dal prelievo della materia prima dal magazzino al completamento del prodotto finito da spedire.

La standardizzazione delle operazioni consente di avere una ripetitività costante dello standard qualitativo ottenuto, riducendo gli scarti per non conformità. Entrambi gli aspetti si tramutano in un'efficienza di costo. Il settaggio fra una produzione e l'altra richiede sempre dei tempi che possono essere contenuti grazie all'abilità e

l'esperienza degli operatori, la capacità delle macchine di dialogare con i software ne aumenta la rapidità. La comunicazione fra impianti e sistemi informatici ci ha permesso di accelerare le procedure di settaggio delle macchine e soprattutto di eliminare quasi completamente gli errori di settaggio, in questa che riteniamo essere la strada giusta stiamo continuando ad investire per collegare e rendere comunicanti la totalità degli impianti.

“L'efficienza organizzativa data da un modello 'lean', il processo di produzione automatizzato e uno scrupoloso controllo dei costi ci consentono di essere sul mercato con prodotti competitivi sia dal punto di vista tecnico che economico - conclude Vezzani - Estremamente importante è anche la fase di approvvigionamento: la scelta del materiale più idoneo alle nostre esigenze consente una riduzione delle problematiche di varia natura che possono insorgere durante le varie fasi di lavoro.



### 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](http://www.emilianaimballaggi.it) - [ei@emilianaimballaggi.it](mailto:ei@emilianaimballaggi.it)





# Conad Sicilia sceglie il noleggio EPAL



**La logistica collaborativa, unita ad una piattaforma digitale che gestisce i flussi, consente ampi recuperi di efficienza del sistema a interscambio**

**N**olPal, azienda del Gruppo Casadei Pallets e che opera nel noleggio bancali EPAL dal 2011, ha realizzato con Conad Sicilia il progetto Exchange Pallets Management, un accordo di collaborazione finalizzato alla riduzione delle inefficienze economiche nella gestione del pallet ad interscambio che generano anche inefficienze ambientali. Fulcro del progetto è il fatto che NolPal si pone come gestore dei flussi informativi dei fornitori di Conad Sicilia, che sono anche clienti di NolPal.

L'accordo prevede i seguenti strumenti:

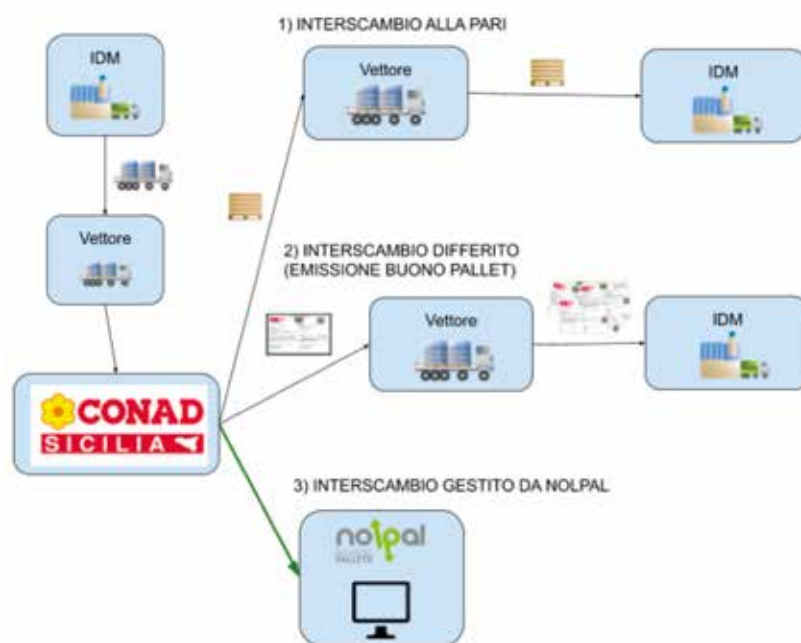
**1** - adozione di una piattaforma informatica per creare gemelli 'digitali' dei pallet EPAL movimentati

**2** - una lista quantitativa e qualitativa dei pallet non restituiti in diretta ma da rendere in tempi differiti rispetto all'atto della consegna delle merci palettizzate

**3** - un calendario delle restituzioni

**4** - un elenco di buone pratiche

"La cooperazione permette di mantenere integro ed efficiente il più possibile il parco di pallet EPAL riutilizzabili all'interno della rete di relazioni commerciali e logistiche di Conad Sicilia - dichiara Saverio Santoro, Coordinatore Logistica Conad Sicilia - L'impresa distributiva coopera con NolPal assicurando: restituzioni programmate, carichi completi, carichi selezionati e puliti da interfalde/film estensibili/etichette consentendone quindi l'uso immediato. Queste operazioni di efficienza e di preparazione permettono a NolPal di prelevare carichi completi e di avviarli direttamente ai nostri for-



Le due tipologie di interscambio pallet con l'ingresso di NolPal come terza tipologia

nitori, tagliando del 50% i costi economici e i relativi impatti ambientali connessi al trasporto preventivo nei centri di selezione e rilavorazione di NolPal."

Conad Sicilia ha un fatturato di 877 milioni di euro, 181 soci, oltre 3.900 collaboratori e 356 punti di vendita. È presente in Sicilia, a Malta e in provincia di Reggio Calabria. La frammentazione di questo bacino di servizio rende difficile e molto costoso monitorare quantità e qualità dei pallet da restituire, ma la collaborazione sta generando benefici sia economici sia ambientali: meno camion sulle strade, vettori saturi di pallet, minori emissioni di CO<sub>2</sub>, minor documentazione cartacea grazie a buoni elettronici, più amministrazione informatizzata. ■

# Cavanna, leader in impianti chiavi in mano di confezionamento primario e secondario.



La gamma robotica Cavanna è molto ampia e permette di formare, riempire e chiudere scatole, display e vaschette ad alta velocità ed alta efficienza tramite robot cartesiani, pick and place ed innovativi sistemi a visione. In particolar modo è stato completamente ridisegnato il braccio del robot **G41**

rendendolo più compatto e dotandolo di sicurezza intrinseca in caso di mancanza di tensione (anticaduta).

L'isola integrata comprendente le tre funzioni **EFC** (“**E**rects - **F**ills - **C**loses”) sarà sempre più modulare ed in grado di dialogare con tutti gli altri gruppi funzionali dell'intera linea di confezionamento permettendo così un'importante integrazione nell'**Industry 4.0**.



[www.cavanna.com](http://www.cavanna.com)  
[sales@cavannagroup.com](mailto:sales@cavannagroup.com)

Cavanna **is** flowpack

Cavanna **is** cartoning





## When automation frees up resources in PMs

**E**nstrom Candy in Grand Junction, CO a family owned business and manufacturer of fine confectionary products business is growing. They recently installed a new manufacturing system that could produce 800 pieces of chocolate covered toffee a minute.

The problem was how to keep up with this speed using existing hand fed flow wrapping machines. This required an army of people to plaque off the toffee and place the plaques in racks then other team members would remove the plaques and present the toffee to more people to hand place the toffee into the infeed of several flow wrapping machines. Most days the peo-

ple in the packaging department had to work many more hours after production was completed to wrap and package the product.

Cavanna Packaging a global leader in automated flow wrapping systems provided a solution utilizing a chicaning system to put the toffee in single

file at 800 pieces a minute then automatically feed one Cavanna Zero 5 flow wrapper. Not only did this system eliminate all the plaques and racks, the army of people are now able to focus their energies on better tasks such as making the world's best toffee with only the finest ingredients.

## Quando l'automazione libera risorse nelle PM

**P**er fronteggiare un aumento costante delle vendite sul mercato americano, Enstrom Candies, specializzata in pasticceria industriale monotipo a base di mou con mandorle e cioccolato, ha di recente installato una nuova linea di confezionamento da 800 pezzi al minuto di toffees, di varie dimensioni, ricoperti al cioccolato. A valle dell'impianto, il problema era come tenere il passo con questa velocità usando macchine confezionatrici ad alimentazione manuale già presenti in stabilimento.

Ciò richiedeva più squadre di addetti, su più turni, il cui compito era spostare manualmente i vassoi sui quali si

trovava il prodotto appena ricoperto e raffreddato e trasferirli manualmente su sistemi di confezionamento datati e poco adatti a ricevere un flusso così elevato di prodotti.

Cavanna, leader mondiale nei sistemi automatici flowpack e cartoning, ha fornito una soluzione automatica di handling del prodotto in grado di ordinare i prodotti in una fila singola e poi confezionarli singolarmente su una macchina confezionatrice modello

Zero5. Questo sistema ha eliminato tutte le movimentazioni manuali permettendo alle squadre di addetti al confezionamento semi-automatico di essere ricollocate in aree più strategiche per rafforzare l'eccellenza del prodotto e del brand sul mercato americano. L'attenzione alla qualità e all'integrità del prodotto, così come la facilità del cambio formato e l'attenzione all'ergonomia degli impianti sono da sempre al centro delle soluzioni Cavanna.





# Automazione 'smart' per chiusure eco-compatibili

**Il Gruppo IMA ha sviluppato nuove piattaforme per l'assemblaggio che permettono di produrre a costi sostenibili tappi, erogatori e foamer intelligenti ed eco-compatibili**

Come cambierà il mercato dei sistemi di chiusura? Che cosa determinerà l'innovazione di dispenser, erogatori, foamer, nebulizzatori e tappi? Quali saranno i settori applicativi dove saranno richieste maggiori prestazioni? E quale sarà l'impatto delle indicazioni europee in fatto di prevenzione dei rifiuti d'imballaggio? Se n'è parlato in occasione di un recente workshop organizzato da Telerobot, azienda di Alessandria parte del Gruppo IMA, specializzata in automazione per l'assemblaggio delle chiusure.

## I primi 3 mercati

Beverage, toiletry e cosmetica sono i settori trainanti di questi mercati; a livello complessivo, considerando anche altri settori, si stima che nel 2018, a livello europeo, siano stati comprati dall'industria dei beni di largo consumo 250 miliardi di pezzi. L'incremento medio annuo da 10 anni a questa parte è costante e soprattutto tende ad aumentare di valore in quanto ai sistemi di chiusura e dosaggio vengono richieste prestazioni sempre più evolute in base alle attese dei consumatori finali, come pure degli utenti professionali.

## Sostenibilità

Fra le prestazioni attese figurano sempre di più quelle ambientali: recenti aggiornamenti delle normative europee sollecitano riduzione di pesi e dimensioni, soluzioni anti-dispersione dei vari componenti del packaging, riutilizzo. La conferma è arrivata da una delle relatrici del workshop, Martyna Fong di AMI International, che ha sot-

tolineato l'importanza dei tre fattori-chiave che guideranno il mercato dei prossimi anni: la praticità per i consumatori, la capacità delle chiusure di contribuire al posizionamento dei brand e la sostenibilità.

A proposito del terzo driver, la Fong ha accennato agli obiettivi-chiave condivisi fra produttori di chiusure e industria di marca: il primo è l'alleggerimento del peso, come riduzione dei materiali in ottica di prevenzione dei rifiuti da imballaggio; il secondo è la non separabilità dei componenti delle chiusure fra loro (ma anche rispetto a flaconi e bottiglie cui vengono associati) per evitare dispersioni nell'ambiente e favorire la raccolta differenziata; il terzo è il contenimento dei costi. Di tutti e tre i driver, quello ambientale è sicuramente trainante rispetto agli altri.

## Una sfida 'ingegneristica'

Non sarà una sfida semplice per i produttori di chiusure e per l'industria di marca, soprattutto nei settori toiletry e cosmetica: infatti, accanto a prestazioni di tipo ambientale, i produttori cercano l'innovazione in fatto di design e funzionalità, materiali resistenti a più occasioni d'uso, compatibilità con le componenti chimiche dei vari prodotti e capacità di dosare con precisione, creando effetti tattili sul packaging e sul prodotto. Far convergere in un unico prodotto molteplici esigenze, e innovare costantemente, mette sotto sforzo non soltanto la progettazione ma anche e soprattutto le linee di assemblaggio delle chiusure che, dal punto di vista ingegneristico, costituiscono indubbiamente il prodotto più complesso di tutto il mondo del packaging.

*Fra le prestazioni attese figurano sempre di più quelle ambientali: recenti aggiornamenti delle normative europee sollecitano riduzione di pesi e dimensioni, soluzioni anti-dispersione dei vari componenti del packaging, riutilizzo*





Questi micro-capolavori di ingegneria richiedono alta precisione, replicabilità tendente a zero difetti, ma anche flessibilità nel cambiare tipologia di prodotto da assemblare.

### Le nuove piattaforme

Telerobot, acquisita dal Gruppo IMA tre anni fa, è parte integrante del piano di sviluppo del settore Automation. Di recente, è stata raddoppiata l'area produttiva, lo staff è passato da 45 a 60 collaboratori ed è stata ampliata l'offerta di soluzioni: oltre a macchine continue per le alte velocità, Telerobot ha presentato piattaforme sia a moto continuo sia alternato per dare ai produttori di tappi e chiusure la massima flessibilità produttiva possibile, tenendo conto in modo particolare dello scenario dei prossimi anni che risentirà, appunto, delle nuove indicazioni europee in fatto di prevenzione dei rifiuti d'imballaggio, di riduzione di pesi e dimensioni, di soluzioni anti-dispersione dei vari componenti del packaging.

### Alcune delle soluzioni

Fra le numerose proposte in occasione del workshop, la Easy Smart. Si tratta di una macchina a moto continuo ed a camma fissa, adatta per assemblaggi semplici, che garantisce tempi di consegna rapidi e facilità di installazione; la Elektra è invece la prima sul mercato solo elettronica, con movimenti servo-controllati per consentire di impostare i parametri in modo veloce con un applicativo; la Evo Flex Rotary, a moto alternato, è compatta ed anch'essa elettronica, adatta all'assemblaggio di chiusure complesse che comportano alta precisione nel gestire molti componenti.

Complessivamente, almeno 10 sono oggi le soluzioni disponibili ai produttori mondiali di chiusure; a queste si aggiungono sistemi ausiliari per le macchine assemblatrici e macchine di 'testing' per misurare la conformità delle chiusure assemblate ai capitolati di produzione.

Il rilancio in corso di Telerobot sta avvenendo



in un contesto geografico tutt'altro che casuale: è quello della provincia di Alessandria che, anche grazie a questa recente operazione, conferma e sviluppa un'importante tradizione: quella delle macchine per l'assemblaggio automatico; questa tradizione è iniziata qualche decennio fa nell'automotive, poi è proseguita nelle capsule e nelle chiusure del bottling (beverage e non food) per la vicinanza dei distretti piemontesi del vino, ed ora è sviluppata ai settori succhi, latte, detergenti casa e persona, cosmetici. ■



# Dal cacao al cioccolato

**Dal Ghana non solo commodities, ma per ogni prodotto primario si può immaginare la nascita di reti di imprese di trasformazione in prodotti a più alto valore aggiunto**

**S**econdo le previsioni del Fondo Monetario Internazionale (FMI), il Ghana sarà nel 2019 il Paese con il più alto tasso di crescita economica al mondo. A trainare l'economia nazionale del Ghana, in aumento quest'anno a un tasso dell'8,8% secondo le previsioni del FMI, saranno soprattutto il settore agricolo e le misure intraprese dal governo di Accra per garantire una migliore gestione delle finanze pubbliche. Sebbene la Banca Mondiale e il governo ghanese prevedano un tasso di crescita leggermente inferiore (compreso tra il 7,2% e il 7,6%), il Ghana conferma il suo primato tra i Paesi africani maggiormente in via di sviluppo.

Inoltre, secondo uno studio realizzato da AfrAsia Bank, istituto bancario con sede alle

Mauritius che passa in rassegna lo stato della ricchezza dei privati di ogni singolo stato africano, il Ghana è tra i Paesi con il mercato più performante in Africa per cui si prevedono tassi di crescita della ricchezza privata compresi tra il 90% e il 150% entro la fine del 2027.

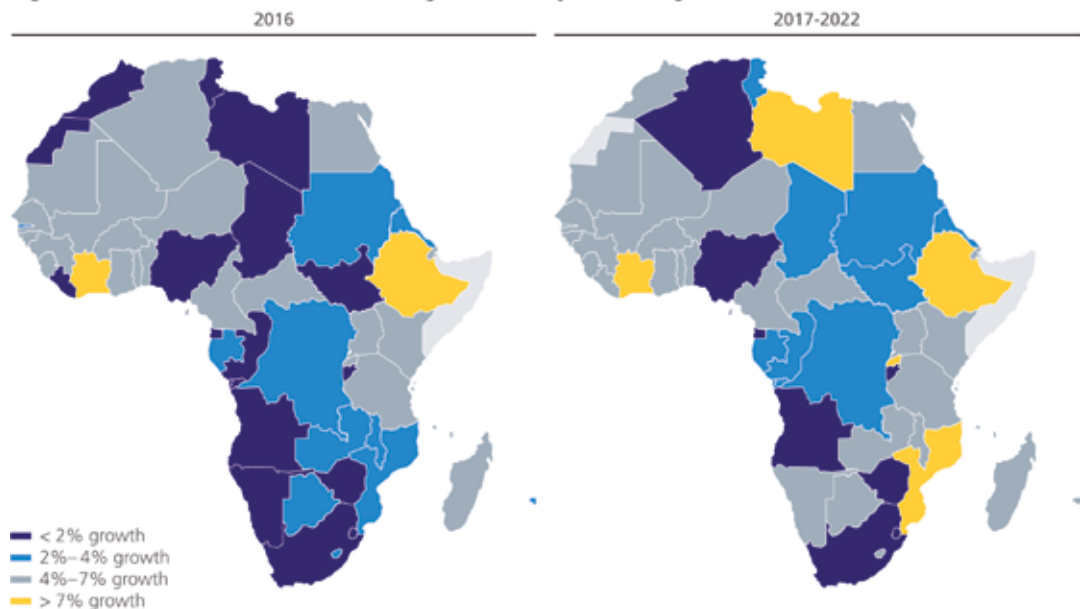
A caratterizzare l'economia ghanese è l'interesse crescente verso il commercio e l'impegno per la realizzazione di un'economia sempre più diversificata e stabile.

## Il primario in metamorfosi

Oltre all'oro e al petrolio, il Ghana ha puntato molto sull'agricoltura in questi ultimi anni: il settore agricolo, infatti, contribuisce al 30% del PIL ed è il comparto in cui viene impiegata il 60% della manodopera. Con le sue distese di

*secondo uno studio realizzato da AfrAsia Bank, istituto bancario con sede alle Mauritius che passa in rassegna lo stato della ricchezza dei privati di ogni singolo stato africano, il Ghana è tra i Paesi con il mercato più performante in Africa per cui si prevedono tassi di crescita della ricchezza privata compresi tra il 90% e il 150% entro la fine del 2027*

**Figure 2.1.4: Actual versus forecasted growth (six-year average)**



Sources: IMF, RMB Global Markets





terra arabile, il Paese mira ad aumentare la produzione agricola grazie anche al sostegno delle iniziative governative.

L'obiettivo è quello di incrementare la produzione agricola a beneficio dello sviluppo industriale, nell'ottica di **sviluppare un settore agro-alimentare in grado di esportare anche prodotti con valore aggiunto**. In particolare sono due i programmi di punta messi in atto dal governo che quest'anno, secondo le aspettative, faranno crescere il settore dal 2,9% al 7,4%: "Planting for Food and Jobs (PFJ)" e "Planting for Food and Export (PERD)".

Con il primo programma si intende migliorare il rendimento dell'agricoltura, garantire l'accesso ai mercati, ridurre le perdite post-raccolto e agevolare la disponibilità dei servizi. Con il secondo invece si cerca di collegare meglio l'agricoltura all'industria attraverso la fornitura di una solida base di materie prime per l'industrializzazione, lo sviluppo delle economie rurali e la trasformazione strutturale dell'economia nazionale.

"L'agricoltura del Ghana era in uno stato di declino - spiega il presidente ghanese Nana Akufo-Addo - Prima del 2017, la performance del settore era stata irregolare, registrando un tasso di crescita dello 0,8% nel 2011, uno dei più bassi di sempre." È per questo motivo che il presidente Akufo-Addo ha puntato tutto sulla meccanizzazione dell'agricoltura e sulla trasformazione dei prodotti da parte dell'industria, ritenendo che questa sia l'unica strada per ridurre la disoccupazione e per attrarre gli investimenti stranieri. Il governo, infatti, è ben consapevole delle sfide che il continente dovrà affrontare in futuro, primi fra tutti il progressivo aumento della popolazione e il cambiamento climatico che richiederanno una continua trasformazione delle politiche economiche.

#### La sfida dell'automazione

Dello stesso parere è anche Christine Lagarde, direttrice generale del Fondo monetario inter-



nazionale: "L'intelligenza artificiale e la robotica sono pronti a trasformare radicalmente il mercato del lavoro nell'Africa sub-sahariana. Il Ghana, come gli altri Paesi, deve puntare sulle nuove tecnologie e sulle moderne macchine industriali, soprattutto per preservare la lavorazione del cacao e l'agricoltura in generale, minacciate dai cambiamenti climatici."

Non è un caso che pensando al Ghana il pensiero vada alla coltivazione del cacao. Il Paese, infatti, è il secondo produttore mondiale dopo la Costa d'Avorio e insieme producono oltre la metà del cacao mondiale. Nonostante questo primato, sono ancora pochi gli impianti di tra-





*Sulla scia dell'esempio inglese, anche alcune aziende italiane hanno investito in Ghana, fornendo principalmente semplici linee di trasformazione alimentare complete che comprendano anche il know-how per la trasformazione degli alimenti. Si tratta di macchinari made in Italy in grado di soddisfare le richieste del cliente che necessita anche di assistenza nel confezionamento del prodotto e nell'imballaggio per il trasporto*



sformazione tali da permettere l'esportazione di un prodotto a più alto valore aggiunto. Questo vale non solo per il cacao, ma anche per altri prodotti come il caffè e lo zucchero.

#### **Tropicale: dalla frutta ai prodotti**

Il Ghana è anche produttore di frutta tropicale di buona qualità, ma gli impianti di trasformazione per la produzione di conserve, succhi e frutta essiccata faticano a decollare, nonostante ci siano già le premesse per lo sviluppo di questo settore industriale: il settore, infatti, potrebbe costituire un ricco mercato per l'industria del packaging e in generale per quella agroalimentare. Si è passati dal trasporto via nave del prodotto tale e quale all'ambizione di qualche azienda di voler produrre qualcosa di diverso, come ad esempio i gelati. Tra queste una nota catena distributiva inglese che produce frutta confezionata tagliata a pezzi, succhi, gelati e ghiaccioli con l'obiettivo di fornire un prodotto fresco e di qualità. Il motto dell'azienda è "credere nell'aggiunta di valore alla fonte" e cioè mira a realizzare il prodotto finito nel Paese o nella regione in cui viene coltivato. In questo modo si dà valore alla comunità che produce e allo stesso tempo si creano le premesse per una collaborazione costruttiva che migliori le performance dell'azienda in tutte le sue sedi.

#### **Se aumenta il valore, migliora la vita**

Non si tratta quindi di sfruttare il Paese pro-

dotto per poi realizzare un prodotto migliore altrove, ma al contrario di investire in formazione e tecnologia per evitare costi inutili di trasporto e allo stesso tempo garantire al consumatore un prodotto fresco raccolto dal campo quando è maturo e quindi più saporito. Sulla scia dell'esempio inglese, anche alcune aziende italiane hanno investito in Ghana, fornendo principalmente semplici linee di trasformazione alimentare complete che comprendano anche il know-how per la trasformazione degli alimenti. Si tratta di macchinari made in Italy in grado di soddisfare le richieste del cliente che necessita anche di assistenza nel confezionamento del prodotto e nell'imballaggio per il trasporto.

È un mercato quindi con un grande potenziale di sviluppo che offre opportunità non solo a chi vuole investire in Ghana per produrre prodotti da esportare, ma anche a chi pensa di sviluppare un'industria alimentare che soddisfi il mercato interno; e ciò avviene in previsione della crescita demografica, ma anche in vista del crescente aumento delle reti di supermercati e di un sempre maggiore interesse della classe medio-alta verso prodotti di qualità che difficilmente si trovano nei mercati all'aperto.

Interessanti sono anche i dati delle vendite online e dei siti internet per la "spesa virtuale" che stanno via via conquistando il web. Per il Ghana, infatti, i ricavi dell'e-commerce dovrebbero registrare una crescita media annuale positiva del 13,9% fino al 2023. **(di Elena Puglisi)** ■





# Congo e Angola: svolta agricola e ricerca di packaging



*Sotto: piccolo villaggio, vicino a Pweto, Katanga (Repubblica Democratica del Congo) che mostra lo stato di arretratezza (ma anche il potenziale) del settore primario.*

La Repubblica Democratica del Congo è da sempre uno dei Paesi con più risorse minerarie al mondo, ma ormai da qualche anno il governo congolese ha deciso di investire su un altro "bene prezioso": l'industria agroalimentare.

I ricavi ottenuti dalla vendita del cobalto e delle altre pietre preziose saranno investiti nella meccanizzazione dell'agricoltura con l'obiettivo di far crescere l'industria alimentare e creare nuovi posti di lavoro. La Repubblica Democratica del Congo, infatti, ha tutte le carte in regola per sviluppare il settore agricolo: grazie al clima tropicale e all'abbondanza di terra fertile potrebbe diventare il futuro granaio di tutta l'Africa.





**Abbiamo bisogno di impianti per la trasformazione della materia prima, ma anche di macchinari per le operazioni di imballaggio, trasporto e conservazione del prodotto. Investiremo in piccole linee di trasformazione del pomodoro e sfrutteremo anche le coltivazioni di arachidi, cacao e canna da zucchero**

### **Il primo mercato sarà quello interno**

Nonostante le potenzialità, il Paese è però ancora costretto ad importare i prodotti alimentari dall'estero, principalmente dal Belgio, dal Sud Africa, dal Libano e dall'India, faticando a sviluppare un sistema industriale solido e competitivo. Il clima di incertezza politica e le tensioni sociali degli ultimi tempi hanno certamente contribuito a condizionare l'economia del Paese che ora è finalmente in ripresa dopo le elezioni politiche di dicembre 2018.

Tra gli obiettivi del nuovo governo c'è quello di incentivare la produzione di materie prime per trasformarle poi, in un secondo momento, in prodotto dal valore aggiunto. Dalla produzione di ananas ai succhi di frutta imbottigliati, dalla soia ai biscotti confezionati da vendere sugli scaffali dei supermercati: la priorità è quella di investire nelle nuove tecnologie per attrarre investitori stranieri ed importare un modello di filiera che porti il prodotto dalla terra fino alla tavola del consumatore.

C'è un progetto di crescita economica, quindi, che mira a soddisfare la richiesta alimentare del mercato interno, con la speranza di aumentare anche la percentuale di esportazioni che ad oggi arriva al 10% e si limita al caffè, al caucciù e soprattutto alle risorse minerarie.

### **Impegni del governo, Italia in prima fila**

Il ministro dell'Agricoltura, Thsibangu Kalala, assicura che lo Stato si impegnerà nei prossimi anni a sviluppare un sistema di credito con un basso tasso di interesse per finanziare le imprese, agevolando anche le concessioni dei terreni. Come da lunga tradizione politico-economica, in Congo la terra appartiene allo Stato che può decidere, tramite contratto, di affittarla ad un cittadino o ad uno straniero che sia intenzionato a coltivarla o ad installarci un'industria. Nes-

suno è escluso e anzi sono ben accette eventuali partnership tra imprenditori locali e stranieri. In quest'ottica di collaborazione, il ministro congolese non ha dubbi sul ruolo fondamentale che giocherà l'Italia in questo processo di industrializzazione e modernizzazione del Paese: "L'Italia è leader mondiale in questo settore e ha le conoscenze che ci servono - dice Thsibangu Kalala - Abbiamo bisogno di impianti per la trasformazione della materia prima, ma anche di macchinari per le operazioni di imballaggio, trasporto e conservazione del prodotto. Investiremo in piccole linee di trasformazione del pomodoro e sfrutteremo anche le coltivazioni di arachidi, cacao e canna da zucchero. Siamo già in contatto con un'azienda di Parma che si occupa di packaging per produrre patatine fritte imbustate da vendere nei supermercati."

Il nuovo governo mira quindi ad aumentare la crescita economica del Paese che ad oggi si attesta intorno al 5,6% e per farlo punterà proprio su agricoltura e tecnologia. Lo sviluppo delle zone rurali eviterà l'abbandono dei villaggi e il sovraffollamento delle città, creando nuovi posti di lavoro e nuove figure professionali.

### **Angola, il rinascimento agricolo**

L'Angola era il terzo produttore di caffè al mondo e uno dei maggiori esportatori di cotone. Un Paese con una grande produzione agricola che a partire dagli anni Settanta del secolo scorso si era trasformato in terra di conflitti e devastazione.

Sono passati meno di vent'anni dalla fine guerra civile che ha scosso il Paese e, nonostante ancora si fatichi nella ricostruzione, ci sono buoni segnali di ripresa. Secondo gli analisti della Economist Intelligence Unit (EIU), la business unit del gruppo Economist, tra il 2019 e il 2023 il PIL dell'Angola dovrebbe aumentare in media del 2,6% all'anno. Una previsione che potrebbe avverarsi considerando che già tra il 2014 e il 2018 la crescita media è stata dell'1,4%. Il settore dell'energia e dell'estrazione di risorse





continuerà a svolgere un ruolo chiave nell'economia nazionale, considerando che l'Angola è tra i maggiori produttori di petrolio al mondo. Viste però le oscillazioni continue del mercato, il governo ha deciso di diversificare l'economia nazionale, riappropriandosi di quella produzione agricola e alimentare che fino a qualche tempo fa era un motivo di vanto. Lo Stato punta ad attrarre gli investitori internazionali con l'obiettivo di favorire partnership, incentivare gli investimenti diretti e semplificare la burocrazia.

### Alto potenziale agricolo

L'Angola dispone di 35 milioni di ettari di terra arabile, ma ne coltiva solo 5 milioni. La guerra civile ha inciso anche sulle esportazioni che anni fa riguardavano anche una buona varietà di frutta e verdura. Ad oggi sono poche le imprese che trasformano i prodotti agricoli: qualche azienda trasforma il mango in succo di frutta, ma la maggior parte di esse sono impegnate nella trasformazione del mais in farine di vario tipo. Anche le aziende che confezionano frutta e verdura fresca da vendere sul mercato sono un numero esiguo, tra queste c'è Fazenda Girassol, una società angolana con oltre 500 dipendenti con sede principale a Luanda che vende frutta e verdura pulita e confezionata per i supermercati, per i ristoranti e per i rivenditori online.

### Il packaging come strumento di sviluppo

La priorità dell'Angola e la sfida per il futuro sarà quella di industrializzarsi e produrre prodotti con valore aggiunto. Il governo locale sta investendo molto per aiutare le imprese private a far evolvere il prodotto agricolo in qualcosa di più elaborato, con l'obiettivo di soddisfare il mercato interno, ma anche nell'ottica di esportare un prodotto di qualità che regga il confronto con gli standard internazionali. Quest'ultimo è un punto fondamentale per il governo, spiega Antonio Sozinho, direttore nazionale per il sostegno agli investimenti del governo angolan-



lano: "Ci sono tanti imprenditori angolani che sono alla ricerca di industrie del packaging per migliorare il loro prodotto ed esportarlo. Bisogna garantire anche il mantenimento della freschezza e una giusta conservazione, l'Italia è quindi un partner commerciale e tecnologico fondamentale per il nostro Paese". Lo Stato è ben consapevole dell'aumento demografico dei prossimi anni e della tendenza di chi vive nelle zone rurali a spostarsi verso le grandi città.

### Il ruolo della distribuzione moderna

Per scongiurare l'abbandono delle campagne e arginare la crescente domanda alimentare, il governo sta investendo quindi nell'agricoltura e nel commercio con un'attenzione particolare al mondo della grande distribuzione. Il direttore Sozinho ci tiene a sfatare la credenza che in Africa il commerciante di frutta e verdura sia relegato al solo mercato ortofrutticolo locale, costretto a vendere la sua merce su un carretto. Negli ultimi dieci anni l'Angola, come altri Paesi africani, ha investito molto sulle reti di supermercati e ad oggi conta più di dieci catene di distribuzione. La popolazione medio-alta già frequenta i supermercati che quindi hanno sempre più bisogno di prodotti di qualità, ben conservati e confezionati che si presentino bene sugli scaffali e agli occhi dei consumatori. (di Elena Puglisi) ■

*Ci sono tanti imprenditori angolani che sono alla ricerca di industrie del packaging per migliorare il loro prodotto ed esportarlo. Bisogna garantire anche il mantenimento della freschezza e una giusta conservazione, l'Italia è quindi un partner commerciale e tecnologico fondamentale per il nostro Paese*

# Dai pulper di cartiera una plastica intelligente

**Gli scarti della lavorazione dei maceri contengono poliolefine al 35% del peso: ne nasce un granulato da estrusione, stampaggio e additivo per asfalti, resistente a carichi ed attriti**

**E**corevive di Provaglio d'Iseo (BS), nata nel 2012 per valorizzare gli scarti di cartiera ad alto contenuto di poliolefine, ha raggiunto nel 2018 il traguardo delle 5mila tonnellate di pulper valorizzati per la produzione del misto poliolefinico PlastiQù, ottenuto secondo la norma Uniplast 10667-16 e composto al 99% da PE e all'1% di PP.

Il materiale granulato prodotto, di color grigio chiaro e caratterizzato da microinclusioni di alluminio, è indicato per estrusioni, stampaggio ed anche per la produzione di conglomerati bituminosi (o manti stradali): la presenza di LLDPE (un polimero basso-fondente, basato sul monomero ottene, presente nei cartoni per bevande che costituiscono la maggior parte dei cartoni per bevande) abbassa la temperatura di fusione e rende PlastiQù ideale per aumentare la resistenza al taglio delle pavimentazioni stradali senza incidere sui tempi di preparazione e la stesura dei conglomerati. La destinazione d'uso per estrusione e stampaggio è soprattutto per manufatti destinati ad ambienti esterni: palerie lagu-

nari e per mitilicoltura, piastrelle per spiagge e giardini, pavimentazione per container ad uso abitativo, e ovviamente pallet. "Rispetto al diretto competitor il legno - sostiene Imberti - ha caratteristiche tecniche e di durata assolutamente migliori."

## Opportunità

Il potenziale produttivo di questo materiale è elevato: secondo Mauro Imberti socio di Ecorevive, si misura sulla quantità attuale italiana di pulper di cartiera: 250 mila t, delle quali il 65% è acqua e residui di fibre cellulosiche e il 35% PE con frazioni di PP e residui di alluminio. Con 88mila tonnellate a disposizione, Ecorevive oggi ne lavora il 6-7%, con la prospettiva però di aumentare la produttività nel giro di pochi mesi e di attivare interessanti sinergie con le cartiere a proposito di consumi energetici e logistica dei materiali. "Il prezzo è già concorrenziale - sostiene Imberti - Il problema è nel mercato del riciclato, che stenta a decollare, e la percezione negativa dei prodotti fatti col riciclato ma che fortunatamente sta iniziando a cambiare."

Già un primo 'assaggio' di questo delta competitivo è nella fornitura di PlastiQù a gruppo Valsir nella sua nuova unità ad alta automazione per produrre pallet in plastica ad alta resistenza. Gli sbocchi nell'industria sono più promettenti e reali di quelli delle forniture alla pubblica amministrazione che, tocca dirlo, è il primo e più importante ostacolo al mercato dei riciclati: con una normativa sui CAM e sul GPP fallimentare e con l'assenza di normativa di recepimento dei Regolamenti CE sull'End of Waste. ■







# Pallet dai cartoni per bevande

**Nuova tecnologia di estrusione e stampaggio per sfruttare polimeri di riciclo da cartiere e creare prodotti con prestazioni economiche, tecniche e ambientali diversificate**

**V**alsir Recycling, controllata da Silmar Group, specialista mondiale nella filiera idro-termo-sanitaria civile e industriale, ha attivato da circa due anni una nuova unità produttiva per lo stampaggio di pallet in plastica rigenerata a base poliolefinica.

Nella ricetta di produzione dei pallet, c'è anche il materiale prodotto da Ecorevive il PlastiQù, un densificato a base di LLDPE proveniente dal riciclo dei pulper di cartiera.

I pallet così ottenuti hanno ottime prestazioni e potrebbero presto servire a tutta o parte della supply chain degli alimentari confezionati in cartoncino poliaccoppiato: tutto dipenderà dalla volontà delle grandi aziende della GDO di ricevere la merce su questo tipo di pallet.

L'impianto innovativo di Valsir Recycling permette di stampare vari modelli di pallet con varie portate statiche e dinamiche, con materiali meno nobili rispetto alle presse ad iniezione standard e a prezzi interessanti, al di sotto della media di mercato del pallet di plastica prodotti con materiale vergine.

A determinare questi vantaggi non solo le economie di scala (Valsir Recycling è un'azienda di servizio alle altre aziende del gruppo Silmar e produttrice di compound) ma anche una tecnologia particolare che permette di ottimizzare i tempi del ciclo di estrusione, stampaggio e raffreddamento, controllando attentamente pressioni e temperature in funzione dei materiali con cui viene alimentato il sistema.

Il progetto 'pallet' prosegue, tuttavia, in modo indipendente dagli sbocchi potenziali nel settore dei beni di largo consumo: infatti, Valsir Recycling è nata come divisione di Valsir nel 2013 per riciclare, in una prospettiva di economia circolare, gli imballaggi plastici usati dalle consociate del gruppo, e da questa idea sono nate le sellette per confezionare i pacchi di tubi da spedire e cover per imballare tubi, in particolar modo le barre di Pexal, tubo multistrato prodotto da Valsir.

Negli anni, Valsir Recycling ha sviluppato un know-how che le permette di stare sul mercato delle materie prime secondarie avviando al riciclo anche altre plastiche provenienti da svariati settori. Oggi, la produzione di pallet della nuova unità di Vobarno soddisfa la necessità di bancali per le consegne dei numerosi articoli delle aziende del gruppo, consegne che sono sempre più internazionali: il pallet in plastica ha ottime prestazioni, può avere un ciclo di vita più lungo, non crea problemi di peso in quanto ha una tara sempre uguale, non è soggetto a contaminazioni batteriche per le regole fitosanitarie e può essere avviato al riciclo. ■





## Cos'è COM.PACK

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

## Il nostro pubblico

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

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

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

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

## I temi di COM.PACK

Dal dialogo con questi lettori e con i fornitori di materiali, imballaggi e sistemi automatici, COM.PACK elabora analisi, idee e spunti di riflessione per gestire in chiave sostenibile processi e soluzioni per il confezionamento.

I temi chiave sono: ridurre pesi e volumi dei materiali, evitare sfridi di produzione, ottimizzare le linee di processo e confezionamento per consumi energetici e cambi formato, realizzare materiali, forme e formati che agevolino la distribuzione e il recupero, ridurre il consumo energetico in fase di trasporto e stoccaggio, allungare la shelf-life per non generare prodotti in scadenza, aiutare il consumatore a gestire i rifiuti da imballaggio, permettere agli operatori intermedi il riutilizzo degli imballaggi da trasporto.

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

# COM.PACK

## Imballaggi eco-sostenibili

Rivista bimestrale indipendente di packaging  
luglio-agosto 2019 - anno IX - n. 40  
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](mailto:editor@packagingobserver.com)

## Progetto grafico

Daniele Arnaldi, Camillo Sassi

## Redazione

Via G. Montemartini, 4 - 20139 Milano - Italia  
[info@packagingobserver.com](mailto:info@packagingobserver.com)

## Pubblicità

[info@elledi.info](mailto:info@elledi.info)  
+39.333.28.33.652

## Editore

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

## Hanno collaborato a questo numero:

Luca Maria De Nardo, Angela Montanari,  
Mirco Onesti, Raffaella Pironti, Elena Puglisi,  
Antonio Romano, Giuseppe Tempesta, Ciro Vestita

## Il copyright delle immagini delle pagine:

Pag. 44 [stock.adobe.com](http://stock.adobe.com)  
pagg. cover, 12-13-14-19-20-21-36 [istockphoto.com](http://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](mailto:info@elledi.info)

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

Cerca COM.PACK su [issuu](https://www.issuu.com/com-pack)



# IL LEGNO DI OGGI È NEL MIO MONDO DI DOMANI.



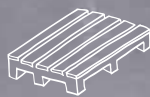
**Rilegno**

VERSO UN MONDO NUOVO

Gli imballaggi in legno sono un patrimonio economico che il consorzio Rilegno raccoglie in oltre 4.500 comuni italiani con il supporto di 416 piattaforme.

Un sistema che recupera oltre il 63% degli imballaggi immessi al consumo, pari a 1.932.583 tonnellate, e li trasforma ogni anno in mobili, materiali per edilizia e per imballaggi, allestimenti e recupero energetico.

Con i suoi 2.000 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



casce per  
imballo



bobine per  
cavi elettrici



tappi  
di sughero

**Rilegno, Consorzio nazionale recupero imballaggi di legno.**  
Per saperne di più [rilegno.org](http://rilegno.org)



D I G I T A L

L Y M P H A

**IMA**  **DIGITAL**

make it real

Lymph is life. And lymph is our vital energy, that flows and nourishes our pursuit of research & innovation to grow your business.

Like a vigorous tree thriving with digital impulses, we are deeply rooted in our expertise and knowledge to find new solutions for your smart factory.

**Taste the fruits of our digital lymph:**

**Smart machines, Smart organization, Smart services.**

[www.ima.it](http://www.ima.it)

**IMA**  **SPA**  
Sustain Ability