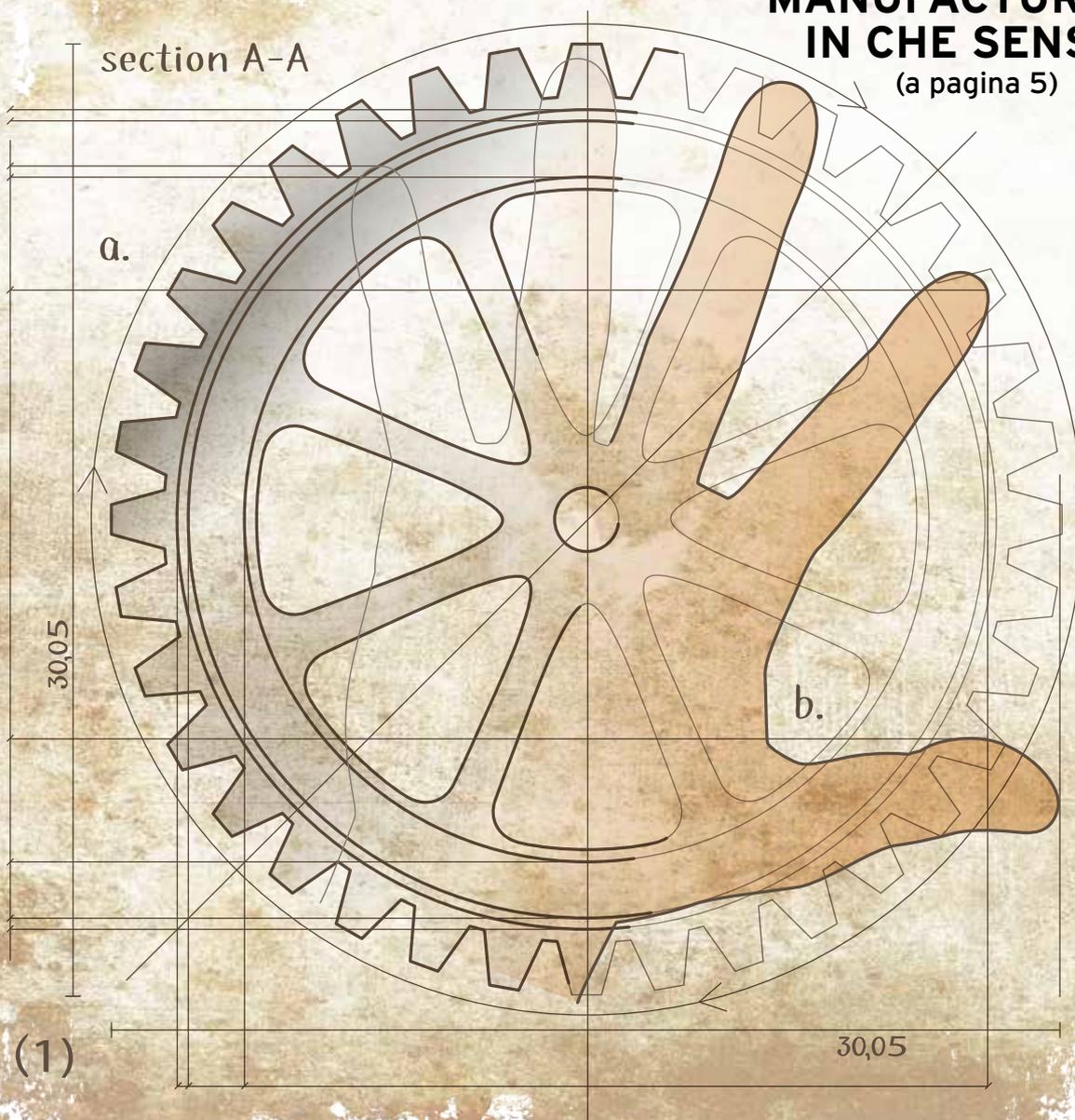


COM.PACK

IMBALLAGGI ECO-SOSTENIBILI

**MANUFACTURING?
IN CHE SENSO?**

(a pagina 5)



RICERCA E SVILUPPO

Una campagna di comunicazione sulle parole chiave dell'Economia Circolare, ideata all'Università luav di Venezia
Pagina 28

MERCATI

Le imprese del settore legno investono in innovazione, automazione e progettazione di circuiti di riuso e di gestione del fine vita
Pagina 38

APPLICAZIONI

Ridurre sempre più le eccedenze e gli scarti è possibile con una visione condivisa e grazie alle tecnologie
Pagina 58

BE PART OF THE REVOLUTION

PARIS NORD
VILLEPINTE
FRANCE

23-26 NOV
2020



all4pack
EMBALLAGE PARIS

PACKAGING PROCESSING PRINTING LOGISTICS

THIS AUTUMN, A UNIQUE OPPORTUNITY FOR **EXCHANGE** AND **BUSINESS**

- Innovative and sustainable solutions for packaging and intralogistics,
- Emerging and tangible responses to new regulatory requirements,
- An exceptional space bringing together materials trends and innovations for insight into the revolution underway,
- 600 machines in operation, 1,350 exhibitors of machines and containers,
- Objective Zero Impact feature: meet the actors of change and discover the responsible practices of the circular economy.



**ORDER
YOUR FREE PASS**
on www.all4pack.com

Invitation code: A4PITAP

COMEXPOSIUM



Difendiamo i contenuti



Protezione e promessa sono le due funzioni fondamentali a cui deve rispondere ogni imballaggio. Ma anche il mondo del packaging vive una stagione di grandi cambiamenti e si misura con i temi dell'ambiente, della sostenibilità e della responsabilità sociale. Inarea accompagna i propri clienti nella valorizzazione dei loro prodotti, attraverso un processo di riduzione, che è la nostra filosofia di design. Perché a contare, mai come in quest'epoca, sono i contenuti.

Inarea 

Identity and Design Network

inarea.com

ABBONATI A COM.PACK

È il bimestrale che ti aiuta a scegliere imballaggi eco-compatibili

Abbonati per 1 anno, riceverai:

- 5 numeri cartacei
- Il codice riservato di accesso a tutti i numeri pubblicati (in formato PDF)
- In omaggio, una recensione della tua attività su COM.PACK o su Packaging Observer

Il costo dell'abbonamento è di euro 40,00

si riferisce a spedizione in Italia

e comprende 5 numeri dalla data di attivazione.

Per Paesi UE, il costo è di 60 euro.

Per abbonarsi, inviare a info@elledi.info

i propri dati completi per ricevere la fattura elettronica e l'indicazione del destinatario, compresa di indirizzo completo

SOMMARIO

STRUMENTI

Cover Story

- Manufacturing? 5
- Rimettere al centro le persone, materiali e storie 6
- Quelle icone non sono immagini 10
- Circondiamoci di bellezza 12
- Packaging e "saper fare": quale futuro? 16

Design

- L'eco-design rivela i costi occulti 20
- Matrimonio in laguna fra legno e acciaio 24
- "Economia Circolare =" comunica la sostenibilità 28

APPLICAZIONI

Mercati-Imballaggi

- Italia e UE: gli impatti di Covid-19 sulla produzione - giugno 2020 32

SPECIALE LEGNO

Tecnologie e mercati

- Il legno? Che sia la prima scelta... 39
- Rilegno: nuovi progetti di economia circolare 40
- Nuovo modello gestionale basato su automazione e IT 46
- Active packaging 'eco' anche per imballaggi industriali 48

APPLICAZIONI

Food

- IMA Coffee si rafforza su process e packaging 50

Igiene e bevande

- Protezione igienica passiva per birre e soft drink 52

DOSSIER • AUTOMATION

- ACMA Services Evolution 56

APPLICAZIONI

Food Waste

- Prevedere eccedenze e sprechi: quale ruolo al packaging? 58

TRE

Riciclo

- Arriva il sesto consorzio sulle materie plastiche 62

RUBRICHE

- Appunti 45

CIRCOLARE, NATURALE.



È L'ECONOMIA DEL LEGNO.

Lo sapevi che in Italia c'è un'economia circolare del legno? E che riciclando una cassetta di legno per il trasporto di frutta e verdura si produce per esempio l'anta di un armadio? Ogni anno in Italia vengono raccolte e riciclate 2 milioni di tonnellate di legno, che muovono l'economia circolare coinvolgendo centinaia di imprese, creando posti di lavoro e nuovi prodotti nel rispetto per l'uomo e per l'ambiente. **Tutto questo è possibile grazie a Rilegno. E alle sue 2.000 aziende consorziate.**



Rilegno

Consorzio nazionale recupero e riciclo imballaggi di legno
rilegno.org

maRca

by  **BolognaFiere**
PRIVATE LABEL CONFERENCE AND EXHIBITION



an event by



with the patronage of



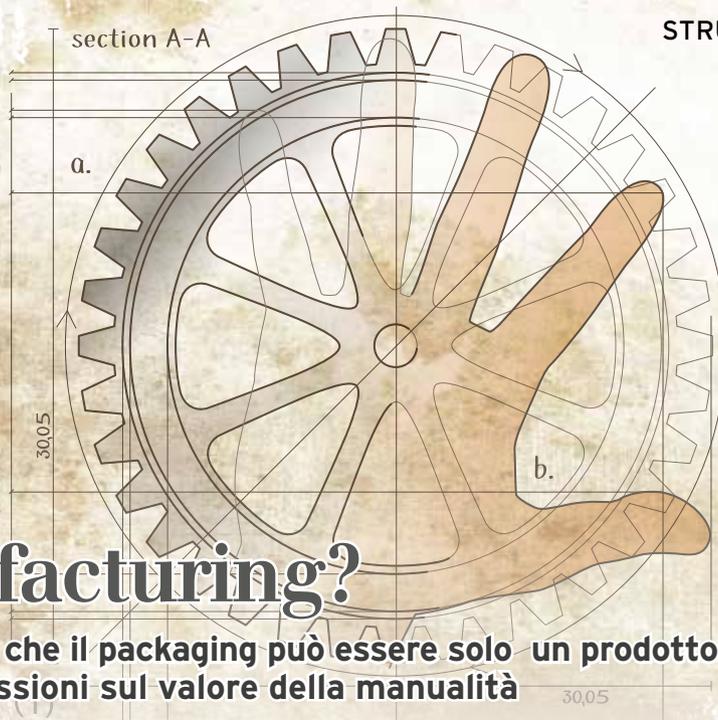
MOLTIPLICA LE TUE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

www.marca.bolognafiere.it

COMITATO TECNICO SCIENTIFICO MARCA 2020



bliddesign.it



Manufacturing?

Chi l'ha detto che il packaging può essere solo un prodotto industriale? Spunti e riflessioni sul valore della manualità

Controcorrente: mentre la pandemia ci ha privati dell'analogico e ci ha imposto il digitale, mentre l'automazione sembra già una fase antica, pronta a cedere il posto all'autonomia delle macchine, ci mettiamo a scrivere di imballaggi fatti a mano. Gusto antiquario o provocazione intellettuale? Nessuna di queste due ragioni, è riflessione doverosa.

Le 26 ossa del piede quasi non si usano più. La nostra è una vita oramai su sedia a rotelle: passeggino, girello, triciclo, bicicletta, motorino, monopattino, auto, treno, aereo, sedia d'ufficio, e poi bicicletta, girello e carrozzina. Una parabola, che inizia con una ruota e termina con una ruota! Peccato che i piedi siano la seconda pompa cardiaca e non usarli quasi più crei non poche patologie altrettanto pandemiche.

Ora sembra la volta delle 27 ossa della mano (26 nel piede, 27 nella mano...): raccolta manuale, poi attrezzi, poi macchine semiautomatiche, poi solo automatiche. Analoga l'evoluzione a tavola o al tavolo: dalle mani si è passati a posate, penne, matite, squadre, compassi. Questo fino a ieri, ma oggi? Per mangiare e bere, posate, stoviglie e bicchieri prevalenti sono il packaging stesso. E per scrivere, creare, progettare ci sono un mouse e un'app vocale. Chissà se ridurre l'uso della mano influirà sulle capacità cerebrali, cioè se avverrà qualcosa di

simile a quel che è avvenuto al cuore da quando camminiamo sempre di meno.

In attesa di questa risposta, vogliamo capire se la manualità applicata al packaging crei valore, inteso come sintesi tra funzione e qualità della vita, oppure generi solo costi non sostenibili. Un eventuale recupero della manualità nel packaging è da relegare alla sola fase progettuale? Oppure ha senso anche nella produzione? O nell'allestimento di un ordine online? Siamo sicuri che tutti gli 11 miliardi di umani che abiteranno la terra nel 2100 useranno solo packaging fatti dalle macchine? ■

Un esempio di imballaggio in legno prodotto quasi interamente a mano per un costume da bagno femminile dalla maison francese Blanchet. (www.blanchet-sa.com)





Rimettere al centro persone, materiali e storie

Il ruolo della manualità come espressione individuale, generatrice di valore economico, occasione relazionale, atto di sostenibilità

L'attività di Padovani consiste nello smontare il prodotto, tornare alla materia con cui è stato fatto togliendogli così la funzione per cui è stato creato...

“**O**tto anni fa, venne a farmi visita a Verona, nel capannone della nostra impresa sociale Avanguardia, Stefano Galber, titolare della cantina vitivinicola Serene Vini Bio. Si presentò con sua moglie Anna per avere da me un'informazione: era appena stato al Vinitaly e aveva visto un'azienda toscana che presentava il proprio vino in cassette fatte con materiale di recupero che, in un secondo momento, diventavano delle fioriere. Un packaging sostenibile che a sua volta diventava prodotto. Stefano aveva saputo che facevamo arredi con materiale di recupero e mi chiese se sapessi chi avesse prodotto quelle cassette per quella cantina toscana. Sorrisi, perché eravamo stati noi e da allora produciamo cassette per confezioni da una, due e sei bottiglie per Serene Vini Bio. Oggi, l'80% delle vendite ce l'ha sulle cassette da una bottiglia. Il packaging è realizzato con bricco-

le di Venezia (i pali della laguna). Realizzammo anche gli arredi del suo punto vendita. Visto il successo di queste cassette, quest'anno ci siamo spinti un po' oltre pensando ad un packaging-prodotto riutilizzabile sempre nel mondo del vino: la ghiacciaia.”

Un'alternativa alle macchine

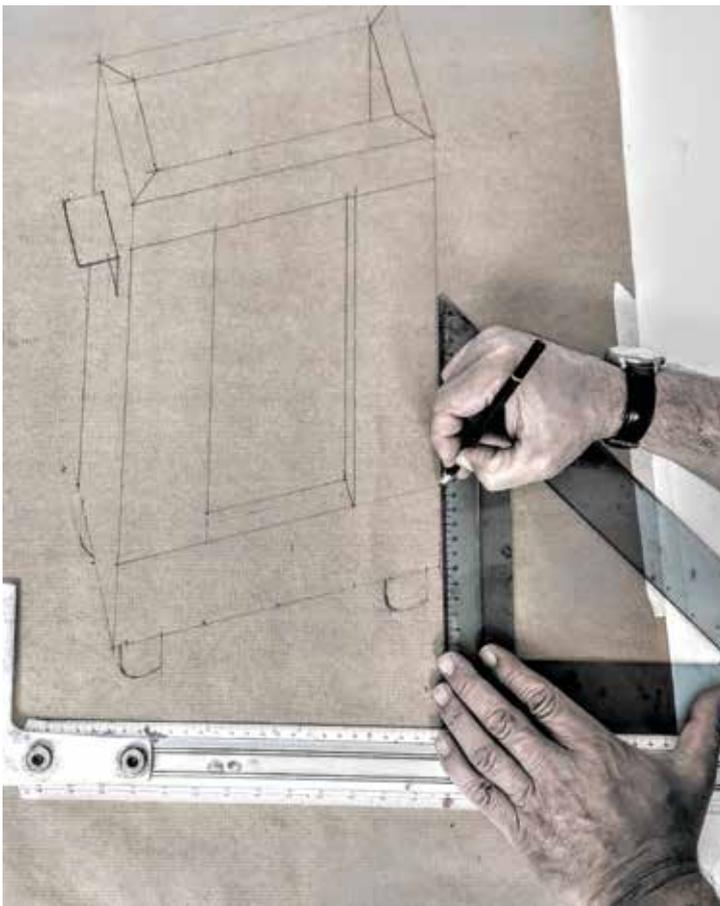
La breve storia di questo prodotto, fatta con le parole scritte da Giuseppe Padovani, architetto, ci introduce al suo pensiero sul ruolo della manualità come espressione individuale, generatrice di valore economico, occasione relazionale, atto di sostenibilità.

Padovani lavora e si esprime oggi attraverso Avanguardia Impresa Sociale srl, nata dall'esperienza maturata dall'APS Avanguardia a



GLI OGGETTI SOCIALI DI AVANGUARDIA

- ricerca d'identità e di esempi virtuosi
- desiderio di realizzazione
- gratificazione sociale
- tramandare i mestieri
- necessità di rigenerare spazi urbani
- difficoltà d'ingresso nel mondo del lavoro



Verona. Dal 2013, l'APS inseriva giovani creativi disoccupati, dopo un percorso di manualità nella cooperativa sociale, nel mondo del lavoro, lanciando così la figura dell'artigiano intellettuale. Accanto ad essa aveva creato la cooperativa sociale onlus Il Maggiociondolo, che invece reinseriva detenuti in pena alternativa nel lavoro, e a stretto contatto con i giovani creativi realizzava arredi in legno con materiale di recupero. Dal 2018 queste due realtà sono progressivamente confluite in Avanguardia che ha sede legale a Verona, produzione a Torino e a Montichiari (BS) e show room sempre a Torino in via Giolitti.

Recupero della relazione sociale

L'attività di Padovani consiste nello smontare il prodotto, tornare alla materia con cui è stato fatto togliendogli così la funzione per cui è stato creato, rigenerare quella materia in poesia facendola diventare qualcosa che non ha una sola funzione perché ne può avere mille, come infinita è l'immaginazione. Il tutto attuando la riconnessione fra mente, cuore, mano e relazione sociale, anche con chi si trova in difficoltà.

L'intervista

Fra gli ingredienti della poetica di Padovani, va inserita la riflessione sul valore della manualità anche nel packaging, riflessione che abbiamo raccolto dalle sue parole.

Cosa comporta progettare con un tecnigrafo e con un software su PC?

Il processo razionale è diverso: li ho sperimentati entrambi e li uso entrambi. Qualsiasi progetto inizia a mano, prosegue con il software e si realizza a mano. Che cosa avviene con il programma? Il software ti dice di attingere ad una con-

solle per prendere una linea e poi utilizzarla, invece con una matita ed un foglio non devi seguire nessuno schema: sei libero.

Fra anni o secoli il cervello troverà libertà negli strumenti digitali?

Non lo so, ho sperimentato che a mano abbracci il pensiero fisico, mentre con il software devi seguire il suo processo di generazione dell'immagine: la tua attenzione è concentrata a seguire il suo schema, non il tuo. A mano è possibile 'buttar giù' liberamente il pensiero, a prescindere che arrivi dal cuore o dalla testa. È un'operazione che con un PC non riesci a fare. Inoltre, con un ausilio digitale, resti legato all'effetto grafico, e questo avviene in misura maggiore quando passi all'effetto tridimensionale e perdi l'attenzione alla sostanza.

...ho sperimentato che a mano abbracci il pensiero fisico, mentre con il software devi seguire il suo processo di generazione dell'immagine: la tua attenzione è concentrata a seguire il suo schema, non il tuo





*...se confrontiamo
 un prodotto fatto
 a mano, numerato,
 con uno analogo
 uscito da una
 macchina, il
 primo possiede
 un'identità
 connessa alla
 diversità generata
 dalla manualità*

La progettazione digitale è una riduzione di valore?

In sostanza sì. Molti artisti oggi puntano all'effetto visivo, operano con la categoria dell'installazione ma spesso non hanno contenuti da condividere perché privi di quella cultura che permette di accedere ai contenuti, al messaggio che si desidera dare. Credo che questa mancanza non porti a cercare il rapporto fisico con l'oggetto.

A mano o a macchina, i prodotti non sono uguali?

No, sono simili: se confrontiamo un prodotto fatto a mano, numerato, con uno analogo uscito da una macchina, il primo possiede un'identità connessa alla diversità generata dalla manualità. La diversità diventa valore. La cultura industriale esalta l'effetto a scapito della fisicità dell'oggetto. Il prodotto del marketing rimane un falso, in termini reali di prodotto: l'interazione col cliente è solo sull'effetto, non sui contenuti dell'oggetto. Un progetto fatto a mano, come un prodotto fatto a mano, muove le sen-

sibilità, interroga le persone e crea emozioni. Credo che il ritorno del fatto 'a mano' sia la necessità di umanizzare la produzione. Covid-19 ha accelerato questo processo, ha permesso di riprendere familiarità col fatto a mano, anche con gli artigiani sotto casa, con la riparazione. E ha fatto nascere nuove relazioni sociali.

Come cambia il valore dell'identità in progetti e prodotti fatti a mano e fatti a macchina?

Il processo industriale esalta il brand e la sua idea di design, il processo manuale la persona, i materiali e il loro significato.

L'interazione tra l'oggetto e chi li compra: come cambia nelle due logiche di progettazione e produzione?

In quelle dove prevale la manualità, c'è una maggiore possibilità dell'utente di intervenire nel processo di percezione e fruizione, c'è libertà di attribuire la funzione che si vuole. E c'è sostenibilità, perché gli si dà maggiore durata, possibilità o di riparare o di destinare ad



utilizzi differenti. L'utente ritorna padrone delle proprie sensazioni ed emozioni in rapporto agli oggetti.

L'artigiano intellettuale è la figura che proponete come Impresa Sociale: cosa significa?

Educare progettisti e produttori a generare oggetti che abbiano più di una funzione, pensati e realizzati tenendo conto di chi userà quel prodotto. Il produttore non deve imporre la funzione al cliente, ma puntare alla relazione. Sono convinto che nel mercato manchi questo tipo di umanesimo.

A chi si rivolge Avanguardia?

Ad aziende del settore alimentare che vogliono parlare alla pancia delle persone: nell'addome abbiamo il cervello viscerale, che ha la stessa importanza di quello presente nella testa: per condividere questo approccio occorre puntare a questa parte del corpo generatrice di emozioni e di forti energie all'azione. Non è un caso che da alcuni anni le persone abbiano riscoperto il valore della manualità proprio nella cucina.

Ha accennato alla necessità di rimettere al centro il cliente-utilizzatore...

Sì, il futuro dell'economia è nell'economia

delle relazioni, dove è il cliente che dà indicazioni al produttore.

Anche il paradigma Industry 4.0 in qualche modo mette al centro il consumatore: gli oggetti parlanti lo saranno anche nelle mani dei consumatori che trasmetteranno informazioni a ritroso alla produzione grazie all'interazione digitale. La digitalizzazione spinta dei dati alimenterà macchine intelligenti ed autonome capaci di produrre i desideri dei consumatori, in modo flessibile e variabile. Non è un paradigma simile al suo?

No, non c'è nessuno stimolo a conoscere l'origine, la base del prodotto nei suoi materiali e nelle persone che l'hanno realizzato. Il modello di Industry 4.0 resta quello di un tipo solo di marketing che tende ad escludere a priori la persona e la materia che hanno generato l'oggetto: a parte la P di Prodotto, nelle altre tre P non ci sono né la Persona né il Progetto. ■



Per info sulla ghiacciaia: <https://serenevinibio.it/la-ghiacciaia>



OFFICINA ITINERANTE

Lo Street Work è un'officina mobile con tutte le certificazioni di legge che ha le stesse dimensioni di un container (6 metri x 2,5 x 2,5), è autonomo da un punto di vista energetico (produce 4 kw) ed è isolato termoacusticamente. Viene posizionato davanti ai locali da arredare per una produzione e/o finitura a km 0. Nel frattempo, si filma e si pubblica sui social il tutto facendo comunicazione e marketing anche per il cliente: una bottega artigiana sostenibile 4.0. Un suo punto di forza è la possibilità di utilizzo per attività di formazione in qualsiasi luogo. Lo Street Work fa coincidere la produzione con la comunicazione. Viene utilizzato anche per performance artistico-artigianali nelle piazze d'Italia per lanciare le nuove sedi di Avanguardia in Italia.



Quelle icone non sono immagini

Sono oggetti disegnati e realmente costruiti i 12 + 1-2 soggetti del famoso Calendarea, il segna-tempo di Inarea divenuto oggetto da collezione che affascina i bambini di ogni età



Inarea



C' è tutto quello che volevi dire, significare, raccontare. Sono un segno o un'immagine, apparentemente semplici e immediati, in realtà complessi e densi di valore e significato al punto che potresti viaggiarci dentro. Sono naturalmente artificiali o artificialmente naturali e richiedono una manifattura progettuale e realizzativa la cui complessità è proporzionale alla loro efficacia comunicativa.

È questa una possibile definizione delle 'evidenze' di Inarea-Identity and Design Network, una rete indipendente di designer, architetti, strategist e consultant, specializzata nella creazione e gestione di sistemi di identità.

Per evidenza, s'intende il condensato 'fisico' del lungo lavoro di analisi e creazione dell'identità che culmina appunto con segni, immagini e linguaggi di brand: un sistema equiparabile al codice genetico che concentra e annuncia il valore attuale e in evoluzione dell'organismo che vuole identificare: un'azienda, un prodotto, un'istituzione, un servizio, un museo, un'associazione o un evento.



Inarea è nota per il suo linguaggio basato su immagini-metafora dotate di forza semantica elevata: ne siamo circondati e ne entriamo in contatto almeno 30 o 40 volte al giorno. La loro forza si evidenzia soprattutto quando appaiono in contesti multipli, accanto a evidenze di altre organizzazioni: quelle di Inarea 'bucano'. Fra i tanti esempi, vi sono i brand di Eni, di Italo, della Biennale di Venezia, della Snam, della Treccani, di Confindustria, di Webuild (già Salini Impregilo), di Vinitaly ...

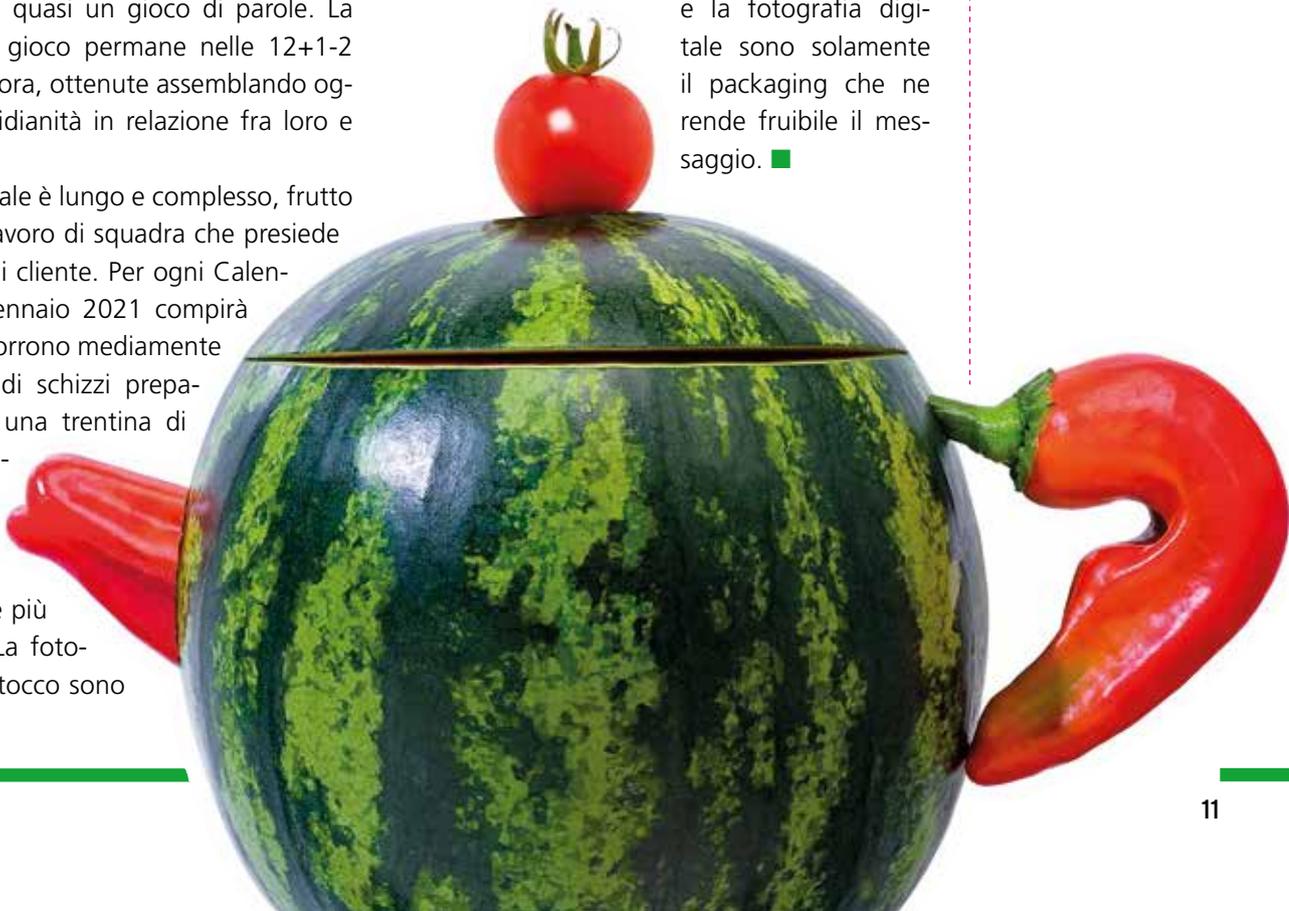
Inarea non si esime però dal raccontare e rammentare sé stessa alla collettività quando, ad inizio d'anno, offre a clienti e amici un calendario ricercato anche da appassionati collezionisti, in Italia e all'estero, per la sua forza semantica. Ogni edizione è dedicata ad un tema di attualità, annunciato con una frase nominale allusiva, ironica, quasi un gioco di parole. La dimensione del gioco permane nelle 12+1-2 immagini-metafora, ottenute assemblando oggetti della quotidianità in relazione fra loro e con il titolo.

L'iter progettuale è lungo e complesso, frutto del medesimo lavoro di squadra che presiede al lavoro su ogni cliente. Per ogni Calendarea, che a gennaio 2021 compirà 30 edizioni, occorrono mediamente una settantina di schizzi preparatori a mano, una trentina di disegni semi definitivi, ognuno con l'indicazione dei materiali da utilizzare, e più di 20 modelli. La fotografia e il fotoritocco sono

la modalità per dare permanenza nello spazio e nel tempo ad artifici che altrimenti la luce, l'umidità, l'ossigeno e la temperatura renderebbero effimeri.

Questa elevata manualità (scelta dei materiali e assemblaggi ripetuti fino al risultato definitivo) traduce immediatamente il pensiero, frutto di un lavoro collettivo. Ogni soggetto non si potrebbe realizzare con fotomontaggi: la forza dell'icona e la trasmissione dei contenuti sono determinati da processi analogici. La luce

e la fotografia digitale sono solamente il packaging che ne rende fruibile il messaggio. ■





Circondiamoci di bellezza

**Effimero o durevole? Solo funzione o anche bellezza?
Per alcune categorie di imballaggio si può ancora scegliere**

Una scatola in paglia prodotta da Tabea Vietzke di Berlino non pagherà certamente il CAC Conai per due ragioni: non esiste il consorzio della paglia ed è molto difficile che una sua scatola sopravviva meno di 50 anni. Ma neppure un astuccio Hennessy realizzato da Pusterla 1880 avrà una vita breve...

Sono due le principali icone dell'imballaggio: la scatola e la bottiglia, citazioni spontanee che oggi fanno riferimento a due materiali: cartone/cartoncino e vetro/plastica.

Ma 80 anni fa, che come arco temporale equivale ad un frammento nella storia della civiltà umana, la parola 'imballaggio' non esisteva: il riferimento lessicale più prossimo era 'recipiente' oppure 'contenitore'. La bottiglia era di vetro e la scatola era di legno oppure di paglia. Di paglia era anche la cannuccia che si usava per succhiare un nettare da un frutto o da un contenitore. Di vimini e di paglia erano i contenitori per la raccolta, il trasporto e la conservazione. Il termine sostenibilità non esisteva perché tutto lo era: tutto era durevole.

Questa prerogativa è diventata sinonimo di sostenibilità in francese: *durabilité* è la sua espressione.

È scontato, ma non troppo, che la permanenza di un manufatto nello spazio e nel tempo e il suo uso e riuso siano il livello più elevato di

sostenibilità economica, ambientale e sociale.

La durabilità non è un esercizio retorico, ma può tornare ad essere prerogativa di alcune categorie di imballaggi: quelli destinati a contenere beni preziosi, che si regalano una volta nella vita; quelli destinati ad un'occasione particolare per comunicare valore e rispetto della persona. Quelli che conterranno oggetti di tutti i giorni: una custodia per occhiali, un contenitore per il tè o il caffè sfusi, o un semplice porta biglietti da visita da tasca.

Ci sono categorie di imballaggi che ha senso produrre a basso costo, e con macchine automatiche, per la loro funzione effimera ma di alto valore: per esempio la vaschetta polimerica che garantisce la sicurezza alimentare di un petto di pollo a fette in MAP.

Ci sono categorie di imballaggi che non vale la pena scegliere per il basso costo: la vita è troppo breve per circondarsi esclusivamente di oggetti orribili e di persone sgradevoli: e questo non è un lusso accessibile, è una regola di vita. Una scatola in paglia prodotta da Tabea



Vietzke di Berlino non pagherà certamente il CAC Conai per due ragioni: non esiste il consorzio della paglia ed è molto difficile che una sua scatola sopravviva meno di 50 anni. Ma neppure un astuccio Hennessy realizzato da Pusterla 1880 avrà una vita breve: senza ricorrere ad esempi di nicchia, vi sono imballaggi che tendiamo a conservare per le loro funzioni e la loro estetica: e spesso sono imballaggi che hanno richiesto una certa dose di manualità, intesa come fisicità (manipolazione, occhi, tatto, gusto, riflessione, ecc.).

Un altro esempio: un manicotto da due euro in poliestere, con gel refrigerante, per mantenere fresco il vino in tavola o un cestello portabottiglie liscio di Ugo Poggi di Impruneta? Nel primo caso si compra un problema, nel secondo caso una soluzione ecologica certificata da 2000 anni di storia: i manufatti in terracotta di questa azienda, considerati fra i migliori del mondo, nascono a 25 km da Figline Valdarno: il figulinus era nell'antica Roma il vasaio. Certo, servono 40 euro, ma la conservazione del freddo è pari se non superiore alla manica in PET addizionata di gel chimico. E quando finirà il suo ciclo di vita, questa terracotta non avrà bisogno di raccolte differenziate, consorzi, municipalizzate e aziende di riciclo ma tornerà alla terra.

Homo Faber è un evento internazionale biennale che raccoglie e promuove a livello mondiale le migliori 'mani' artigiane d'Europa, fra le quali appunto quelle di Tabea Vietzke e di Ugo Poggi. L'evento è sostenuto da Michelangelo Foundation, il progetto voluto da Franco Cologni per raccogliere e coordinare le differenti associazioni dei vari Paesi europei che tutelano le manualità eccellenti. L'edizione 2020 sarà posticipata al 2021, ma dal 17 settembre di quest'anno sarà possibile accedere ad una guida della rassegna futura tramite una piattaforma on line.

La motivazione alla base del progetto e dell'evento è di una straordinaria attualità, di una coincidenza disarmante leggendo le parole di Cologni: "Durante la peste che imperverò nel XIV secolo, Giovanni Boccaccio scrisse il Decamerone, un capolavoro della letteratura nel quale narrava una serie di storie che avevano lo scopo di preservare il senso della bellezza, dell'umanità e dell'amore. Sono persuaso che nel 2021, quando verrà il momento, anche Homo Faber riprenderà a raccontare storie meravigliose e autentiche, che segneranno il rinascimento del nostro mondo: le stimolanti storie dei maestri d'arte. Homo Faber ci darà quindi l'opportunità di godere ancora della bellezza." ■

...i manufatti in terracotta di questa azienda, considerati fra i migliori del mondo, nascono a 25 km da Figline Valdarno: il figulinus era nell'antica Roma il vasaio. Certo, servono 40 euro, ma la conservazione del freddo è pari se non superiore alla manica in PET addizionata di gel chimico

Una sartoria veneta taglia, modella e cuce il legno

I tranciati non servono solo per ricoprire porte e mobili di pregio.
Se hai l'idea giusta ma soprattutto la manualità allenata, realizzi "emozioni su misura"



"L'artigianato ha preso il sopravvento sul nostro essere e così, da operai presso un noto produttore italiano di porte per interni, decidemmo di uscire per creare un nostro laboratorio." La storia nasce quasi vent'anni fa da due soci e successivamente diventa DS Wood di Stefano Stecca a Castelfranco Veneto in provincia di Treviso. L'arte manuale consiste nel selezionare, e quindi giuntare, o meglio cucire con un filo due tranciati: sono lamine di legno di spessore 5/10/20 decimi di millimetro che, se sapientemente unite e stabilizzate anche dal punto di vista cromatico, si trasformano in un rivestimento di pregio per porte e arredamento su misura.

NASCITA DI UN SEMILAVORATO

Il foglio di legno si ottiene dalla tranciatura del tronco degli alberi. Queste lamine sono come le pagine di un libro che ne raccontano la storia...

Ma, come in una sartoria, per realizzare un rivestimento su misura si devono giuntare i fogli creando una lamina regolare, esteticamente simmetrica ed equilibrata.

Prima si deve saggiare con gli occhi e le mani le caratteristiche quali consistenza, venatura e difetti del tranciato grezzo.

I tranciati rifilati vengono quindi accostati e saldati a filo, senza colle, ed a mano lungo il lato interno.

L'INTERVENTO MANUALE

Questa operazione sartoriale è necessaria in quanto la tranciatrice lavora in modo longitudinale alla struttura del tronco, che nei migliori dei casi ha un diametro di 50 cm: quindi, i primi tranciati sono lunghi quanto l'altezza del tronco, ma larghi inizialmente pochi centimetri; poi gradualmente arrivano a 50 cm e infine tornano ad essere larghi pochi centimetri. "Non si può quindi sprecare il tranciato, perché si tratta di legni pregiati – spiega Stefano Stecca – Ecco perché vanno scelti, controllati, rifilati e poi giuntati."

L'idea del laboratorio nacque nell'a-

prile 2001 per proporre a falegnami e architetti innovazioni decorative per infissi interni, ma anche per i mobili. Così, se all'inizio l'80% dei clienti si rivolgeva a loro per le porte, oggi invece l'80% lo fa per l'arredamento.

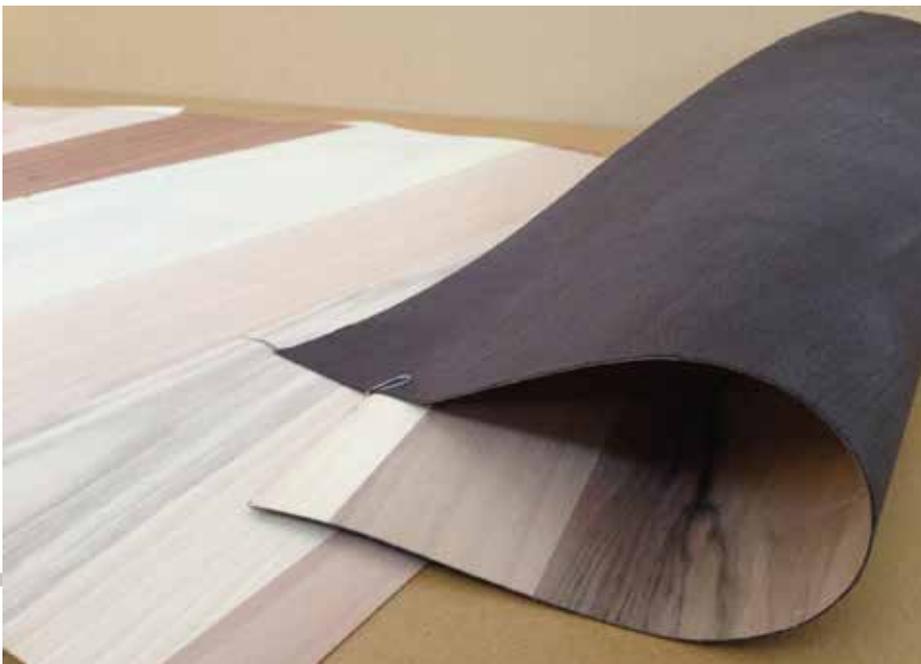
L'IDEA DI UN PACKAGING 'DUREVOLE'

Nello sviluppo del laboratorio, però, rimanevano molti sfridi dalla rifilatura dei fogli destinati ad essere giuntati. Come sfruttare questi sfridi? Stefano Stecca da sempre ha il pallino di mettersi alla prova con cose nuove e di cercare altri mercati, come aveva fatto all'inizio passando dalle porte ai mobili. "Nel 2013 abbiamo pensato al packaging – racconta – ma dovevamo trovare il modo di superare la difficoltà di lavorare il legno sottile vista la sua fragilità. Quindi abbiamo verificato la fattibilità di accoppiare il legno con il cartoncino per creare scatole di varie forme e misure che sfruttassero la bellezza visiva e tattile del legno con la formabilità e l'usabilità tipiche di un fustellato celluloso. Successivamente abbiamo studiato la stessa unione anche con

la stoffa, per poter entrare nel settore della moda: per esempio abbiamo realizzato dei papillon; poi abbiamo realizzato un quaderno morbido e quindi pieghevole."

Questa tecnica è un brevetto di proprietà di DS Wood, adatto alla maggior parte delle applicazioni, riciclabile nella filiera del packaging in legno a fine vita e testato come compostabile a livello di laboratorio nella filiera dell'umido. L'integrazione fra materiali differenti tramite questo brevetto ha preso il nome di Caudex®. In sette anni diverse aziende hanno acquistato soluzioni di packa-

ging con Caudex®, alcune anche gadget, in settori diversi, dall'arredo alla moda, dall'alimentare ai gioielli. L'ampio ambito di utilizzo è dato anche da un'ulteriore caratteristica che lo accumuna alla carta: si presta a varie tecniche di stampa, taglio e incisione quali serigrafia, laser e anche una semplice scritta a mano. "È un materiale il cui costo non è paragonabile alla carta – confessa Stecca – ma chi lo sceglie lo fa non per realizzare un packaging comune: Caudex® è un materiale progettato e proposto per dare un ulteriore valore estetico, funzionale e green al legno."



Un problema di mancanza di 'quote rosa'? DS Wood si differenzia anche sotto questo aspetto: in vent'anni, il lavoro artigianale di DS Wood sulla valorizzazione dei tranciati lignei è stato trasmesso perlopiù a donne. Perché? "Nel nostro settore la donna si è rivelata versatile sotto vari aspetti: manualità, senso del gusto, e creatività."

DS WOOD

Via Sile, 24 - Unità 8 - 31033 Castelfranco Veneto (TV)
<http://dswood.it>



Packaging e “saper fare”: quale futuro?

Riflessioni di un Product Designer sul packaging che verrà

Questo pensiero per immagini, che coinvolge un solo senso e due sole dimensioni, mi fa temere che si stia perdendo quel “saper fare” che è essenziale non solo per realizzare un prodotto, ma anche per progettarlo

Una delle cose che mi sto chiedendo spesso, ultimamente, è se abbia ancora senso pensare in tre dimensioni quando si disegna un packaging. È una sorta di provocazione a me stesso, ovviamente: per formazione e per il tipo di lavoro che svolgo, non potrei neanche immaginare di concepire un progetto in altro modo. Disegno prodotti, penso alle funzioni reali di cose che prenderanno vita e spessore in situazioni reali, nelle mani delle persone che le utilizzeranno, dunque è chiaro che non posso fare altrimenti.

Eppure, quando mi confronto con gli studenti o con i giovani designer alla prima esperienza di lavoro, che spesso abbiamo la fortuna di avere con noi in agenzia, mi rendo conto che il

pensiero rispetto al packaging sta cambiando.

Per quanto possa sembrare paradossale, dato che anche un pack è un oggetto concreto, con una sua precisa funzione, mi sto rendendo conto che, salvo rarissime eccezioni, viene sempre più spesso concepito come un’immagine.

Si potrebbe pensare che questo sia dovuto alla poca esperienza o che si tratti di studenti che non hanno particolari competenze nel settore, ma non è così. Mi riferisco a giovani talenti con competenze specifiche, che nel percorso di studi hanno, almeno sulla carta, esplorato a fondo il mondo del packaging. Eppure, eccoli davanti a me con progetti che sembrano concepiti per essere guardati, soluzioni bidimensionali che sembrano nascere dall’osservazione pura e semplice di cose che verranno create solo per



essere viste. Come se si fossero sempre e solo confrontati con ciò che vedono, riproducendo a loro volta cose da vedere, e non avessero mai toccato, rigirato tra le mani, provato a rielaborare e immaginare oggetti di uso comune.

Questo pensiero per immagini, che coinvolge un solo senso e due sole dimensioni, mi fa temere che si stia perdendo quel "saper fare" che è essenziale non solo per realizzare un prodotto, ma anche per progettarlo. Dai più giovani mi piacerebbe ancora vedere un pensiero tridimensionale che prenda vita anche solo attraverso semplici fogli di carta che, piegati, danno origine a una forma, a un concetto. Forme e concetti che passeranno poi dalla ricerca di finiture, texture, materiali e tecnologie, potendo così dare origine a qualsiasi cosa.

Dov'è finita, allora, la manualità nel settore del packaging? La mia domanda iniziale si evolve in un'altra domanda, che non è più una provocazione, ma una riflessione sul futuro, che è, per definizione, nelle mani dei più giovani. Se è chiaro, infatti, che per me avrà sempre senso

pensare un qualsiasi oggetto, qualunque sia la sua funzione, in tre dimensioni, mi chiedo se le capacità necessarie per poterlo fare nel packaging design si stiano perdendo.

Relegata ad ambiti sempre più specialistici e di nicchia, quella "competenza del saper fare" andrebbe, a mio avviso, rivalutata anche in ambito progettuale perché, perdendola, si rischierebbe di privare di senso il nostro lavoro, limitandone le possibilità di crescita. Ma, soprattutto, poiché il pensiero forma la realtà intorno a noi, il rischio maggiore sarebbe quello di appiattirla, smettere di esplorarne il potenziale, gratificando sempre e solo l'immagine. Il bello della realtà, invece, è che ha infinite sfumature, tutte essenziali per approcciare qualunque tipo di progetto. ■

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



Mirco Onesti, partner e creative director di Reverse Innovation - Reverseinnovation.com



 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

Bioplastiche: coltivare la crescita

Aumento della presenza nell'umido raccolto per il compostaggio. Finalmente disponibile il contributo ambientale

Il recente studio congiunto CIC-COREPLA su qualità e quantità di imballaggi in plastica e compostabili nella raccolta dell'umido evidenzia un aumento da 27.000 a 83.000 tonnellate fra 2016 e 2019 della presenza di plastiche compostabili nella raccolta dell'umido negli RSU; l'incidenza degli imballi compostabili sul totale del materiale compostabile passa dall'1,5% al 3,9%, ma si registra anche un leggero aumento dello 0,3% dei materiali non compostabili che pesano per il 5,2%, di cui oltre la metà è plastica (3,2%) e solo 1,6% sono imballaggi plastici non compostabili. Traguardo o problemi? **Risponde Giovanni Salcuni, direttore commerciale di Biotec per l'Italia.**



La crescita è di fatto un traguardo positivo anche perché, al di là dell'evoluzione del mercato, abbiamo contribuito come filiera a restituire carbonio alla biosfera. Dietro questo risultato, c'è stato e c'è ancora il lavoro di Assobioplastiche che ha investito in informazione corretta sui materiali e promosso la differenziata dell'umido. La quota delle plastiche e degli imballi non compostabili resta un problema piccolo sì, ma pur contenuto costituisce un fattore critico non trascurabile.

Quali misure ritiene utili per ridurre ulteriormente la presenza di sacchetti non compostabili?

Occorrerebbe agire su due fronti: da una parte, insistere sulla corretta informazione puntando alla circolarità del materiale bioplastico e del suo fine vita dove esprime a pieno il suo valore aggiunto superiore. Dall'altra occorre tracciare materiali, prodotti e produttori e far sì che queste informazioni, certificate, aiutino gli utenti

a scegliere e gestire correttamente questi manufatti e i materiali di cui sono fatti. Poi, i controlli vanno fatti e incrementati perché siamo ancora nella fase di sviluppo del mercato.

Quale aspetto vorrebbe che il nuovo consorzio Biorepack sviluppasse con priorità non appena diverrà operativo?

Il processo di creazione del consorzio è stato lungo e laborioso, ma l'opportunità che abbiamo oggi finalmente premia la fatica sostenuta: destinare gli elevati contributi finora riscossi al reale e concreto sviluppo del compostaggio. Credo che il consorzio dovrà impegnarsi nell'informazione e nella collaborazione con le forze dell'ordine per il rispetto delle norme vigenti, fino a quando non saranno eradicati le pratiche illegali.

BIOTEC

<http://it.biotec.de>



L'eco-design rivela i costi occulti

Progettare un imballo sostenibile sul piano ambientale ed economico richiede di prevedere dei differenti modi d'uso in contesti differenti



Laura Sabbadini.

Chi sceglie un elevato livello di protezione dei freschi con gli RPC-Reusable Plastic Containers, parte già avvantaggiato nel percorso verso la sostenibilità: ma solo per il fatto di usare un sistema riutilizzabile? Quali aspetti delle cassette in plastica riutilizzabili creano benefici ambientali? Quanto pesa il sistema di gestione? Risponde a una serie di domande sull'eco-design Laura Sabbadini, General Manager di IFCO SYSTEMS Italia.

Cosa significa il termine eco design in IFCO?

Eco-design significa concepire un prodotto in tutto il suo ciclo di vita e questo significa guardare ai materiali usati, al processo di utilizzo, ma soprattutto identificare il riutilizzo del materiale alla fine del ciclo di vita. Le cassette IFCO ne sono un esempio.

Quali sono le caratteristiche di eco-design degli imballi secondari di IFCO?

Le cassette IFCO sono studiate per essere riutilizzate, condivise e soprattutto per rimanere cassette per sempre. Per IFCO sostenibilità va oltre il prodotto. I nostri processi si basano sul principio dell'uso efficiente di tutte le risorse.

- Il **materiale** – che deve essere durevole, igienicamente sicuro. Dobbiamo essere in grado di lavarli e sanificarli dopo ogni utilizzo. Inoltre, i nostri RPC sono costituiti da un solo tipo di materiale in modo da poterli riciclare direttamente senza dover separare i diversi materiali – un processo che spesso costringe

l'azienda a esternalizzare il processo di riciclaggio. Noi usiamo solo polipropilene (PP) senza additivazione di altre poliolefine; per intenderci si tratta di materiale usato per i contenitori in plastica adatti al microonde.

- **Progettate per massimizzare la logistica di ritorno (reverse logistics) e ridurre al minimo gli sprechi**, compreso il loro contenuto. Per avere l'impronta più bassa possibile, per trasportarne di più sul singolo vettore, tutte devono essere compatibili quando sono piene o vuote nonostante le loro dimensioni. Vanno anche progettate per ridurre gli sprechi, e normalmente si parla di circa il 96% in meno di scarti di prodotto grazie alla loro ventilazione ottimale e al controllo della temperatura.

- **Riciclabilità e utilizzo di contenuto riciclato.** È un criterio piuttosto restrittivo in caso di applicazione alimentare, per evitare la contaminazione del flusso di riciclaggio e quindi proteggere la salute pubblica. Spesso altri materiali, anche se riciclabili, vengono declassati (downgraded) e non possono più essere utilizzati per la produzione di imballaggi alimentari, ma saranno utilizzati in applicazioni meno critiche. Nel nostro caso, grazie al nostro sistema di produzione e al fatto che utilizziamo un solo materiale, possiamo rigranulare il materiale dei nostri RPC per crearne di nuovi, e siamo gli unici nel campo degli RPC a farlo. Ma devono anche essere progettati per essere riparabili, un altro aspetto importante quando si parla di imballaggi sostenibili.

Eco-design significa concepire un prodotto in tutto il suo ciclo di vita e questo significa guardare ai materiali usati, al processo di utilizzo, ma soprattutto identificare il riutilizzo del materiale alla fine del ciclo di vita



IFCO SmartCycle™



• **Uso delle risorse lungo l'intero ciclo di vita.** Efficienza energetica, contenuto e utilizzo totale di energia, uso di energia rinnovabile, uso di energia pulita, ecc. questi elementi insieme alla riciclabilità sono fattori importanti che consideriamo nel nostro processo logistico, nei centri di servizio dove le casse vengono sanificate e durante i trasporti. Per esempio, abbiamo un sistema per recuperare l'acqua che viene poi utilizzata nei campi vicini e recuperiamo il vapore che viene utilizzato per il nostro processo di lavaggio. Naturalmente, sono attività tutte certificate. Ma anche l'uso stesso di acqua viene monitorato e gestito in base alla necessità del ciclo stesso d'uso della cassetta. Il nostro sistema automatizzato di lavaggio e sanificazione si basa su un controllo puntuale ed una calibrazione continua della variabile temperatura: questo significa usare l'energia in modo efficiente.

• **Riutilizzabilità** - Implica l'ingegnerizzazione dell'intero processo per consentire il riutilizzo. Ciò significa mettere a punto un sistema che ne garantisca l'uso sicuro.

In sintesi, in cosa vi differenziate da altri pooler?

Il criterio di riusabilità durante il ciclo di vita è alla base del concetto di economia circolare (reuse & share) ed è condiviso con qualsiasi altro pooler. Quello che differenzia IFCO da altre aziende, è il materiale, il concetto di riciclabilità per creare dei nuovi RPC, senza destinare il materiale ad altri usi, la progettazione di contenitori e i servizi relativi specifici (come ad esempio le cassette per la panificazione) ed il sofisticato sistema automatizzato di lavaggio e sanificazione (SmartGuardian™) che ci permette un uso efficiente delle risorse.

Quali criteri di gestione consentono di dare prestazioni ambientali?

Quello che differenzia IFCO da altre aziende, è il materiale, il concetto di riciclabilità per creare dei nuovi RPC, senza destinare il materiale ad altri usi, la progettazione di contenitori e i servizi relativi...



Impatto ambientale

Rispetto alle casse monouso,
gli RPC IFCO producono:



CO₂



Rifiuti
solidi



Rispetto alle casse monouso,
gli RPC IFCO consumano:



Energia



Acqua



Inoltre riducono i danni ai prodotti di oltre il 96%,
diminuendo gli sprechi alimentari.



Danni
ai prodotti



© IFCO 12/2019 | Tutti i diritti riservati

Come IFCO curiamo in particolare il design della cassetta per mantenere condizioni termiche e di ventilazione stabili il più a lungo possibile durante i passaggi logistici

- la **dimensione delle cassette** quando ripiegate per massimizzare l'efficienza nella logistica di ritorno. Ad esempio, le casse IFCO Lift Lock sono alte solo 28 mm, il che significa più casse su un pallet, cioè meno trasporto.
- le caratteristiche della cassetta, quali **rigidità**, mantenimento delle **condizioni termiche** e **ventilazione**. Questo contribuisce a prolungare la vita commerciale dei prodotti freschi. L'alta protezione durante trasporto, manipolazione e refrigerazione riduce gli impatti: frutti danneggiati e mandati al macero hanno un impatto maggiore del contenitore che li ha trasportati. Come IFCO curiamo in particolare il design della cassetta per mantenere condizioni termiche e di ventilazione stabili il più a lungo possibile durante i passaggi logistici. Secondo alcuni nostri studi effettuati da laboratori esterni sulle nostre cassette, la vita commerciale dei prodotti trasportati nelle cassette IFCO è fino a 4 giorni più lunga. Questo significa meno sprechi e quindi anche un migliore uso delle risorse produttive a monte.
- Un altro esempio è quello delle casse per le banane che dal Costa Rica all'Italia possono arrivare in un unico contenitore, con il proces-

so di maturazione in corso, senza dover fare due processi di confezionamento.

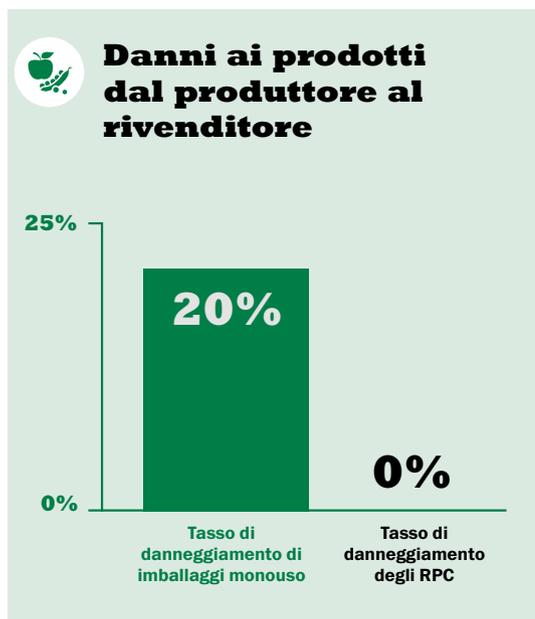
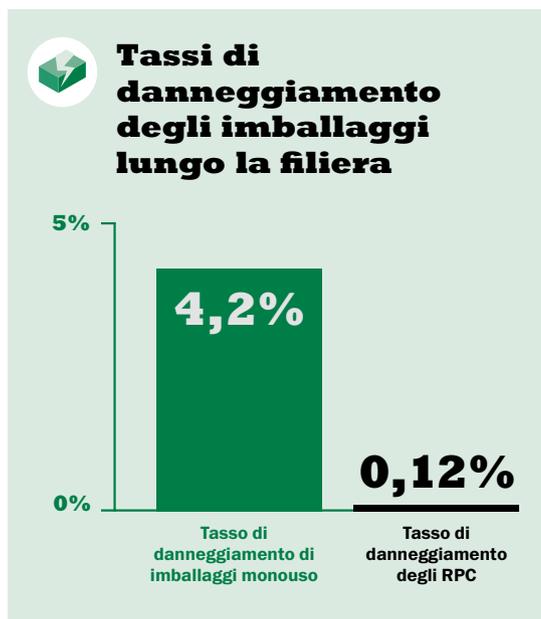
- il **processo di lavaggio** adeguato all'uso della cassa: le casse per la IV gamma confezionata sono differenti dalle altre e non richiedono gli stessi processi di lavaggio necessari per quelle per carne e pesce. Questo significa usare le risorse di acqua ed energia in modo efficiente senza compromettere l'igiene.

Quali altri criteri gestionali permettono di ridurre gli sprechi?

Il controllo e la tracciabilità degli stock: ci sono clienti che tendono a ordinare più di quanto serve realmente e rischiano di avere più scorte di sicurezza superiori a quelle necessarie: IFCO gestisce i volumi presso il cliente e lo aiuta a non avere un magazzino segnalando le eccedenze e suggerendo di evitarle.

Inoltre, le cassette non sono sensibili all'umidità, il che significa meno sprechi di imballaggi ed ancora una volta meno sprechi di prodotti: basterebbe immaginare un imballaggio indebolito dall'umidità, che si rompe quando pieno.

Per promuovere il concetto di sostenibilità delle nostre cassette RPC, nel 2018 abbiamo introdotto il cosiddetto certificato di sostenibilità che rilasciamo ai nostri clienti.



In quali nuovi settori i RPC potranno evitare la formazione di rifiuti da imballaggio?

IFCO opera in settori diversi dall'ortofrutta quali carne, pesce ma anche prodotti di panificazione; in particolare, in quest'ultimo settore c'è uno spreco di imballaggio tra la fase di produzione, congelamento e immagazzinamento e poi quella del trasporto ai punti di vendita della GDO dove viene conclusa la cottura all'interno dell'area del punto di vendita dove si trovano i forni. IFCO propone un contenitore unico per entrambe le fasi e riutilizzabile, in grado di resistere a -25°C: ciò significa riduzione degli imballaggi e massimizzazione della logistica di ritorno, uso efficiente dei mezzi di trasporto (meno CO₂) e delle superfici commerciali. Queste cassette sono usate presso importanti operatori anche in area discount.

Recentemente abbiamo anche lanciato una cassetta studiata per cibi pronti che, grazie alle sue dimensioni specifiche, permette l'ottimizzazione di spazi ed imballaggi.

Come ha reagito la sede italiana all'insorgere dell'emergenza Covid-19?

Grazie della nostra presenza operativa globa-

le, ci siamo trovati di fronte al COVID-19 all'inizio dell'epidemia.

Sulla base di questa prima esperienza, abbiamo potuto preparare e attuare immediatamente misure complete in tutte le nostre filiali mondiali per proteggere ciò che più che mai è importante per noi: il nostro personale, i nostri clienti, la catena di approvvigionamento alimentare.

Per proteggere i nostri dipendenti, abbiamo chiuso i nostri uffici a livello globale, e i dipendenti IFCO lavorano da casa, senza alcun impatto sul livello di servizio. Presso i nostri centri di servizio sono stati implementati nuovi rigidi protocolli per un funzionamento ininterrotto e per continuare a lavare e disinfettare le RPC secondo i più alti standard. Questo è stato anche possibile grazie all'elevata automazione dei nostri centri.

Infine, operando a livello europeo, abbiamo potuto contare su un pool più ampio attingendo, se necessario e in modo programmato, alle riserve di altri Paesi.

Non solo: questo test mostra che il modello stesso di multinazionale, se ben architettato e ben gestito, performa molto meglio di quanto si sia portati a pensare, con elasticità e tempi di reazione da PMI. ■

Grazie alla nostra automatizzazione e a sistemi di lavoro in remoto, abbiamo continuato ad offrire un servizio regolare ai nostri clienti



Matrimonio in laguna fra legno e acciaio

Bobine portacavi, parti di casse e fusti d'acciaio diventano il dehors di uno dei più originali wine & cocktail bar dell'Adriatico

Per un veneziano, dire bar o caffè è dire tutto. La dimensione sociale è nella natura stessa di questa città che per secoli è stata una civiltà, più che una città, come scrissero due famosi autori di uno dei più bei libri sulla città lagunare: "Civiltà di Venezia", un mondo e un modo a sé di essere cittadini in quel meraviglioso mosaico che è l'Italia.

I veneziani, forse, sono stati gli eredi degli antichi greci nel loro saper fare 'polis': come i greci, hanno sviluppato una civiltà partendo dall'acqua e rimanendo, come gli antichi, sull'acqua: là erano le acque intorno alle isole dell'Egeo, qui le acque dell'Adriatico.



Eppure, i veneziani con l'acqua hanno sempre avuto un rapporto di 'amore-odio': vitale, essenziale, importantissima, ma non da bere! Da temere, e da tenere ben lontana dai piedi e dalla bocca (vedi il MOSE). Ed ecco quindi sviluppare una cultura alcolico-sociale che culmina in esempi internazionali come i cocktail Bellini e Mimosa, nell'Harry's Bar, nel Caffè Florian e indietro nel tempo fino alla Bottega del Caffè di Carlo Goldoni, fino alla tradizionale espressione colloquiale 'ombra de vin' ad indicare i venditori di vino di piazza san Marco, che per ripararsi dal sole seguivano l'ombra del campanile.

Insomma, proibire a un veneziano, e in generale a un veneto, di bere è impossibile. Anzi: alla



Anzi: alla parola 'proibire' gli scatta la creatività, come è capitato al barman Lucio Tiziano Serafino che a Caorle, perla della laguna, insieme al titolare Simone Tomasello, ha creato nel 2014 l'Harry Johnson Speakeasy



Ma nel dehors il registro cambia: per motivi pratici (l'aria salmastra corrode e non conserva) e di identità. Il bere è rude e maschile, o meglio era, ed ecco il ricorso ad oggetti e materiali maschili: legno ed acciaio



parola 'proibire' gli scatta la creatività, come è capitato al barman Lucio Tiziano Serafino che a Caorle, perla della laguna, insieme al titolare Simone Tomasello, ha creato nel 2014 l'Harry Johnson Speakeasy, un bar su tre piani ispirato al clima ed al piacere del bere tipico del proibizionismo americano degli anni '20. È situato in Rio Terrà delle Botteghe (il toponimo indica l'interramento di un canale d'acqua: non poteva che aprire in una via con questo nome!). L'atmosfera interna è tipica dell'epoca, dalla musica agli arredi in pelle rossa, dalle luci tenui

al corredo iconografico alle pareti e sui tavoli, con citazioni classiche, come il grammofono. Ma nel dehors il registro cambia: per motivi pratici (l'aria salmastra corrode e non conserva) e di identità. Il bere è rude e maschile, o meglio era, ed ecco il ricorso ad oggetti e materiali maschili: legno ed acciaio. All'Harry Johnson Speakeasy anche l'arredo esterno è un mix di gusti, tonalità, echi e sensazioni diverse, un po' come i suoi cocktail per i quali è famoso in Italia e nel mondo. Talento mondiale del cosiddetto 'mixology' applicato al bere d'autore, le



L'arredo per esterni è dunque coerente con la personalità del bar e nasce da un matrimonio fra legno ed acciaio nelle forme e nelle strutture dei rispettivi imballaggi: fusti metallici e bobine portacavi di legno

creazioni di Lucio Tiziano Serafino sono variegata e multisensoriali come lo era la pittura della civiltà di Venezia, famosa nella storia e nel mondo per la sua capacità di creare forma, spazio, luce e movimento solo col colore. Bere un cocktail in questo bar è come bere un dipinto moderno.

L'arredo per esterni è dunque coerente con la personalità del bar e nasce da un matrimonio fra legno ed acciaio nelle forme e nelle strutture dei rispettivi imballaggi: fusti metallici e bobine portacavi di legno. Il locale è stato realizzato da Simone Tomasello, proprietario, insieme a Lucio Tiziano Serafino: entrambi hanno trovato presso Stopcasa.it di Jesolo tutti gli 'ingredienti' per il loro mix d'ambiente.

Nei colori e nelle tonalità si avverte anche un omaggio alla tradizione lagunare di dipingere l'esterno della casa con lo stesso colore della barca del pescatore che ci viveva, una sorta di concetto di immagine coordinata 'ante litteram'. Tuttavia, l'unico problema di coordinamento, in questo bar, è quello degli arti



inferiori quando, dopo un robusto cocktail, si prende la via del ritorno, non del mare... In tutta sicurezza, grazie all'isola pedonale del centro storico di Caorle che permette lo 'smaltimento' dei gradi all'aria fresca della sera. ■



“Economia Circolare =” comunica la sostenibilità

Una campagna di comunicazione sulle parole chiave dell’Economia Circolare, ideata da 2 docenti e 32 studenti dell’Università Iuav di Venezia, vince il Gold Award nella sezione Sustainability del premio internazionale sull’information design IIDAward 2020

Autori:



Laura Badalucco
(Università Iuav di Venezia)



Paola Fortuna
(Studio +fortuna)

Le strategie per l’Economia Circolare sono tanto importanti per il nostro futuro quanto complesse da spiegare a chi non è addetto ai lavori, soprattutto se si tratta di un pubblico vasto ed eterogeneo. Come abbiamo già visto in passato, temi così complessi rischiano di essere raccontati in modo superficiale e di far perdere forza ai concetti che li sottengono

sign, visto il ruolo centrale che esso ha sia nella costruzione di nuovi modelli di produzione e consumo, sia nella relativa comprensione e comunicazione. Basti pensare che in molti settori, come in quello del packaging, le fasi di progettazione possono incidere su quasi l’80% degli impatti ambientali connessi ai prodotti.

Ma come può il design aiutare a rendere evidenti e trasmissibili i vari aspetti legati allo sviluppo di un’economia circolare, come fattore di innovazione e competitività?

È stata questa la domanda che ha dato avvio al progetto di una serie di infografiche capaci di mostrare come si possono comunicare le pa-

A destra:
Bottiglia o borraccia: cicli diversi. A noi la scelta.

Di Alessandro Caterino, Gianmarco Cocco, Cecilia Mascia, Carolina Schiesari, Paola Ziero

Nella pagina a fianco:

Non buttare domani quello che puoi riparare oggi.

Di Isabella Baggio, Enrico Milocchi, Mariam Ouichouani, Filippo Papa, Giorgia Pierobon, Lorenzo Tamberi

Più condivisione, meno consumi e più efficienza

Di Tobia Faiman, Matilde Guzzon, Tullia Parenzan, Luca Parolin, Anna Peroni

do senza che le persone ne capiscano le reali potenzialità e capacità di risolvere i problemi.

La notevole complessità di questi temi richiede dunque un’adeguata informazione e comunicazione che non ne diluisca gli elementi costitutivi e i possibili risultati.

Gestire la complessità

Le stesse emergenze ambientali e sociali (oggetto dei 17 Sustainable Goals delle Nazioni Unite) e le possibilità di soluzioni offerte dalla transizione verso un’economia non più lineare bensì circolare necessitano oggi di una profonda riflessione e conoscenza negli ambiti del de-





role chiave della circolarità con modalità molto varie tra loro utilizzando in modo efficace sia i media fisici, sia quelli digitali (in particolare i canali social). Un sistema di information design può, difatti, aiutare a comprendere la vera essenza della circolarità e spiegarne le strategie (dall'ottimizzazione nell'uso delle risorse all'allungamento della vita dei prodotti, dal riciclo al riuso, dalla simbiosi industriale alla sharing economy, ecc.).

Abbiamo condotto questo progetto, intitolato *Economia Circolare =*, con 32 studenti di Design. Svolto nel luglio 2019 presso l'Università luav di Venezia, il progetto era parte della ricerca "Opportunità - Sinergie Circolari per un Mercato Efficiente. Formazione e reti per l'acquisto, il recupero e il riutilizzo", ideato e diretto dal gruppo di ricerca del prof. Francesco Musco (luav) e finanziato dal Fondo sociale europeo 2014-2020.

IIIDAward 2020

Il progetto *Economia Circolare =* ha ora vinto il Gold Award nella sezione "Sustainability" del premio internazionale sull'information design IIIDAward 2020.

Il premio è indetto a cadenza triennale dall'Istituto per l'Information Design-IIID, istituzione fondata a Vienna nel 1986 per sostenere lo sviluppo, il riconoscimento e le buone pratiche in questa disciplina. Nel 2011, per celebrare il suo 25° anniversario, l'IIID ha introdotto l'Award che viene assegnato allo scopo di selezionare e promuovere i migliori progetti di design dell'informazione a livello internazionale. I vincitori di questa quarta edizione sono inseriti nell'IIIDAward-Book e faranno parte dell'IIIDAward-Tour che toccherà diverse tappe in tutto il mondo.

Il progetto è stato particolarmente apprezzato perché mira a migliorare, sensibilizzare e fornire uno strumento utile per la conoscenza e la promozione degli obiettivi della sostenibilità ambientale e, in particolare, delle differenti strategie proprie di un'economia circolare con

Economia circolare è **RIPARAZIONE**

Non buttare domani,
quello che puoi riparare oggi.

La quota di consumatori che recupera un articolo danneggiato o usurato è aumentata di quasi il 60%, coinvolgendo oltre 35 milioni di persone in Italia.

repubblica.it



+ EFFICIENZA*



+ CONDIVISIONE
- CONSUMI
+ EFFICIENZA

* Incentivare la redistribuzione dei prodotti contribuisce a ridurre gli acquisti e limitare la produzione di massa, sfruttando al massimo ogni singolo articolo e allungandone il ciclo vita.

ECONOMIA CIRCOLARE =



una varietà di linguaggi adatta proprio a quella eterogeneità di destinatari della quale abbiamo accennato.

Per far comprendere la ricchezza di temi e per fare in modo che l'Economia Circolare non venga associata solo, come a volte ancora accade, al riciclo dei materiali, è stato quindi deciso di studiare un sistema di design delle informazioni che potesse aiutare a comprendere la vera essenza e il ventaglio di possibilità che la circolarità offre.

Giovani designer e libertà espressiva

Per identificare gli strumenti di comunicazione più efficaci, è stato deciso di coinvolgere i designer più giovani. È stato organizzato un workshop di cinque giorni con un gruppo di giovani designer tra i 20 e i 25 anni, studenti dell'Università Iuav di Venezia, lasciando loro libertà espressiva.

Partendo dalle parole di base del Framework RESOLVE proposto dalla Fondazione Ellen McArthur, gli studenti, divisi in sei gruppi, hanno studiato una campagna di informazione destinata, in Italia, a un pubblico molto ampio ed eterogeneo.

I gruppi hanno cercato soluzioni per spiegare in modo semplice, efficace e veloce concetti complessi come quelli del framework (REgenerate, Share, Optimize, Loop, Virtualize, Exchange).

A ogni gruppo è stato chiesto di analizzare le strategie e di immaginare una campagna di sensibilizzazione che utilizzasse sia le opportunità del digitale e dei social media sia il mezzo cartaceo (manifesti, cartoline). I partecipanti hanno progettato alcuni pannelli 700x700 mm, sei cartoline quadrate 150x150 mm con immagini, slogan e testi descrittivi, declinabili in post per i social media. Il risultato è stato un sistema di pannelli informativi, schede, brevi video e post (in particolare per Instagram e Facebook) su ciò che realmente significa Economia Circolare e su cosa possiamo fare per promuoverla come una soluzione concreta alle questioni ambientali.



Ogni gruppo ha sperimentato linguaggi comunicativi diversi (dalla fotografia all'illustrazione e alla tipografia) e diversi toni comunicativi (serietà, ironia, paradosso, ecc.) per raggiungere efficacemente un pubblico diverso.

Una mostra, una campagna social, un premio

Tutti i progetti sono stati presentati in una piccola mostra organizzata nel Magazzino Ligabue 6, a Venezia, alla fine di luglio 2019. Immediatamente dopo, è iniziata una campagna social sulle pagine Instagram e Facebook del Master Luav in Circular Design per verificare

l'impatto dei messaggi. Fino alla fine di settembre 2019, la campagna ha testato le strategie di comunicazione e verificato la loro efficacia aumentando l'interesse per questi temi.

La freschezza e varietà delle soluzioni, assieme alla profondità della riflessione e alla capacità di creare linguaggi adeguati a destinatari molto diversi tra loro per età e cultura, sono state molto apprezzate dalla giuria dell'IIIDAward e hanno portato il progetto a vincere questo importante premio. Una dimostrazione che il design può fare ancora molto per offrire un'informazione chiara ed efficace su temi tanto complessi quanto indispensabili per il nostro futuro. ■

Il gruppo di studenti di Economia Circolare = guidati da Laura Badalucco e da Paola Fortuna.

Nella pagina a fianco:

*Dai nuovo valore ai prodotti: poniti un nuovo obiettivo.
Di Bianca Lazzaretti, Marco Lupacchini, Anna Laura Pascon, Giovanna Polenghi, Irene Zorzi*

*Best Before 2910
Di Enrico Favaro, Miriana Mancini, Alice Marescotti, Angela Nicente, Francesca Todero*

G
I
U
G
O
2
0
2
0

Italia e UE: gli impatti di Covid-19 sulla produzione

La produzione italiana di imballaggi del mese di giugno cresce, ma resta ancora lontana dai livelli pre-crisi

La produzione italiana di imballaggi di giugno è aumentata del 3,4% rispetto a maggio 2020 sotto l'effetto dell'allentamento delle misure sanitarie durante la fase 2 dell'epidemia e della ripresa generale dell'economia italiana. Tuttavia, l'indice della produzione è ancora inferiore del 3,8% rispetto a giugno 2019 (fig. 1).

La ripresa dell'attività non è uniforme nei differenti comparti. La produzione di imballaggio in carta e di cartone ondulato di giugno 2020 è quasi ritornata ai livelli dello stesso mese dell'anno scorso (-0,9%). All'estremo opposto, la produzione imballaggi metallici soffre ancora della crisi (-10,3%). Secondo i dati disponibili, tutti i comparti hanno superato il punto di minima della recessione e sembrano avviati sulla strada della ripresa. I prossimi mesi ci diranno se

questa ripresa sarà rapida (a V) o più lenta (a L). Anche a giugno, l'andamento della produzione italiana di imballaggi si conferma più resiliente rispetto all'industria italiana, che, invece, registra una contrazione del 14,7% rispetto al 2019. Il risultato meno negativo del comparto imballaggi si spiega con performance relativamente migliori dei settori cliente (fig. 7).

Nel contesto internazionale, la produzione d'imballaggi dell'Unione Europea a 27 si conferma sulla via della ripresa, anche se resta sempre inferiore rispetto a quella di giugno 2019 (-6,1%). L'andamento della produzione non è sincrono nei diversi paesi: la Germania diminuisce meno della media europea (4,2%), mentre le contrazioni sono più importate in Francia (9,5%) e Spagna (9,6%).

(a cura di Antonio Savini-ASEtudes
asetudes@gmail.com) ■

Fig. 1 - Indice della produzione di imballaggi Italia



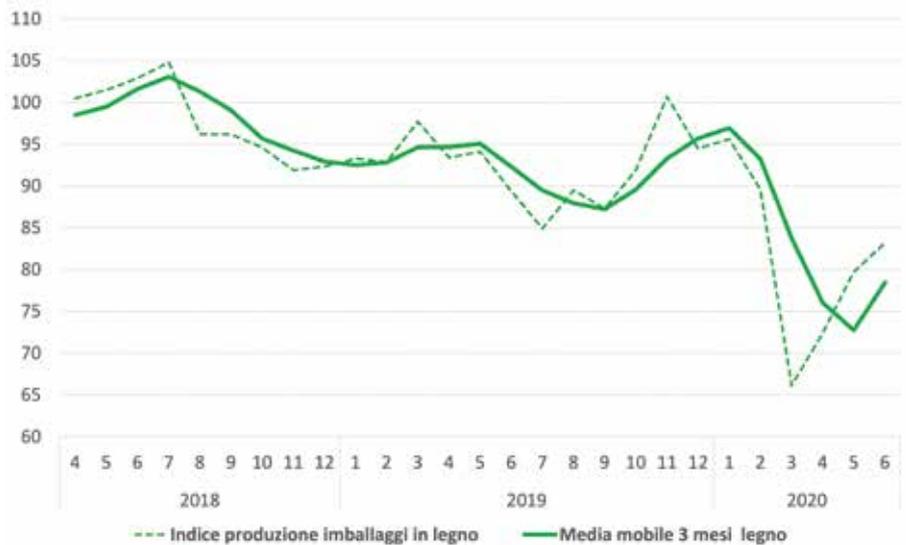
1

Fonte: elaborazioni ASEtudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100

INDICI SETTORIALI DELLA PRODUZIONE D'IMBALLAGGI

2

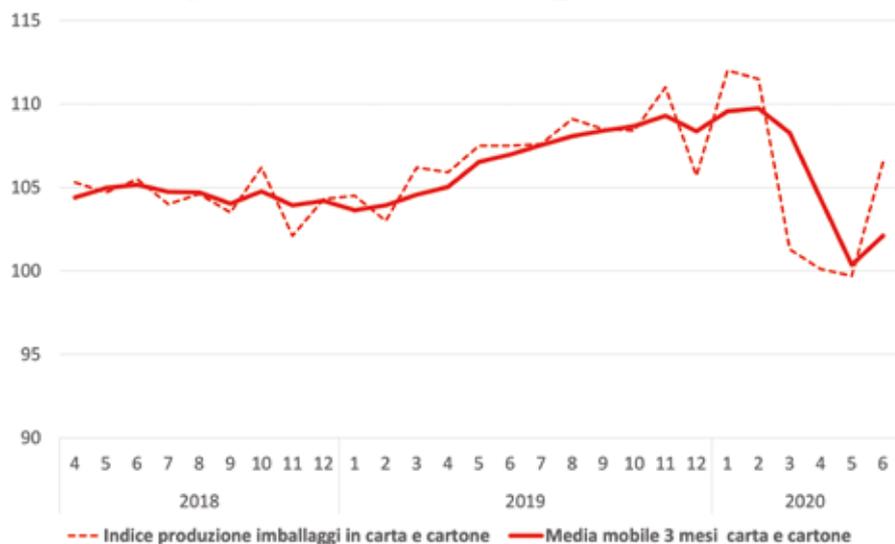
Fig. 2 - Indice della produzione di imballaggi in legno



Fonte: elaborazioni ASEtudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100

3

Fig. 3 - Indice della produzione di imballaggi in carta e cartone

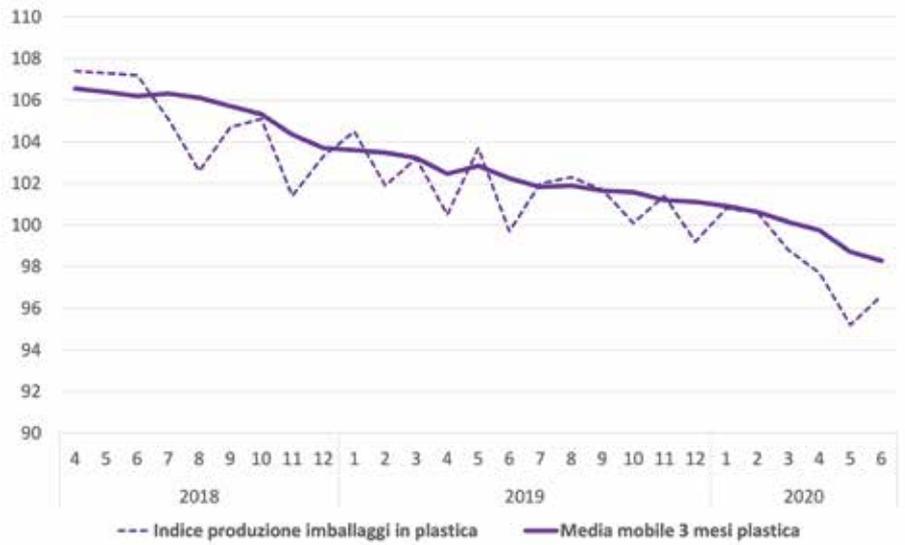


Fonte: elaborazioni ASEtudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100



4

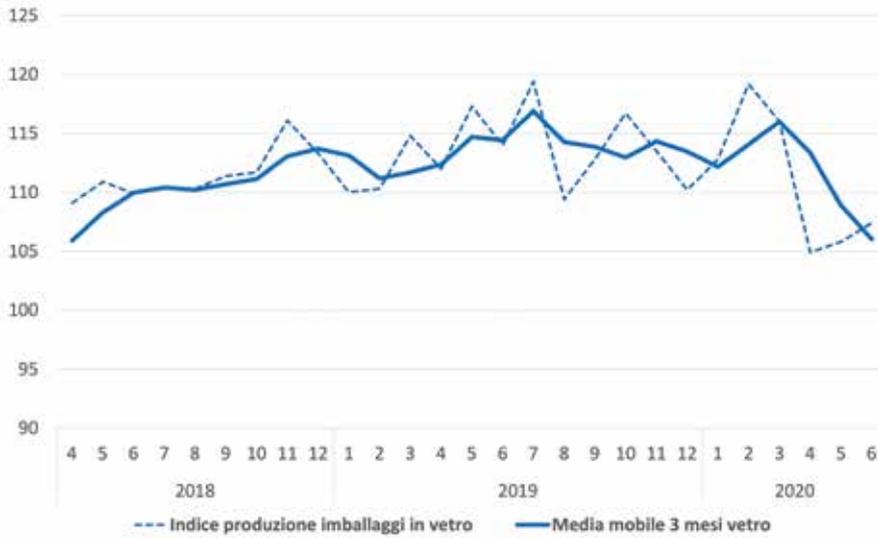
Fig. 4 - Indice della produzione di imballaggi in plastica



Fonte: elaborazioni ASETudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100

Fig. 5 - Indice della produzione di imballaggi in vetro

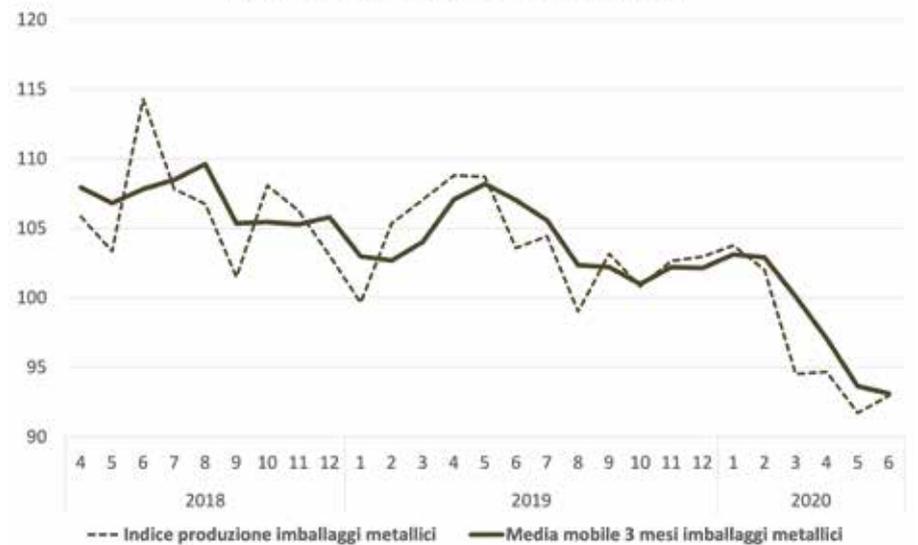
5



Fonte: elaborazioni ASETudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100

6

Fig. 6 - Indice della produzione imballaggi metallici

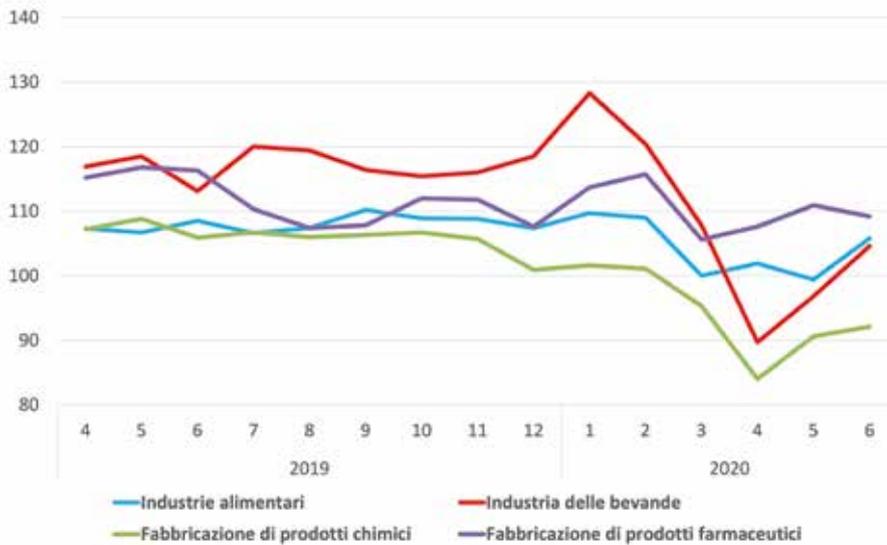


Fonte: elaborazioni ASETudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100



Fig. 7 - Indice della produzione settori cliente

7

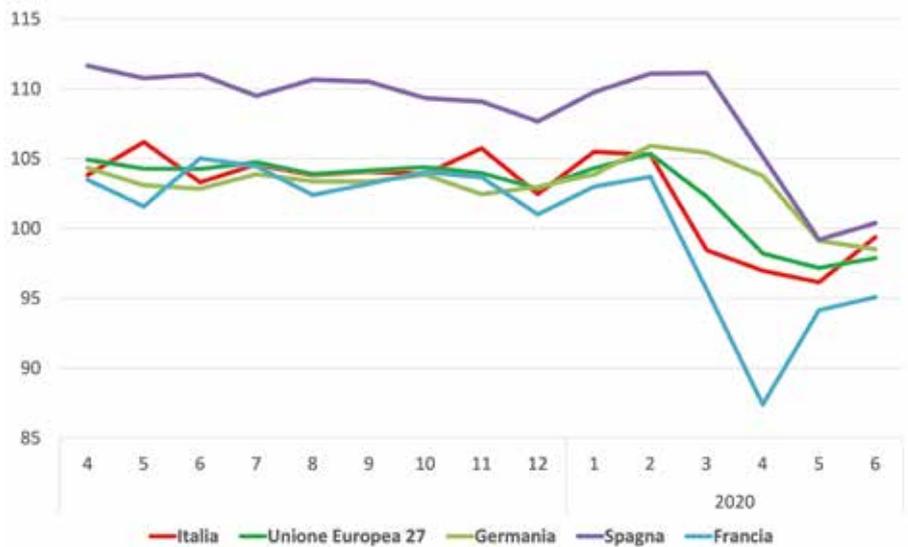


Fonte: dati destagionalizzati ISTAT, base 2015 = 100

Fig. 8 - Indice della produzione di imballaggi in Europa

8

Fonte: elaborazioni ASEtudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100



PRODUZIONE DI IMBALLAGGI IN ITALIA – giugno 2020

	Variazione % rispetto a giugno 2019
PRODUZIONE MEDIA IMBALLAGGI ITALIA	-3,8%
Imballaggi in legno	-6,9%
Imballaggi in carta e cartone	-0,9%
Imballaggi in plastica	-3,1%
Imballaggi in vetro	-5,8%
Imballaggi metallici	-10,3%

Fonte: elaborazioni ASEtudes su dati destagionalizzati Eurostat, base 2015 = 100

“Diamo risposte tecniche certificate a sfide green”

Le carte speciali di Carte Dozio assicurano la protezione e superano le prove di compatibilità ambientale richieste dai principali enti di certificazione



Con oltre 80 anni di esperienza nei supporti cellulósici flessibili, nelle carte speciali e nei film polimerici ad elevato grado di ecocompatibilità, Carte Dozio è un'azienda familiare che da quattro generazioni ha accumulato competenza ed esperienza tecnica per risolvere specifici problemi di confezionamento in ambito sia alimentare sia non alimentare.

Il suo **primo** punto di forza è la capacità di selezionare carte in grado di dare risposte tecniche ad esigenze di elevata protezione e preservazione di beni ed alimenti ad alto valore aggiunto unitamente ad un fattore che si configura oramai come un pre-requisito: la compatibilità ambientale dei materiali (provenienza da fonti

rinnovabili, possibilità di riciclo e/o di biodegradazione, assenza di inquinanti o contaminanti).

Il **secondo** punto di forza è la continuità di fornitura insieme a servizi di personalizzazione delle carte e dei film (taglio e stampa su misura).

Il **terzo** punto di forza è il tipo di relazione con i fornitori di supporti: Carte Dozio ha creato legami commerciali stabili e pluridecennali di distribuzione, di trasformazione e produzione su licenza con società italiane e straniere leader di mercato nelle rispettive specializzazioni: ciò consente di accedere ad un assortimento che costituisce lo stato dell'arte a livello mondiale e riduce i tempi di ricerca,

selezione, confronto e disponibilità delle possibili soluzioni.

Il **quarto**, o forse più importante, punto di forza è il riferimento scientifico che accompagna ogni soluzione, soprattutto in rapporto ai dichiarati benefici ambientali: ogni proposta è accompagnata da certificazioni basate su standard riconosciuti e controllati.

LE NORME TECNICHE

Certificata ISO 9001: 2015 per garantire il miglioramento della qualità, Carte Dozio ha prodotti conformi a standard di riferimento nei rispettivi settori: PEFC™ e FSC® per la sostenibilità delle risorse cellulósiche, BRCGG Packaging Materials Issue 6

per il rispetto delle GMP e dei requisiti richiesti degli imballaggi MOCA a livello europeo.

ALCUNI ESEMPI

Nei mercati delle bustine per the e tisane, delle cialde in carta e delle capsule con componenti cellulose, Carte Dozio propone da anni Carta Filtro Dynagreen® di Glatfelter. Grazie allo strato termosaldante composto di fibre di PLA, è l'alternativa eco-compatibile alla carta filtro termosaldante. Certificata compostabile da DINCERTCO, Dynagreen® è provvista di tutte le attestazioni che occorrono ai torrefattori per certificare il prodotto finito e sono dichiarate compostabili secondo la UNI EN 13432. Disponibile in sei diverse grammature e destinazioni, Dynagreen® è utilizzabile su tutte le macchine automatiche form-fill-seal per cialde o capsule senza modifica dei settaggi rispetto alle carte tradizionali. Carte Dozio offre anche la versione personalizzata stampata con un logo generico sulla compostabilità, anche per piccoli quantitativi. La stampa è realizzata con inchiostri idonei per l'utilizzo, anche in colore verde.



APPLICAZIONI INDUSTRIALI

Nel campo delle spedizioni internazionali di prodotti ed impianti ad alto valore aggiunto, Carte Dozio fornisce una gamma completa di prodotti in grado di bloccare o rallentare la formazione della corrosione con una protezione multimetallica. I VpCI-Vapor phase Corrosion Inhibitors sono composti formulati dalla Cortec Corporation che reagendo con l'umidità si trasformano in ioni che si depositano sulle superfici metalliche, formando così uno strato protettivo contro la corrosione.

In particolare, il film VpCI-126, totalmente riciclabile, consente di ridurre

l'impiego di materiali inquinanti. Abbinato alla gamma di oli protettivi a derivazione vegetale ed a emettitori di molecole VpCI realizzati in TNT biodegradabile, si realizzano imballaggi anticorrosivi anche di grandi dimensioni, con un impatto ambientale molto basso e senza necessità di usare prodotti di derivazione petrolifera.

“Il mercato abbonda di autodichiarazioni di sostenibilità, di biodegradabilità, di compatibilità ambientale, di conformità al contatto con gli alimenti – precisa l'ingegner Marco Dozio – Soprattutto nelle innovazioni, si ama dichiarare la prestazione, ma non come si è ottenuta, cosa c'è dentro un film o una carta e soprattutto non si accompagna il prodotto con un certificato autorevole e credibile di ciò che si dichiara. Ciò che proponiamo al mercato ha sempre un riferimento tecnico sicuro, confrontabile e certificato a livello europeo e mondiale.”

CARTE DOZIO

Via Galileo Galilei, 15 – 20091 Bresso (MI)
Tel. +39 02.66500100
cartedozio.com – info@cartedozio.it



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 reimettono imballaggi e materie prime in cicli logistici e produttivi ad elevato valore aggiunto per tutta l'economia circolare italiana ed europea.



Il legno? Che sia la prima scelta...

La federazione europea dei produttori chiede che gli imballaggi in legno siano riconosciuti come essenziali

I fenomeno Covid-19 ha ribadito in modo diretto ed indiretto il profilo di sostenibilità degli imballaggi in legno, in particolare dei pallet: uno studio condotto dall'Institut für Holztechnologie di Dresda per conto di EPAL Germania tra febbraio 2018 e dicembre 2019 ha confrontato le proprietà anti e promicrobiche dei pallet standard EPAL Euro e dei pallet di plastica H1. Lo studio ha evidenziato che i batteri hanno un tasso di sopravvivenza più basso sulla superficie di legno rispetto a quella in plastica, quindi i bancali in legno sono maggiormente adatti per applicazioni in ambito alimentare, compresa la trasformazione degli alimenti e il trasporto. Le sezioni ruvide causate dall'usura sulla superficie dei bancali forniscono in entrambi i manufatti le condizioni ideali per la crescita di batteri ma il legno vanta proprietà antibatteriche naturali che prevengono la diffusione di microrganismi in una misura tredici volte superiore a quella della plastica dei pallet H1.

I pallet sono stati testati secondo metodi certificati, ed erano stati tutti usati almeno una volta, ma non puliti, prima del test. I risultati dello studio si basano anche su ricerche precedenti, incluso il rapporto di Aviat del 2016 ed altre 86 pubblicazioni, consultate per accertare se il contatto tra legno e cibo sia sicuro. Lo studio ha concluso che il legno è adatto a garantire condizioni migliori di igiene grazie alla sua struttura porosa che crea spesso condizioni sfavorevoli ai microrganismi.

Il risultato è stato aggiunto alle motivazioni con cui l'Associazione Europea dei Produttori di Imballaggi in Legno (FEFPEB) ha chiesto ai governi europei di riconoscere il pallet in legno e l'industria dell'imballaggio come essenziali per



la fornitura di catene di beni vitali sia durante sia dopo l'emergenza di Covid-19.

Il riconoscimento è arrivato quasi immediatamente dalle autorità di Belgio, Italia, Regno Unito e da alcune regioni tedesche, cui si aggiunge la decisione temporanea di altri Paesi in cui l'industria è stata autorizzata a lavorare – preve misure supplementari di salute e sicurezza – al fine di mantenere la disponibilità di prodotti come cibo e medicine.

FEFPEB ora chiede lo 'stato essenziale' ufficialmente riconosciuto in tutt'Europa e su base continuativa, per far comprendere ai governi il ruolo vitale del settore nelle catene di approvvigionamento e la necessità di mantenere le forniture di pallet e imballaggi, sia durante la crisi sia in generale. ■



Rilegno: nuovi progetti di economia circolare

Contribuire al raggiungimento della neutralità climatica tramite la piantumazione e una logistica più snella, e incentivare ulteriori sbocchi oltre al riciclo nel pannello

I dati del 2019 confermano un trend di costante crescita, portando la raccolta gestita dal Consorzio al massimo livello mai raggiunto dal sistema..

Rilegno traccia il bilancio dell'anno 2019 e si posiziona nella parte alta della classifica 'materiali' anche a livello europeo: oltre 63% dell'immesso al consumo, sia nella sia categoria sia in tutte le categorie dei materiali da imballaggio: 1.967.000 sono state le tonnellate di legno raccolto e avviato a riciclo, con un incremento dei volumi del 1,77% sull'anno precedente.

"I dati del 2019 confermano un trend di costante crescita, portando la raccolta gestita dal Consorzio al massimo livello mai raggiunto dal sistema", afferma Nicola Semeraro, Presidente di Rilegno. "L'anno in corso presenta incognite dovute alla crisi sanitaria ed economica che stiamo attraversando. Sebbene questa importante crisi sia una realtà con cui ci confronteremo nei mesi a venire, il sistema Rilegno non si ferma e non si è mai fermato, nemmeno nei mesi di lockdown, garantendo la raccolta e l'avvio al riciclo del legno in tutta Italia".

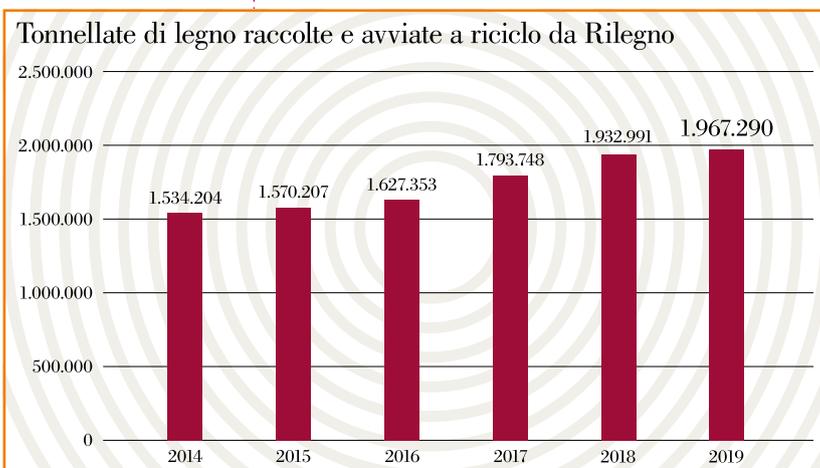
"Questa paralisi mondiale dovuta al Covid-19", aggiunge Semeraro, "ci costringe a rivedere i nostri stili di vita e le nostre scelte a tutti i livelli, di Governo, di impresa e anche individuali orientandoli ai valori e ai principi della sostenibilità, della protezione dell'ambiente e dell'ecosistema in cui viviamo. Quegli stessi valori ai quali da sempre si ispira l'azione di Rilegno che in poco più di vent'anni ha realizzato un sistema che rappresenta un concreto e virtuoso esempio di economia circolare nel nostro Paese, che non solo crea valore economico, ma che permette di "congelare" un milione di tonnellate di CO₂ ogni anno".

Non solo imballi

La gran parte di tutto il materiale riciclato grazie a Rilegno è costituito da pallet, imballaggi industriali, imballaggi ortofrutticoli e per alimenti, ma una quota importante, pari a 676.000 tonnellate, proviene dalla raccolta urbana realizzata attraverso le convenzioni attive con 4.545 Comuni italiani, dove confluiscono materiali provenienti dal consumo domestico come vecchi mobili, cassette per la frutta o per vini e liquori, fino ai tappi in sughero.

A livello territoriale le Regioni con i maggiori volumi raccolti sono la Lombardia con 484mila tonnellate (circa il 25% del totale), l'Emilia-Romagna con 278mila, il Piemonte con 171mila, il Veneto con 162mila e la Toscana con 152mila.

C'è poi l'attività di rigenerazione dei pallet, fondamentale in ottica di prevenzione, e in costante crescita: sono ben 839.000 le tonnellate, ovvero oltre 60 milioni i pallet usati, riparati e ripristinati per la loro funzione origi-





naria e reimmessi al consumo.

Rilegno gestisce una filiera basata su 2.000 consorziati, 419 piattaforme di raccolta private, 15 impianti di riciclo, 4.545 comuni convenzionati per una popolazione servita che supera i 42 milioni di abitanti.

Preparazione, trasporto e valorizzazione

La raccolta degli imballaggi e una prima lavorazione per ridurne il volume tramite pressatura, frantumazione, triturazione o cippatura, avviene nelle piattaforme convenzionate con il Consorzio capillarmente diffuse su tutto il territorio nazionale e al servizio del tessuto produttivo e distributivo nazionale e delle raccolte differenziate comunali. Inizia poi il grande viaggio lungo tutto lo Stivale fatto di oltre 120mila viaggi di autotreni all'anno, 480 al giorno, che trasportano il legno verso i centri di riciclo localizzati perlopiù nel Nord Italia.

In questi impianti avviene il processo di riciclo che consente al legno di intraprendere un nuovo ciclo di vita, generando nuova materia e quindi nuovi prodotti. Il 95% del materiale legnoso riciclato viene, infatti, utilizzato per la creazione di pannelli truciolari, linfa vitale per l'industria del mobile, e altri prodotti come pannelli OSB, pallet block, blocchi di legno cemento per l'edilizia, pasta di legno destinata alle cartiere e compost.

E questo è l'oggi: ma domani?

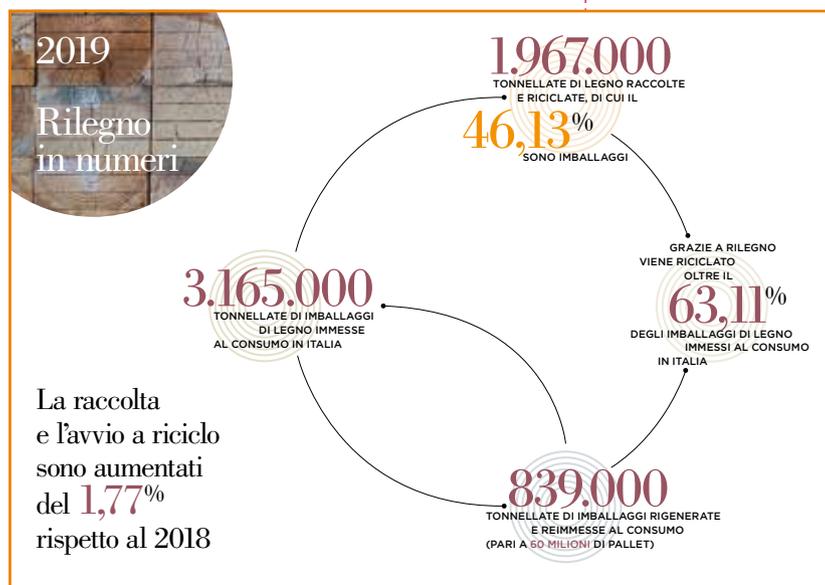
Pannelli isolanti a base di legno riciclato ma anche conversione della materia lignea in idrogeno: sono soltanto due fra i progetti in cantiere in casa Rilegno. Una recente ricerca del Politecnico di Milano conferma che l'economia legata al riciclo del legno crea benefici per due miliardi di euro, riduce di 1,7 milioni le t di CO2 immesse nell'ambiente e occupa oltre 10.000 persone. Ma si tratta di punti di partenza, non di traguardi. Ecco quindi rilanciare la sfida e progettare nuove applicazioni, ma senza dimenticare l'effetto 'pozzo di carbonio' degli alberi: piantumare nuovi alberi è compensare in primis

CHI È RILEGNO

È da 23 anni uno dei 6 consorzi Conai ed è responsabile di sostenere prevenzione, riuso, riciclo e recupero degli imballaggi in legno. Ma è anche il consorzio che agevola la creazione di valore aggiunto dai rifiuti in legno, in primi quelli da imballaggio, preoccupandosi di promuovere flussi logistici, applicazioni, tecnologie e condizioni di mercato utili a fare del legno il protagonista dell'economia circolare.



le attività del ciclo di Rilegno, che comporta comunque emissioni. I progetti di messa a dimora di nuove piante contribuiranno a raggiungere l'obiettivo di neutralità climatica. ■





Ambiente ed etica nell'imballo industriale

Un'azienda investe per oltre 10 anni in tecnologie, metodi produttivi, fa innovazioni di prodotto ma soprattutto cura gli aspetti di sostenibilità: ecco i risultati



Nel corso degli ultimi 10 anni Emiliana Imballaggi ha avviato e concluso importanti investimenti sulla produzione lean, sull'automazione, sulla sostenibilità del processo produttivo, sull'analisi delle sequenze d'uso delle casse pieghevoli e sul miglioramento dei criteri di usabilità; altri investimenti hanno riguardato nuove linee di prodotto mirate ad usi specifici, quali per esempio soluzioni standard adattabili anche a prodotti di forme irregolari, piuttosto che linee conformi agli

standard ONU per spedizioni internazionali di beni pericolosi o contenenti sostanze pericolose.

L'insieme di questi investimenti stanziati nell'arco di 10 anni è quantificabile in una percentuale media annua del 5%, un impegno considerevole se si pensa che abitualmente le aziende produttrici di imballaggi in legno per applicazioni industriali devono misurarsi spesso con un mercato orientato al ribasso a scapito della prestazione. Invece, Emiliana Imballaggi ha sempre sviluppato e promosso un

concetto di qualità tecnica alta, nel realizzare progetti sia di casse pieghevoli a catalogo e su misura, sia di grandi casse su misura (divisione Emi-Pack), che oggi pesano per il 25% del fatturato arrivato a 15 milioni di euro. Andrea Vezzani, Planning Manager, spiega come è avvenuto nel tempo l'aumento del valore aggiunto dei prodotti e dei servizi, a vantaggio dei clienti e dei destinatari delle merci spedite. Al di là di tecnologie, metodi gestionali, software e certificazioni, l'investimento più im-

portante è stato fatto su uno sviluppo della cultura tecnica del produrre e del realizzare su misura che è stata trasferita al cliente. Il tutto accompagnato da un'attenzione costante agli aspetti ambientali ed etici.

Come è cambiata in questi 10 anni presso gli uffici acquisti dei vostri clienti la sensibilità alla qualità tecnica dell'imballaggio in legno?

Il processo che riguarda la nascita degli imballi è cambiato nel corso degli ultimi 10 anni: non viene più coinvolto soltanto l'ufficio acquisti, ma anche gli uffici tecnici di progettazione dei prodotti, il responsabile della logistica, qualità, ambiente e sicurezza. Con aziende che partecipano collegialmente alle scelte si crea una fidelizzazione che aumenta la qualità dell'imballo stesso e la soddisfazione reciproca. E quando il cliente ti mostra prototipi o disegni tecnici riservati, significa che si è arrivati ad un elevato livello di affidabilità del fornitore.

In che senso queste figure hanno acquisito le competenze di base per saper valutare il valore economico e la prestazione dei vostri prodotti?

In passato l'obiettivo era 'la cassa che costa meno', oggi è la cassa che performa meglio sotto l'aspetto anche ambientale e di sicurezza: alcune aziende esprimono richieste specifiche, come la possibilità di identificare con immediatezza il contenuto; altre richieste specifiche puntano ad agevolare le fasi di montaggio, riempimento e chiusura con una progettazione

personalizzata che in termini assoluti costa di più, ma in termini relativi riduce tempi e costi legati ai materiali di allestimento; altre richieste riguardano gli aspetti legati alla sicurezza di chi è addetto a stivaggi e trasporti ma anche di smontaggi e apertura delle casse a destino.

Quali elementi hanno modificato la percezione di valore dell'imballaggio industriale?

leri era una soluzione necessaria, povera, semplice, da comprare al minor prezzo: oggi è un prodotto performante, sicuro, affidabile ed è diventato elemento d'immagine, cartina di tornasole della serietà delle aziende. A determinare questo cambiamento in primis è stata la crescente complessità delle spedizioni internazionali, ed in parallelo l'evoluzione delle normative, sempre più specifiche e relative sia ai prodotti contenuti, sia ai contenitori e alle condizioni e ai vettori del trasporto. Di conseguenza i controlli doganali sono divenuti più approfonditi e l'insieme di questi fattori ha progressivamente accresciuto la due diligence dei committenti: si è spostata dal 'cosa' al 'come'. E in questo 'come' c'è uno spazio sempre maggiore alla verifica della regolarità del personale addetto alle operazioni ed alla sua sicurezza.





L'inquadramento dei collaboratori con contratti regolari, le tutele per quanto riguarda la salute e la sicurezza, la correttezza e la legalità nei rapporti di lavoro sono oggetto di verifica: le aziende non vogliono più rischiare di essere coinvolte in episodi di illegalità che gettano poi un'ombra sulla reputazione, oltre a doverne affrontare le conseguenze legali e penali.

Quanto pesano oggi nella relazione con il cliente gli aspetti legati alla sostenibilità?

I trattamenti termici in base agli standard ISPM n. 15 sono divenuti ormai un prerequisito sia sul piano documentale sia su quello tecnico reale; aumenta l'attenzione verso l'origine del legno, che sia conforme non solo al Regolamento EUTR 995/2010 ma

meglio ancora se certificata da una catena di custodia; per esempio, Emiliana Imballaggi ha scelto lo standard PEFC che, oltre a rispettare i criteri di legalità del legno stabiliti dall'EUTR, garantisce la gestione sostenibile delle foreste.

Accanto a questi impegni, Emiliana Imballaggi è da anni attiva nella prevenzione degli sprechi e dei sovradiimensionamenti, nel miglioramento del processo produttivo lean e nella valorizzazione degli sfridi per produrre calore ad uso interno.

Covid-19 ha modificato temporaneamente produzione e vendita lungo tutta la filiera: che cosa vi hanno chiesto di diverso i vostri clienti durante questi mesi? Dopo Covid-19, che cosa cambierà nelle dinamiche del vostro settore?

Durante le prime settimane di emergenza c'è stata sintonia fra clienti, fornitori e ciò ha permesso di concludere le commesse programmate.

I contatti fisici tra persone restano il punto dolente: i momenti di confronto tecnico sono stati trasformati in videoconferenze che però hanno privato noi e loro di un momento di arricchimento della relazione sul piano umano e soprattutto tecnico.

Dovremo tararci insieme su come superare questi ostacoli, anche in vista della presentazione di nuovi prodotti e servizi, come per esempio le recenti soluzioni per l'imballaggio e il trasporto dei prodotti pericolosi.

EMILIANA IMBALLAGGI S.P.A.

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

PREMIATA PER LE RELAZIONI COMMERCIALI

Alla fine dello scorso anno, Emiliana Imballaggi ha ricevuto il CRIBIS Prime Company, un attestato rilasciato dalla più autorevole e nota agenzia europea di business information, la CRIBIS D&B.

Il titolo viene riconosciuto solo alle aziende con il massimo livello di affidabilità dal punto di vista delle relazioni commerciali. Si basa sulla probabilità che si verifichino insoluti nel pagamento delle fatture ai propri fornitori, in un dato arco temporale.

Emiliana Imballaggi è stata analizzata in modo approfondito e accurato attraverso numerosi indicatori e variabili, tra cui gli indici di bilancio, le esperienze di pagamento, la presenza o meno d'informazioni pregiudizievoli, fino ai più elementari dati anagrafici, come la forma giuridica, l'area geografica, la dimensione e l'anzianità dell'azienda.



PALLET E BREXIT



È scaduto il termine per l'estensione del periodo di transizione Brexit. Ciò significa che il Regno Unito completerà la sua uscita dall'UE il 31 dicembre e ha solo sei mesi per finalizzare un accordo. In caso di una situazione di "nessun accordo", tutti i pallet di legno che viaggiano tra il Regno Unito e l'UE dovranno essere sottoposti a trattamento termico e contrassegnati come conformi ISPM 15. EPAL garantisce che tutti i suoi pallet sono essiccati in forno e conformi ISPM 15, quindi liberi di circolare attraverso le dogane in tutta Europa e non soggetti a ritardi causati da ispezioni, qualunque sia lo scenario Brexit.

IL GEMELLO DIGITALE

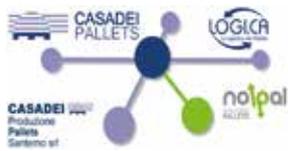
L'obiettivo del progetto iPAL è la digitalizzazione del più grande pool di pallet aperti al mondo. L'European Pallet Association (EPAL) e il Fraunhofer Institute for Material Flow and Logistics (IML) stanno sviluppando insieme pallet intelligenti e la piattaforma logistica del futuro presso l'EPAL Enterprise Lab. Le informazioni su tutti gli sviluppi dei pallet iPAL sono disponibili sul nuovo sito Web iPAL, dove è possibile anche condividere pallet serializzati ed essere partner pilota nel progetto: <https://en.ipal-pallets.org>



EPAL ALLA PROVA DEL COVID-19

GI.MA. Trans, operatore logistico attivo nei flussi da CEDI a PDV della distribuzione moderna, ha superato la prova Covid-19 in relazione alla gestione dei pallet EPAL, per il quali detiene regolare licenza di riparazione: infatti, i ritiri presso i CEDI avvengono di norma due volte al mese, ma in periodo di emergenza sanitaria GI.MA. Trans è stato in grado di soddisfare le richieste di raddoppio del servizio, garantendo il ritiro, la riparazione e la successiva riconsegna di un carico completo di 450 bancali a settimana. "Negli anni ci siamo accorti che i nostri clienti avevano l'esigenza di trovare un partner logistico che rispondesse nel modo più integrato possibile alle sue esigenze" – dichiara il ceo Stefano Quarti – "In quest'ottica abbiamo deciso di certificarci come riparatori EPAL." Anche Frigoscandia ha da tempo affidato a GI.MA. Trans la riparazione di circa 28.000 bancali all'anno, con uno scarto inferiore al 10% e un servizio che comprende ritiro, riparazione e riconsegna. GI.MA. Trans investe in tecnologie e sostenibilità: la sua flotta conta più di 190 mezzi solo Euro 5 ed Euro 6, ai quali si aggiungono 12 veicoli alimentati a LNG e appartenenti al Progetto Green Truck per il trasporto refrigerato 100% ECO.





Nuovo modello gestionale basato su automazione e IT

Partnership Parmalat-Casadei Pallets per massimizzare i vantaggi economici ed ambientali del pallet EPAL

Nel corso del 2019 Casadei Pallets ha sottoscritto un accordo di cooperazione con Parmalat spa - Gruppo Lactalis per ottimizzare la logistica del pallet EPAL di supporto al fine linea, allo stoccaggio e alla distribuzione dei prodotti tramite il magazzino automatico del sito di Collecchio.

Attiva nella produzione, selezione, riparazione e valorizzazione di scarti e rifiuti legnosi nel settore del pallet di legno e degli imballaggi industriali in legno, Casadei Pallets ha implementato un modello di gestione basato su strumenti digitali e macchine automatiche in grado di garantire la disponibilità di pallet EPAL secondi gli specifici bisogni del magazzino automatico, e di ridurre le inefficienze delle fasi di restituzione,

selezione, riparazione e consegna al fine linea degli impianti di produzione, in vista dell'immagazzinamento automatico.

PLACE, PALACE E PROCESS

Per raggiungere tali obiettivi è stata proposta una strategia basata su tre punti cardine:

Place: Casadei Pallets ha progettato di posizionare un HUB in zona strategica all'uscita dal casello autostradale di Parma, in cui è stato predisposto un impianto (budget da 3,5 milioni di euro) in grado di ricondizionare tutti i pallet entranti.

A partire da gennaio 2020, gli autotreni non consegnano più al sito Parmalat di Collecchio, ma si recano all'ora ed al giorno prestabiliti alla baia di scarico con la possibilità di prenotare tramite gestionale residente su smartphone. Il vettore viene associato al numero dei bancali consegnati; il sistema gestionale emette, grazie al primo degli strumenti digitali messi a punto da NoPal, un buono elettronico che conferma l'avvenuto scarico e l'esistenza fisica di un EPAL restituito da un punto di servizio X della grande distribuzione e consegnato ad un vettore Y che fa riferimento a Parmalat.

Palace: è il sito fisico, l'unità n.8 di Casadei Pallets di Paradigna. Prevede due accessi per l'ingresso e l'uscita degli automezzi, un piazzale di 30.000 mq, un magazzino ampio di 3.500 mq ed impianti idrici e di sicurezza allo stato dell'arte. Il sito è il più recente NoPal Point della rete NoPal, in grado di ricevere da fonti differenti e di riavviare al riuso qualità differenti di





pallet EPAL, a seconda delle esigenze del cliente. NolPal è la controllata di Casadei Pallets che opera nei servizi di gestione dei parchi pallet EPAL e nelle formule del noleggio EPAL.

I pallet scaricati dai vettori vengono gestiti in automatico da un apposito impianto che seleziona i pallet in base alle caratteristiche tecniche di capitolato, al grado di usura e alla tipologia di marcatura: le fotocellule in ingresso separano quelli idonei al riuso da quelli non idonei, che vanno alle postazioni di lavoro dove l'operatore li ricondiziona. I pallet non idonei vengono sempre ricondizionati e preparati per altri clienti, laddove non rispecchino le caratteristiche richieste da Parmalat.

Secondo le statistiche, quasi il 50% dei pallet scaricati risultano non conformi. Il sistema automatico è stato progettato anche per salvaguardare la salute dei lavoratori perché riduce il sovraccarico di schiena e arti superiori, grazie anche all'utilizzo di bilanciatori per supportare l'operatore.

Process: un buono elettronico conferma l'avvenuto scarico degli EPAL da parte del vettore e l'esistenza fisica di un bancale restituito da un punto di servizio X della grande distribuzione e consegnato ad un vettore Y che fa riferimento a Parmalat.

Dopo questa prima fase in cui oggetti e flussi fisici vengono digitalizzati in uno spazio fisico e virtuale, nel giro di poche ore i pallet EPAL vengono avviati alla fase di preparazione per il riutilizzo: il sistema automatico ne processa 350 l'ora, dando poi al trasportatore lo status qualitativo e quantitativo della sua consegna. Lo stesso sistema alimenta quattro banchi di riparazione automatica con pallet non idonei ma riparabili.

Oltre ai sistemi automatici e ai software, Casadei Pallets ricorre a una squadra di 16 operai su due turni e due addetti per l'amministrazione che operano tuttavia da remoto, dalla sede centrale in provincia di Forlì-Cesena.

I VANTAGGI DIRETTI DEL PROGETTO PARMALAT-CASADEI PALLETS

- Riduzione delle dispersioni e delle perdite di pallet e disponibilità immediata di nuove forniture
- Rimozione degli ostacoli che rallentano il flusso, con conseguente snellimento del sistema produttivo
- Esclusione di riacquisto pallets e relativa gestione amministrativa degli ammanchi e dei contenziosi
- Massimizzazione dei benefici ambientali insiti nel sistema EPAL (riuso, riparazione e lunga durata di un manufatto concepito secondo criteri di eco-design)

Sempre da remoto, grazie ai software installati nelle macchine e alle telecamere, il gruppo controlla la produttività: sono possibili diagnosi e modifiche, visualizzazione delle qualità del carico in ingresso e in uscita in tempo reale.

La collaborazione con Nolpal ha favorito la gestione attraverso l'implementazione del software "Buoni Pallets OK", un sistema open data in grado di gestire in tempo reale la contabilità fra Casadei Pallets, Parmalat, i clienti Parmalat e ogni singolo vettore e operatore coinvolto. ■





Active packaging 'eco' anche per gli imballaggi industriali

La sostenibilità è possibile anche nelle soluzioni anti-corrosive applicate nella fase logistica dei grandi impianti in viaggio verso il cliente finale

Nell'imballaggio industriale, uno degli eventi in grado di generare danni agli impianti imballati e trasportati via nave è la corrosione, un fenomeno naturale che si sviluppa là dove sussistono particolari condizioni che vedono come protagonisti un'eccessiva umidità e inquinanti aggressivi come il cloruro di sodio

Non solo nel packaging alimentare o nel packaging destinato al consumatore finale sono state intraprese azioni volte a minimizzare l'impatto dell'imballo sull'ambiente.

Da molti anni anche l'imballaggio industriale, quello che consente di spostare gli impianti industriali da un angolo all'altro del globo, ha intrapreso la strada verso una maggiore sostenibilità utilizzando materiali totalmente riciclabili e in alcuni casi bio-compostabili.

Nell'imballaggio industriale, uno degli eventi in grado di generare danni agli impianti imballati e trasportati via nave è la corrosione, un fenomeno naturale che si sviluppa là dove sussistono particolari condizioni che vedono come protagonisti un'eccessiva umidità e inquinanti aggressivi come il cloruro di sodio.

La soluzione tradizionale

Da sempre le aziende specializzate in imballaggio industriale hanno combattuto que-

sto problema cercando di isolare i manufatti dall'ambiente esterno inserendoli in sacchi ermetici prodotti con film barriera, chiamati appunto "sacchi barriera". Il sacco barriera, per assolvere alla sua funzione, deve risultare pressoché impermeabile all'ossigeno ed al vapore acqueo e per ottenere questo risultato i film che lo compongono devono essere prodotti con strati di tre diversi materiali: alluminio, polipropilene e polietilene, combinazione che rende il film assolutamente non riciclabile.

Imballi attivi

Ormai da molti anni l'avvento della tecnologia VpCI (Vapor phase Corrosion Inhibitors), che non necessita di alcun ermetismo per contrastare la corrosione, consente di utilizzare film monocomponenti e totalmente riciclabili dove la presenza dell'innocua molecola anticorrosiva non ne compromette la riciclabilità. Ricordiamo che i film VpCI, con i quali vengono approntati gli imballaggi industriali, sono film anticorrosivi



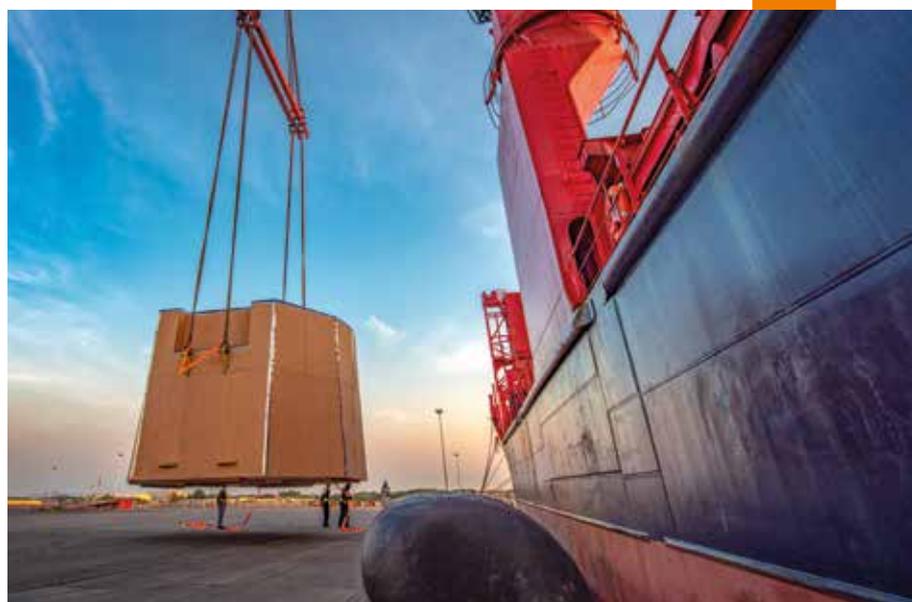
che rilasciano all'interno dell'imballaggio molecole protettive che, condensando sulla superficie del metallo, lo proteggono dall'insorgere della corrosione.

Un vantaggio ambientale

Seppur non sostituendoli completamente, i film riciclabili VpCI hanno via via sostituito, laddove possibile, i film barriera aumentando notevolmente la quota di materiali riciclabili nel settore dell'imballaggio industriale e sottraendo allo smaltimento decine di tonnellate di materiale inquinante. In termini generali ritengo che, nel settore industriale, la riciclabilità con il totale recupero e riutilizzo dei materiali utilizzati rappresenti la strada maestra verso un ambiente più sano. Ma la corsa verso la sostenibilità non si è fortunatamente fermata al già ottimo risultato della riciclabilità, e prosegue speditamente verso un traguardo ben più ambizioso: la biodegradabilità.

La frontiera della compostabilità

Come è noto, molte aziende possono oggi fornire film biodegradabili e compostabili: si tratta di prodotti che, adeguatamente trattati, sono in grado di decomporsi totalmente trovando un consolidato impiego nella raccolta differenziata dei rifiuti urbani. E fin qui nulla di particolarmente innovativo. La grande innovazione consiste, invece, nell'aver prodotto un film anticorrosivo VpCI (Vapor phase Corrosion Inhibitor) totalmente biodegradabile e compostabile utilizzando materie prime di origine naturale. Un'azienda statunitense, dopo anni di studi e test, ha immesso sul mercato Eco-Corr® Biodegradable VpCI Film, un film da imballaggio che garantisce gli elevati standard propri del

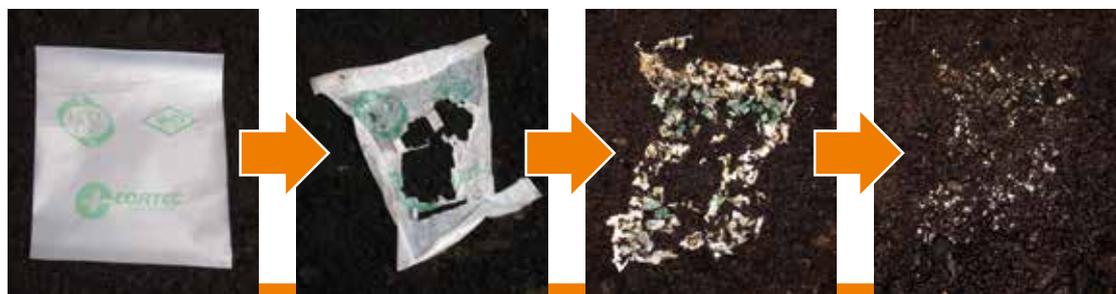


packaging industriale e vi abbina la biodegradabilità del film compostabile. Un abbinamento che sembrava impensabile, trova oggi impiego in questo prodotto rivoluzionario.

La questione del diffusore

Come sanno gli esperti di imballaggio industriale anticorrosivo, ad un packaging realizzato con film VpCI va normalmente abbinato un diffusore che aumenti la concentrazione di molecole protettive all'interno dell'imballo. Anche in questo caso è stato realizzato un prodotto biobased da fonti rinnovabili che garantisce un notevole apporto di molecole VpCI ed è commercializzato col nome di BioPad®. Si tratta di un cuscino in TNT biodegradabile impregnato con un inibitore della corrosione, in grado di rilasciare importanti quantità di vapori protettivi. Ad elevare ancor più il grado di protezione anticorrosiva di questo imballaggio sostenibile costituito integralmente da materiali biodegradabili, può essere utilizzato un olio protettivo, a base vegetale, additivato con molecole VpCI come EcoLine®3690. (di Ugo Spada - Carte Dozio) ■

Molte aziende possono oggi fornire film biodegradabili e compostabili: si tratta di prodotti che, adeguatamente trattati, sono in grado di decomporsi totalmente trovando un consolidato impiego nella raccolta differenziata dei rifiuti urbani



IMA Coffee si rafforza su process e packaging

Intelligenza artificiale e condivisione delle competenze: è la strategia del Gruppo IMA per esigenze tecniche, ambientali e di marketing in continua evoluzione

Tra le novità e gli approfondimenti tecnologici presentati dal Gruppo IMA nel suo ultimo evento virtuale "Sensing Future Days" non poteva mancare un focus sul settore del caffè. A dare il via al viaggio virtuale all'interno delle soluzioni IMA per il processo e il confezionamento della bevanda tra le più consumate al mondo, è stato Nicola Panzani, direttore commerciale di IMA Coffee Hub, che ha annunciato una riorganizzazione interna basata su una struttura composta da due nuovi marchi: IMA Coffee Petroncini che raccoglie l'esperienza di Petroncini, già parte del Gruppo, con un secolo di esperienza nella tostatura del caffè, e IMA Coffee Packaging che unirà tutti i quattro brand già compresi nell'IMA Coffee Hub: Gima, Spreafico, Mapster e Tecmar.

Alla base di questa operazione c'è la volontà del Gruppo di unire le competenze e le risorse delle aziende specializzate nel processo e nel confezionamento del prodotto in modo da proporsi come un unico interlocutore per qualsiasi richiesta.

"Per fornire all'industria del caffè impianti chiavi in mano sempre più all'avanguardia in termini di produttività e affidabilità – ha spiegato Nicola Panzani – abbiamo ulteriormente condiviso competenze e obiettivi come un team unito. Vogliamo proporci come un solo fornitore con cui dialogare per gestire al meglio ogni fase produttiva che va dalla consegna del caffè verde fino alla spedizione delle capsule, cialde o del prodotto già confezionato nei punti vendita. Questa visione comune permette di ottimizzare le risorse, pur garantendo una qualità elevata e costante e di offrire così la migliore soluzione possibile sul mercato."

Unika, 10 piste per tutte le tipologie di capsula

E la strategia, secondo il direttore commerciale del Coffee Hub, ha già dato i suoi frutti. Il Gruppo ha presentato, infatti, sul palcoscenico virtuale "Unika", la nuova macchina a dieci piste per il confezionamento di caffè in capsule (compostabili, in plastica o in alluminio) e di prodotti solubili. È composta da stazioni di lavoro indipendenti in ciascuna unità, controllate da motori brushless, che permettono all'operatore di regolare elettronicamente dal pannello sia le altezze sia i tempi di ogni singolo gruppo. A presentarla è stato Giacomo Spreafico, Area Manager di IMA Coffee, che ha mostrato al pubblico l'accessibilità del-





la macchina che consente all'operatore di lavorare su entrambi i lati, intervenendo facilmente nei punti strategici.

Novità anche per quanto riguarda il confezionamento di capsule in astucci con soluzioni di packaging sempre più flessibili e la possibilità di impilare i prodotti in modo differente a seconda delle esigenze. Infine, è stata presentata una macchina per il riempimento e la sigillatura di confezioni verticali per caffè macinato e in grani, equipaggiata con un'unità di dosaggio multi-testa fornita da IMA ILAPAK.

IMA continua quindi la sua corsa verso l'Industria 4.0, investendo su una delle nuove frontiere dell'intelligenza artificiale: il machine learning. Il progetto, presentato in occasione dei Sensing Future Days, si chiama "AI-learning to roast" e consiste in un approccio innovativo alla tostatura del caffè. Come ha spiegato il direttore Panzani, la macchina auto-apprende durante l'intero processo di tostatura finché non sarà in grado di adattarsi ai diversi input (ad esempio tostatura non convenzionale), garantendo maggiore abilità e affidabilità del controllo delle tostatrici TMR.

Sostenibilità dei materiali

Tra gli obiettivi del Gruppo però c'è anche la sostenibilità dei materiali di imballaggio con un focus specifico sulle capsule di caffè. Partendo dalle soluzioni attualmente in commercio, le aziende Belmoca, Bisio Progetti, Gruppo Macchiavelli, Menshen, Capsul'in, Terracaps e Flo hanno discusso in una tavola rotonda sulle opportunità di riciclo di plastica e alluminio e dell'alternativa del compostabile.

Per Bisio Progetti, che produce con materiali plastici sia tradizionali sia compostabili, investire su polimeri da avviare al riciclo è la strategia vincente, lavorando anche di concerto con la filiera a valle per garantire la corretta gestione del rifiuto. Della stessa opinione anche Menshen che ha in catalogo capsule in polimeri vergini intera-



mente riciclabili e in polimeri riciclati. Menshen è tuttavia scettica sull'opzione del compostabile, giudicato troppo costoso e con molti interrogativi ancora aperti riguardo i residui plastici.

Per Flo, invece, la migliore soluzione è il PLA cristallizzato, fonte rinnovabile che agevola il recupero nel compostaggio. Dello stesso parere anche Gruppo Macchiavelli, che negli ultimi anni ha investito sulle capsule compostabili. Secondo Belmoca, invece, la soluzione più sostenibile rimane la capsula 100% in alluminio: se smaltita correttamente dal consumatore finale, può essere interamente avviata al riciclo. A seguire, il contributo di Capsul'in che ha investito su tutti e tre i materiali, ritenendo che debba essere il cliente a scegliere la soluzione più sostenibile in base alla normativa e ai sistemi di riciclo vigenti nel rispettivo Paese. Infine, le opzioni ambientali sono state confrontate con altre prestazioni dei materiali: barriere all'ossigeno e all'umidità, la macchinabilità, design, shelf-life e, naturalmente, costi. Ogni scelta futura, quale che sia, dovrà però confrontarsi con la filiera che gestisce la raccolta e il riciclo dei materiali, da considerare come partner con cui condividere le differenti opzioni. **(di Elena Puglisi) ■**

Il Gruppo ha presentato, infatti, sul palcoscenico virtuale "Unika", la nuova macchina a dieci piste per il confezionamento di caffè in capsule (compostabili, in plastica o in alluminio) e di prodotti solubili. È composta da stazioni di lavoro indipendenti...

Protezione igienica passiva per birre e soft drink

Colli di bottiglie e top di lattine al centro dell'attenzione di imbottiglieri, designer e produttori di chiusure: l'obiettivo è ridurre il rischio di contaminazione



Se da una parte i provvedimenti contro la pandemia hanno grandemente depresso i consumi di bevande nel canale horeca, dall'altra alla ripresa di queste attività lo schema di fruizione del prodotto potrebbe cambiare. In particolare, aumenta il bisogno di igiene del contenitore: per chi consegna bottiglie e lattine al cliente sia al banco sia al tavolo, per chi beve direttamente dal packaging, soprattutto pensando ad anziani e bambini.

Domanda di igiene in crescita

La pandemia sensibilizza ogni giorno di più imprese, cittadini e amministratori sulla necessità di prevenire possibili forme di contagio. La

domanda di igiene, al di là che si tratti di virus o di batteri, è in aumento. Non è ovviamente possibile correlare infezioni contratte a specifici episodi e quindi imputare a pratiche diffuse possibili occasioni di contagio. Tuttavia, il packaging è per natura un oggetto che si tocca. E se a toccarlo sono gli operatori del canale HORECA, la domanda di igiene chiesta all'operatore è maggiore.

In particolare, fra i packaging più manipolati vi sono lattine (di alluminio e acciaio), bottiglie in vetro e bottiglie in PET, che rappresentano oltre il 95% di forme e formati di consumo fuori casa di bevande analcoliche.

Poiché è frequente la modalità di consumo diretta (le labbra a contatto con il collo della bottiglia o col bordo della lattina) proteggere questi punti del contenitore costituisce un buon intervento di prevenzione: perché proteggerli? Perché in tutti e tre i casi le dita dell'operatore HORECA si appoggiano per aprire ed offrire oppure per aprire e mescolare in un bicchiere. In aggiunta a questa sequenza, nel caso della lattina c'è il rischio che l'ambiente di conservazione o la sua manipolazione abbiano contaminato la parte dove si appoggeranno le labbra.

L'effetto Covid-19 ha già creato interesse per una soluzione specifica dedicata appunto alle lattine: si tratta di Ecocap's del gruppo Cassoli che nel 2003 ha brevettato un sistema di aggraffatura di una capsula di alluminio termosaldato che protegge da formazioni di umidità e muffe e dal deposito di polveri. Si tratta di una soluzione automatica che si presta anche alla personalizzazione di questo componente ai fini di promozione e marketing. Inoltre, resta solida al top della lattina, risultando conforme alla



direttiva SUP sul requisito dei tappi e coperchi solidali (devono restare uniti al collo o al bordo del contenitore).

Il ritorno della lattina

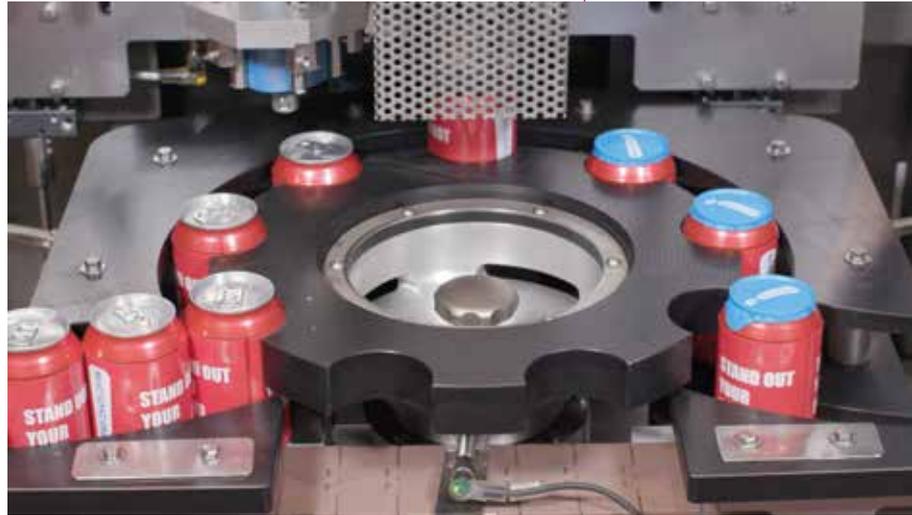
“Una prima tendenza che abbiamo riscontrato è che le consegne a domicilio stanno crescendo e la lattina è preferita per praticità, rapidità nel refrigerarsi, infrangibilità – premette Jacopo Cassoli General Manager – L’attenzione alla funzione igienica del nostro brevetto è aumentata in modo diretto da marzo in poi: vi sono tre tipologie di aziende che si stanno rivolgendo a noi: gli entusiasti, aziende in difficoltà che vorrebbero rilanciarsi ma non hanno budget e i leader di mercato che tentennano per paura dei costi. Ma la motivazione trainante è quella della maggiore visibilità a scaffale: cattura molto a livello visivo e motiva all’acquisto.”

Se prima di Covid-19 la motivazione igienica veniva dopo l’eye-catching, oggi se la contendono quasi alla pari. Prevalgono aziende medio-grandi fra i clienti, perlopiù di aree extra UE; si segnala anche il sostegno dal governo degli EAU.

“In realtà, il timore dei maggiori costi va ridimensionato – spiega Cassoli – Abbiamo numerosi casi di aumenti delle vendite del 15% nei primi 18 mesi dall’introduzione sul mercato. Inoltre, la parte interna del topsyl può offrire un’opportunità di fare marketing, con la stampa di concorsi a premi.”

Le chiusure avvolgenti

Nel caso di bottiglie, l’etichetta a calza termoretraibile può costituire una valida protezione e fungere da eccellente indicatore di effrazione che apporta al consumatore un chiaro segnale se la capsula è stata manipolata prima della mescolata. “Al momento ci sono richieste di maggior sicurezza degli imballi primari, come nel caso dei prodotti dedicati all’HORECA ma anche in altri settori della distribuzione selettiva – precisa Alessandro Manini, Direttore commerciale Italia della multinazionale Sleever International – È



probabile che questa tipologia di richieste aumenti nel breve/medio periodo, in particolare se riusciremo ad estendere le prerogative per questo tipo di chiusure. Il gruppo sta lavorando sul fronte sia della multifunzione dell’etichetta tubolare, sia della sua sostenibilità in vista anche dell’importante traguardo che attende tutta la filiera: la questione della Direttiva SUP relativa alle chiusure degli imballaggi che devono rimanere solidali al contenitore.” Ci sono quattro anni di tempo (3 luglio 2024) per adeguarsi al dettato dell’articolo 6 della Direttiva 904/2019, che obbliga i sistemi di chiusura in plastica a rimanere uniti agli imballaggi (di qualsiasi materiale siano fatti). ■

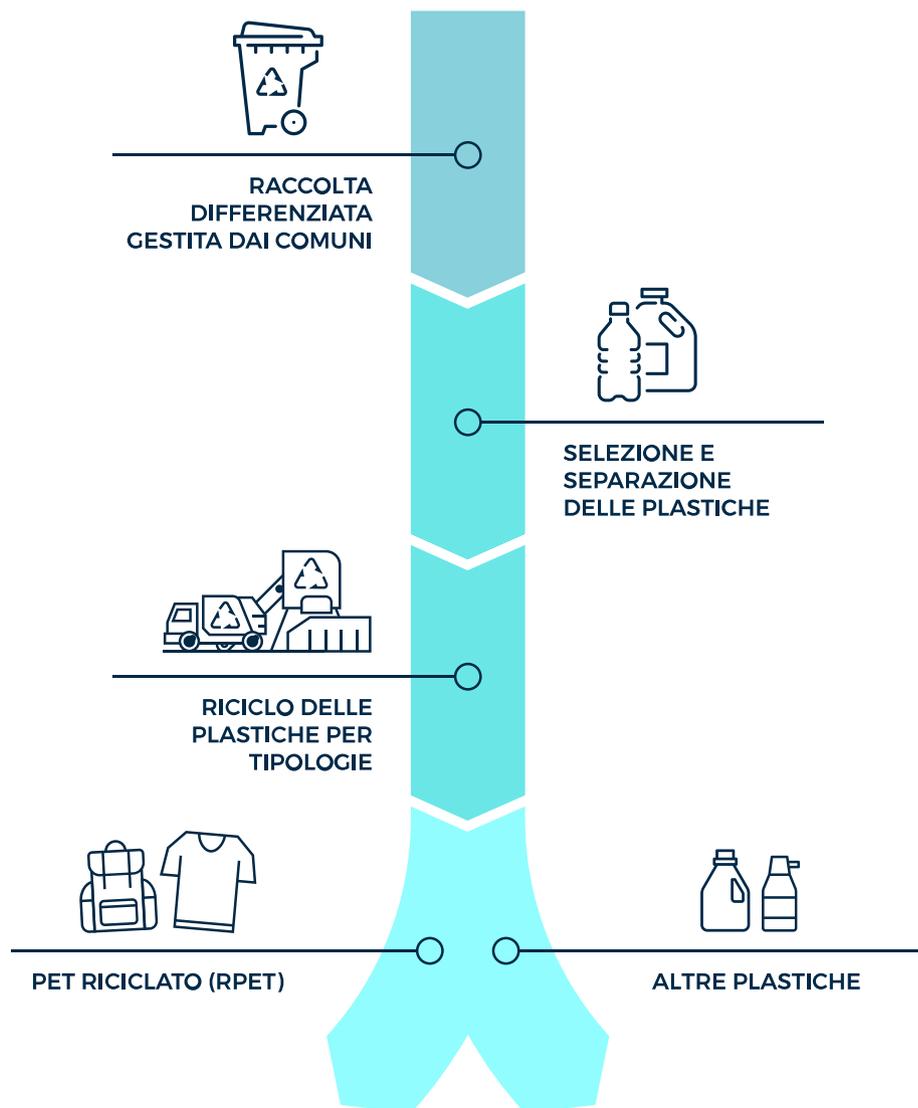


Accordo Anci-Coripet: doppio riciclo. La soluzione convince Comuni e GDO

Sta continuando la fase di sottoscrizione delle convenzioni fra Coripet ed i Comuni o con i loro delegati (principalmente le multiutility): il consorzio, in base all'accordo ANCI/CORIPET della durata di 12 mesi, si impegna a versare i corrispettivi per le raccolte differenziate delle bottiglie per liquidi alimentari in PET offrendo un incremento di 6 euro a tonnellata rispetto all'accordo quadro ANCI-Corepla; inoltre, in questa fase emergenziale il pagamento avviene a 30 giorni anziché a 90. Coripet nasce perché alcune aziende che producono e utilizzano bottiglie in PET per confezionare i loro prodotti, liquidi alimentari, hanno deciso di gestire in modo autonomo i propri imballaggi a fine vita. Invece di assolvere all'obbligo derivante dalla responsabilità estesa del produttore versando il contributo ambientale a Conai, hanno scelto di consorziarsi e di assolvere in prima persona agli ob-



Giovanni Albetti



blighi di legge. Il contributo ambientale dev'essere finalizzato a circuiti sempre più dedicati ad una raccolta selettiva, in questo caso il PET, per centrare gli obiettivi europei: usare il materiale riciclato per il medesimo scopo: quindi, da bottiglie in PET post consumo ricavare R-PET (PET riciclato) idoneo al diretto contatto alimentare e realizzare nuove bottiglie.

Le oltre 190 convenzioni locali sottoscritte garantiranno una copertura del servizio a oltre 2.000 Comuni italiani e dureranno fino a fine luglio del 2021, data oltre la quale Coripet rinegozierà l'accordo-quadro con ANCI per un periodo di cinque anni. I circa tre mesi dedicati alla firma delle singole convenzioni sono risultati necessari a spiegare ai segretari comunali, agli



Eco-compattatore nel Comune di Merate.



Inaugurazione dell'eco-compattatore presso il supermercato Metà a Tolfà, alle porte di Roma.

assessorati ed ai responsabili delle multiutility il modello Coripet. “Tempi di erogazione più brevi e maggiore entità dei contributi ci hanno dato l’opportunità di introdurre il tema dell’efficienza e sono stati l’occasione per spiegare non solo la missione, ma anche i meccanismi di funzionamento di un consorzio nuovo, capace di creare vantaggi economici ed ambientali vincenti” spiega Giovanni Albetti, Direttore Generale di Coripet.

Il **primo** concetto che è stato necessario chiarire è stato quello relativo al sistema EPR (Responsabilità Estesa del Produttore) da cui discende la provenienza dei contributi economici a copertura dei maggiori oneri sulla raccolta differenziata. Fino al 2019, per il flusso ‘plastica’, i corrispettivi di raccolta arrivavano solo da Corepla; oggi vengono riconosciuti anche da Coripet.

Correlato a questo concetto, è stato possibile spiegare un **secondo** concetto: la convenzione con Coripet non cambia nulla sul piano operativo. Tramite l’accordo quadro sottoscritto con ANCI lo scorso maggio, Coripet si affianca a Corepla nella gestione dei corrispettivi perché usa esattamente lo stesso schema usato dal consorzio Corepla ma con corrispet-

tivi migliorativi (+ 6 euro a tonnellata).

Il **terzo** punto che è stato chiarito è che nel 2019 Coripet non riusciva a vedersi attribuite le quantità di PET della propria quota conferite nei cassonetti a causa delle clausole di esclusiva e altri impedimenti di sistema derivanti dal precedente assetto monopolistico. Solo le ‘misure cautelari’ imposte da AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) a fine 2019 hanno permesso di superare detti impedimenti consentendo a Coripet di entrare in una fase di piena operatività. Quindi, con l’ingresso di Coripet sul mercato, il flusso dei materiali non muta, né si duplica la modalità di raccolta della plastica: è la sua attribuzione che viene modificata. L’esempio viene dalle infrastrutture ferroviarie, energetiche, di telecomunicazioni: l’infrastruttura è aperta a tanti operatori attivi sul mercato a valle, non si può impedire che un altro operatore la utilizzi dietro corrispettivo. I cassonetti stradali o l’organizzazione del porta a porta sono paragonabili a quelle infrastrutture.

Così, per il cittadino consumatore, non importa se le bottiglie hanno pagato il contributo ambientale a Coripet o Corepla: a valle del loro gesto c’è un sistema che è in grado di ri-

partire equamente i costi e avviarle a riciclo. I tavoli ‘digitali’ tenutisi in epoca Covid-19 con le istituzioni sono stati l’opportunità per analizzare ed ipotizzare un **quarto** concetto, quello più importante per il futuro di tutti noi cittadini: l’arrivo della Direttiva 904/2019 SUP. “La normativa Single Use Plastics, detta SUP – spiega Giovanni Albetti, Direttore Generale del consorzio – prevede che entro il 2025 venga raccolto il 77% di bottiglie in PET immesse sul mercato. La normativa SUP apre anche un altro scenario: sempre entro il 2025 ogni bottiglia dovrà contenere almeno il 25% di PET riciclato idoneo al diretto contatto alimentare.” È questa la seconda carta vincente del progetto Coripet: infatti, a differenza della raccolta tradizionale, la raccolta selettiva a ciclo chiuso, come prevede il regolamento europeo del 2008, consente di produrre R-PET idoneo per il bottle to bottle e avviene tramite eco-compattatori installati sia su superfici pubbliche, grazie all’accordo ANCI, che su superfici private: è un’opportunità che è stata colta sia dai Comuni sia dalla grande distribuzione.

CORIPET

Via San Vittore, 7 - 20123 Milano
Tel. +39 02.38292147
info@coripet.it - www.coripet.it

ACMA Services Evolution

Il concetto di assistenza al cliente si è evoluto negli anni, adattandosi al cambiamento della percezione di servizio desiderata dal cliente

THE EVOLUTION OF ACMA SERVICES

*The concept of customer support has evolved over the years, adapting to changes in perceptions of the service that customers desire. While service used to be associated with solving problems with products, satisfaction now lies in working alongside customers to prevent problems arising in the first place, providing them with the tools they need to prevent technical malfunctions or giving them the solutions to tackle them. The first step towards satisfying customers is to make them aware of prevention and management procedures: the aim is to give them a sense of being actively supported before any needs arise. This is the paradigm at the centre of the concept of **Customer Service**.*

Se prima il servizio era legato alla soluzione di problemi sui prodotti, adesso la soddisfazione è data dall'affiancamento al cliente mirato alla prevenzione del problema, fornendo al cliente gli strumenti per evitare l'insorgere del malfunzionamento tecnico oppure le soluzioni per affrontarlo.

Rendere consapevole il cliente delle procedure di prevenzione e gestione è il primo passo verso la sua soddisfazione: l'obiettivo è far sentire il cliente accompagnato, prima dell'insorgere di

una necessità. Questo è il paradigma al centro del concetto di customer service. ACMA, società Coesia, ha analizzato questa necessità ed ha disegnato nuovi processi e prodotti per rendere l'assistenza al cliente un passaggio fondamentale nell'atto di acquisto dei propri macchinari.

Per questo dal 2018 ha implementato l'early engagement, un processo strutturato durante il ciclo di vendita delle macchine, per aumentare la consapevolezza del cliente in relazione al portafoglio di servizi. Prevede l'introduzione e affiancamento di uno specialista del customer service già nelle prime fasi dopo l'ordine e, insieme al venditore, accompagna il cliente durante la costruzione e installazione della macchina. Questo percorso (journey) permette sia di dare dei chiari punti di riferimento, sia di offrire una consulenza modulata sulle necessità produttive del cliente. Nel 2019 l'early engagement è stato implementato nell'80% delle vendite di macchine ACMA, raccogliendo ampi apprezzamenti da parte dei clienti.

Per mettere in atto un early engagement efficace, viene attivato un processo di personalizzazione dell'offerta (customization), studiando le necessità del singolo cliente attraverso l'analisi della sua base installata e delle necessità produttive, così da proporre un'offerta personalizzata. Grazie agli oltre 95 anni di consolidata esperienza, ACMA ha una profonda conoscenza dei mercati in cui opera e delle evoluzioni tecnologiche, che vengono messe a disposizione del cliente.

Si passa quindi dalla vendita di macchine all'offerta di servizi, che includono il prodotto e le performance ad esso connesse, minimizzando i rischi per il cliente e massimizzando il ritorno sull'investimento.





I servizi includono spare parts, back-up units, soluzioni di garanzia personalizzabili, training, technical assessment, remote assistance e contratti di manutenzione.

Questa configurazione si inserisce nell'impegno a offrire la miglior esperienza per il nostro cliente: il concetto di customer experience / customer satisfaction, abbracciato da tutti i dipartimenti di ACMA, si fonda sullo studio delle necessità del cliente, individuandole e anticipandole, per rendere tutte le interazioni con l'azienda le più fluide e naturali possibili.

Un processo di miglioramento continuo raccoglie in maniera strutturata i feedback dai clienti, analizzando e misurando l'efficacia dell'azione in tutte le fasi di contatto, dal primo incontro fino all'installazione in stabilimento. Ogni valutazione viene analizzata insieme a tutti gli attori interni coinvolti, così da ottimizzare o revisionare i processi e le best practice, oltre che assicurare un feedback tempestivo ed una soluzione al cliente.

Non ultima, un'opportunità in più è offerta dalle nuove soluzioni e dagli strumenti digitali, su cui ACMA ha investito negli ultimi anni con lo sviluppo di kit per remote assistance e machine monitoring, volti a migliorare l'esperienza

del cliente, e garantire le massime performance e disponibilità delle macchine.

L'ascolto del cliente, la personalizzazione dell'esperienza e dei servizi, l'anticipazione dei bisogni e l'innovazione dei processi sono alla base del modello di business di ACMA, che si riassume perfettamente nel concetto di 'customer centricity': un approccio aziendale che allinea la progettazione, lo sviluppo e la distribuzione di prodotti e servizi, con le esigenze attuali e future dei clienti, al fine di instaurare un rapporto di fiducia che rimanga solido nel tempo ed offra un valore aggiunto nel lungo periodo. ■

WHO IS ACMA

ACMA is one of the leading manufacturers of packaging machines in the consumer goods market, with a large international share. ACMA designs and manufactures automatic packaging machines for a range of sectors, including:

- Confectionery (chocolate, bakery, candies and gums)
- Detergents and Soaps (liquids, powders and bars)
- Tea and Coffee

ACMA headquarters is located in Bologna (Italy), and it is a part of COESIA, a group of innovation-based industrial and packaging solutions companies operating globally.



Prevedere eccedenze e sprechi: quale ruolo al packaging?

Ridurre sempre più le eccedenze e gli scarti è possibile con una visione condivisa. Alla filiera alimentare il compito di elaborare le strategie

Secondo le ultime stime della FAO, gli sprechi alimentari nel mondo ammontano a 1,3 miliardi di tonnellate all'anno. Di queste, 160 milioni vengono attribuite alle fasi di lavorazione e confezionamento, per un equivalente di 130 miliardi di dollari.

In Italia il valore complessivo dello spreco alimentare, tra consumo domestico e intera filiera di produzione e distribuzione, vale 15 miliardi di euro, quasi l'1% del PIL nazionale. Questo implica la perdita anche delle relative risorse idriche ed energetiche utilizzate durante l'intero processo di lavorazione e trasformazione degli alimenti.

Il problema coinvolge l'intera filiera: dalla raccolta nei campi fino alla trasformazione industriale, dove spesso si ha a che fare con frequenti cambi di produzione e re-settaggio dei macchinari che generano scarti, ma c'è anche la catena della distribuzione che ha difficoltà nel

prevedere la domanda e genera eccedenze; oppure ha problemi relativi ai danneggiamenti dei prodotti in fase di trasporto e stoccaggio.

Se nei Paesi in via di sviluppo il problema è legato soprattutto alla fase iniziale di raccolta e conservazione degli alimenti per mancanza di tecnologie adeguate, in quelli industrializzati le responsabilità si distribuiscono in ogni passaggio della filiera, registrando una quota significativa nelle fasi finali di consumo. Anche i consumatori, infatti, hanno la loro responsabilità quando eccedono negli acquisti e non leggono attentamente le scadenze indicate sul packaging.

I termini corretti

Nella normativa italiana si definisce "eccedenza alimentare" la componente commestibile della disponibilità alimentare che viene realizzata, trasformata, distribuita o servita, ma che per varie ragioni non viene venduta o con-

In Italia il valore complessivo dello spreco alimentare, tra consumo domestico e intera filiera di produzione e distribuzione, vale 15 miliardi di euro, quasi l'1% del PIL nazionale



sumata. Si consideri ad esempio un prodotto “prossimo alla scadenza” a stock presso il deposito di un produttore o in un qualsiasi centro distributivo, che sia un magazzino o un piccolo minimarket di quartiere. Tale prodotto non è più vendibile nella rete di vendita al dettaglio e quindi rappresenta un’eccedenza alimentare.

Se però raggiunge la data limite per il consumo umano, la definizione cambia: il prodotto diventa “**spreco alimentare**”, ma ha un’ultima possibilità di cambiare destino, a condizione che venga recuperato in un modo differente, ovviamente, dal consumo umano: per esempio, biomassa se privato del packaging ed avviato presso una stazione di compostaggio. Oppure senza essere privato del packaging a condizione che lo stesso sia compostabile ai sensi della norma EN UNI 13432 ed accettato in un impianto di compostaggio sempre di tipo industriale per produrre fertilizzanti e/o biogas.

Partendo da questo presupposto è facile intuire quali siano i due aspetti su cui riflettere per risolvere il problema: da un lato occorre puntare alla prevenzione, dall’altro al recupero di queste risorse. Un prodotto non più consumabile da parte dell’essere umano potrebbe essere idoneo

a soddisfare, per citare un secondo esempio di possibile utilizzo, il fabbisogno alimentare degli animali.

Raccomandazioni ECR

Da un’analisi svolta nel 2014 da ECR Italia, associazione nata nel 1993 che riunisce imprese italiane di produzione e distribuzione, è emerso che la maggior parte delle **eccedenze alimentari** non vengono recuperate e si trasformano pertanto in uno spreco. Nel report si legge che “nella fase di raccolta ed allevamento viene sprecato l’88% dell’eccedenza, mentre nella fase di trasformazione industriale il 45%, grazie ad una maggiore fungibilità” (cioè la possibilità di utilizzare l’eccedenza con un livello minimo di attività aggiuntiva). Nelle fasi di distribuzione e nel canale ristorazione viene perso invece circa il 91-92% dell’eccedenza alimentare.

Tra le principali cause di *food waste* in fase di trasformazione (questo termine coincide con la definizione di eccedenza alimentare), è prevalente il raggiungimento della “sell-by date interna” (cioè dalla data – frazione della shelf life – entro cui il prodotto è accettato dal distributore) che incide mediamente per circa il 70% dello spreco, mentre altre causali sono rappresentate

...il prodotto diventa “spreco alimentare”, ma ha un’ultima possibilità di cambiare destino, a condizione che venga recuperato in un modo differente, ovviamente, dal consumo umano: per esempio, biomassa se privato del packaging ed avviato presso una stazione di compostaggio





...quantificare è utile per avere coscienza del fenomeno dello spreco e prevenirlo con programmi specifici: è necessario quindi avviare dei tavoli di discussione industria-distribuzione per avere indicatori uguali e strategie condivise: sarebbe già un buon punto di partenza



dalla non conformità del prodotto, dalle causali di reso e dalla non conformità del packaging.”

La prevenzione: quale strategia?

Già cinque anni fa il Gruppo ECR aveva indicato alle aziende i principali assi di intervento per ridurre il fenomeno: misurare l'eccedenza e sviluppare sistemi di allerta che attivino piani di intervento, implementare l'accuratezza delle previsioni e massimizzare la disponibilità di prodotto, migliorare la progettazione dell'imballaggio in ottica sostenibile, ma soprattutto sensibilizzare al tema tutti gli attori coinvolti.

Il primo step, che consiste nel registrare e tenere traccia del numero di eccedenze, è già problematico. Produzione e distribuzione utilizzano infatti indicatori differenti che non permettono di avere dei dati univoci da analizzare. Solitamente per il monitoraggio e il controllo dell'eccedenza vengono utilizzati dei KPI (Key Performance Indicator) riferiti alla data di scadenza (che dovrebbe essere monitorata rispetto al forecast giornaliero di vendita lungo tutta la Supply Chain). Il problema però è che c'è chi lo fa in base alla categoria di prodotto, chi invece in base alla SKU (Stock Keeping Unit) e chi invece tiene conto di entrambe. A ciò si aggiunge la diversa frequenza con cui queste operazioni vengono effettuate. Questo genera una raccolta di informazioni non omogenea che rende la fase successiva ancora più complessa.

Come già detto, quantificare è utile per ave-

re coscienza del fenomeno dello spreco e prevenirlo con programmi specifici: è necessario quindi avviare dei tavoli di discussione industria-distribuzione per avere indicatori uguali e strategie condivise: sarebbe già un buon punto di partenza. Fondamentale poi è coinvolgere tutta la filiera (non solo Supply Chain e Ufficio Vendite) e far sì che l'eccedenza sia trattata come un tema corporate all'interno dell'azienda.

L'ultimo asse di intervento riguarda il design di prodotto: il miglioramento del packaging è una delle leve chiave per ridurre il food waste, in quanto può consentire di diminuire i danni al prodotto lungo tutta la filiera distributiva, di allungarne la shelf-life e di aiutare il consumatore finale a distinguere la scadenza dal Termine Minimo di Conservabilità (TMC), ben diverso dalla Data di Scadenza, che è riferita ai prodotti freschi ed oltre la quale il prodotto non è né vendibile né consumabile.

Tutte queste operazioni, nel loro insieme, consentono di analizzare le cause dello spreco per elaborare soluzioni per il futuro: tutti passaggi utili, che potrebbero fare la differenza, per esempio, nel momento in cui si deciderà di lanciare un nuovo prodotto.

L'obiettivo per le aziende, quindi, dovrà essere sempre più orientato a fare sistema e a misurare in ogni fase le eccedenze in modo da avviare politiche per ridurle o recuperarle in linea con il principio di economia circolare che insegna: ciò che per qualcuno è un rifiuto, per qualcun altro può diventare una risorsa. **(di Elena Puglisi) ■**

Diciamolo in digitale.

la tua web agency



SVILUPPO WEB



E-COMMERCE



GRAPHIC DESIGN



NEWSLETTER



FOTO E VIDEO



www.lu3g.it



348 1724706

LO DICI CON NOI?



Arriva il sesto consorzio sulle materie plastiche

Biorepack ai nastri di partenza: le sfide non mancheranno, a partire dalla determinazione di un Contributo Ambientale Conai per anni riscosso ma non utilizzato per gestire gli obiettivi ambientali previsti dalla Direttiva CE 62/94

Le 83mila tonnellate immesse al consumo sono perlopiù costituite da imballaggi flessibili e costituiscono il più importante 'vettore' della FORSU, la frazione umida dei Rifiuti Solidi Urbani...



Con l'approvazione ad inizio maggio di quest'anno dello Statuto, è autorizzato a perseguire gli obiettivi statutari il consorzio Biorepack, costituito a novembre 2018 da sei aziende tra produttori di biopolimeri e converter per assicurare, come gli altri sei consorzi CONAI, prevenzione riutilizzo, riciclo e recupero degli imballaggi realizzati in biopolimeri.

Le 83mila tonnellate immesse al consumo sono perlopiù costituite da imballaggi flessibili

e costituiscono il più importante 'vettore' della FORSU, la frazione umida dei Rifiuti Solidi Urbani che nel 2019, tra scarti di cucina, sfalci e altre biomasse, ha superato i 7 milioni di t: il 40% di tutte le raccolte differenziate.

Quella manciata di tonnellate, rispetto alla plastica da imballaggio immessa al consumo (1,1 milioni di t), ha un basso valore assoluto, ma un altissimo valore relativo per la doppia funzione che svolge: infatti, la maggior parte è la materia prima di buste e sacchetti che fungono da borsa per l'acquisto e poi da strumento per la raccolta e conferimento di una quantità di rifiuti che, sempre in tonnellate, equivale circa al 75% di tutti gli imballaggi riciclati dai sei consorzi CONAI messi insieme: 7,1 milioni di tonnellate l'umido e 9,4 milioni di tonnellate gli imballaggi.

Questa Golden Share è però tutta da valorizzare, a partire dalla quota di mercato che nelle stazioni di compostaggio deve assolutamente aumentare per facilitare il recupero delle biomasse conferite e ridurre i costi di gestione: nel 2019, infatti, quasi il 64% dei sacchi per l'umido intercettati nelle raccolte differenziate era conforme alla norma 13432, con una tendenza all'aumento di circa il 7% rispetto al 2017. Occorrerà superare il 90% in tempi relativamente brevi.

Ma non è solo questa la principale sfida che nei prossimi mesi Biorepack dovrà affrontare: infatti, l'agenda potrebbe comprendere i seguenti punti caldi:

- Modello evolutivo per la raccolta differenziata: proseguire con la filiera dell'umido o aggiungere anche la raccolta monomateriale

BIOREPACK IN CIFRE

Costituzione:	novembre 2018
Approvazione Statuto:	maggio 2020
Consortiati:	252
Volumi d'immesso al consumo:	83.000 tonnellate
Valore dell'immesso al consumo:	700 milioni di euro
Indotto occupazionale:	2.600 lavoratori
Presenza nella frazione umida degli RSU:	3,7%

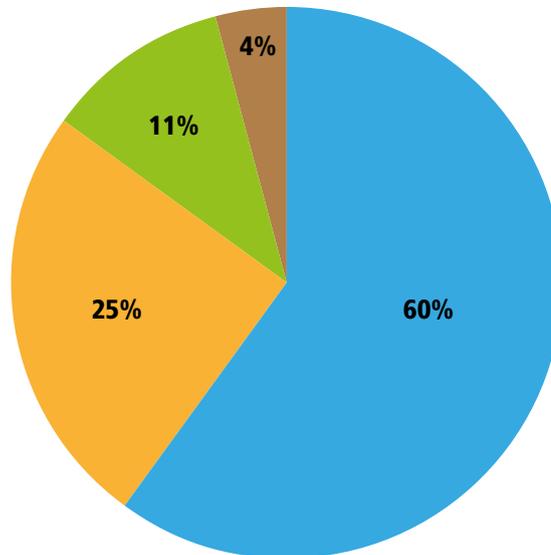


- Comunicazione e gestione degli imballaggi rigidi e-o di spessori problematici per il compostaggio industriale
- Controlli e autenticità delle certificazioni di conformità: ruolo del consorzio, termini della collaborazione con forze dell'ordine e istituzioni per il rispetto delle leggi vigenti
- Educazione scientifica e ambientale: necessità di elaborazione di contenuti certi per dissipare dubbi e incertezze presso cittadini, istituzioni ma anche industria utilizzatrice degli imballaggi in bioplastica
- Definizione del CAC e relativa destinazione d'uso in rapporto agli obiettivi di prevenzione, riduzione, riuso, riciclo e recupero
- Posizione sul contenuto della Direttiva 904/2019 'SUP' in fatto di esclusione o inclusione delle bioplastiche da divieti, limitazioni e obiettivi
- Definizione delle competenze su manufatti 'assimilabili' agli imballaggi (stoviglie monouso e capsule per caffè, per esempio).

Il punto più al centro dell'attenzione sarà la determinazione del Contributo Ambientale Conai che, dal 1° gennaio 2020, per le materie plastiche è previsto secondo questa modularità: fascia A: 150,00 €/t, fascia B1: 208,00 €/t, fascia B2: 436,00 €/t, fascia C: 546,00 €/t. Il contributo medio è di 330 euro a tonnellata quindi, se applicato in questa misura, potrebbe portare alle casse di Biorepack poco più di 27 milioni di euro. Il neoconsorzio è il quinto ramo 'plastico' dopo Conip, Polieco, PARI e Coripet. In uno scenario europeo che privilegia lo sviluppo del paradigma dell'economia circolare, l'autonomia consortile potrebbe essere una formula che accelera e sostiene il passaggio da filiere a sistemi circolari. ■

COMPOSIZIONE DEI SACCHI A NORMA PER L'UMIDO - 2019

(fonte: elaborazioni su dati CIC)



Shopping bag	60%
Sacchetti per la RD	25%
Sacchetti per ortofrutta	11%
Grandi sacchi sopra i 50 litri	4%

Il punto più al centro dell'attenzione sarà la determinazione del Contributo Ambientale Conai



IL MONDO DEL PACKAGING SI INCONTRA SU

COM.PACK

PACKAGING OBSERVER



UN TARGET DI 18.576 SPECIALISTI

- 68%** acquisti, controllo qualità, gestione impianti
- 14%** produzione di materiali, imballaggi, linee automatiche
- 10%** controllo e gestione energia, emissioni rifiuti, riciclo
- 5%** ricerca e sviluppo, progettazione, design, Industry 4.0
- 4%** distribuzione, private label, logistica
- 1%** comunicazione, certificazione e finanza

I NOSTRI SETTORI:

imballaggi, macchine automatiche, largo consumo food e non food, beni durevoli, semilavorati, grande distribuzione, horeca, centri di ricerca, laboratori e università, materiali, multiutility, consorzi, riciclo e recupero



com-pack.it

packagingobserver.com

info@elledi.info

COM.PACK

Imballaggi eco-sostenibili
Rivista bimestrale indipendente di packaging
luglio-agosto 2020 - anno X - n. 45
Periodico iscritto al Registro del Tribunale
di Milano - Italia - n. 455/14 settembre 2011
Codice ISSN 2240 - 0699

Costo copia euro 8.

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

Direttore responsabile
Luca Maria De Nardo
info@elledi.info

Progetto grafico
Daniele Arnaldi, Camillo Sassi

Redazione
Via G. Montemartini, 4 - 20139 Milano - Italia
info@elledi.info

Pubblicità
info@elledi.info
+39.333.28.33.652

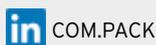
Editore
Elledi srl - Via G. Montemartini, 4
20139 Milano - Italia
Iscritto al ROC n. 21602 dal 29/09/2011

Hanno collaborato a questo numero:
Luca Maria De Nardo, Mirco Onesti, Elena Puglisi,
Antonio Savini, Ugo Spada, Massimo Zonca

Il copyright delle immagini delle pagine:
32-49-58
è di stock.adobe.com

Stampa
Aziende Grafiche Printing srl
Peschiera Borromeo (MI)

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



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).

Informativa sul trattamento dei dati personali
Elledi srl è titolare del trattamento dei dati raccolti dalla
redazione e dai servizi amministrativo e commerciale per
fornire i servizi editoriali. Il responsabile del trattamento
è il direttore responsabile. Per rettifiche, integrazioni,
cancellazioni, informazioni, e in generale per il rispetto
dei diritti previsti dalle norme vigenti in materia di
trattamento dei dati personali, rivolgersi a:
Elledi srl, via G. Montemartini, 4 - 20139 Milano - Italia,
via e-mail a: info@elledi.info

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



MORE THAN ONE WAY

INSPECTED QUALITY Key factor for safety and reliability

SUSTAINABILITY – 100% ecological – by effectively reducing CO₂

STANDARDISATION – Basic for efficient trans-European and cross border logistics chains

UNLIMITED AVAILABILITY – More than 600 million EPAL Euro pallets and 20 million box pallets in the open pool

www.conlegno.eu



THE PALLET SYSTEM.

www.epal.eu

MARCHESINI GROUP



**Extraordinary
times need
Extraordinary
events**



Welcome to X DAYS, a series of digital events that focus on Marchesini Group's latest packaging innovations.

Online shows created and inspired by what we have always believed in: the extraordinary power of sharing knowledge.

Discover what's next in the world of packaging technology, Marchesini Group invites you to an event where you can find out about the latest innovations from the packaging industry.

REGISTER NOW

xdays.marchesini.com



**MARCHESINI
— GROUP —**