

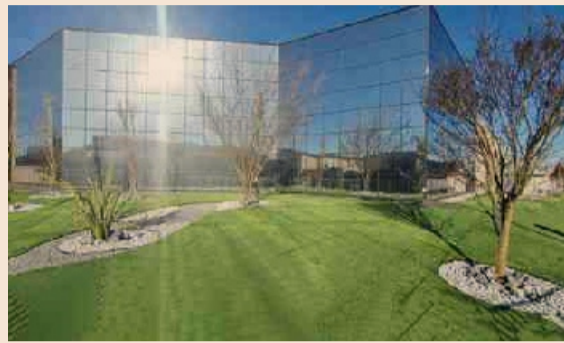
a cura di PUBLIMEDIAGROUP.IT

INFORMAZIONE PROMOZIONALE

Aziende & Territorio

L'industria del packaging e della plastica per lo sviluppo sostenibile

Tecnologia, flessibilità, soluzioni smart: innovazioni e nuove tendenze delle aziende che pensano green



Esterno dell'azienda Eurolabel

Il packaging 4.0 di Eurolabel fra avanguardia tecnologica e soluzioni personalizzate

Eurolabel è una realtà di riferimento per le etichette autoadesive, sleeve e RFID. Sì, ma c'è molto di più: l'azienda milanese, attiva da oltre cinquant'anni, ha fatto della tecnologia il mezzo attraverso cui innovare il comparto del packaging e porsi quale attore di primo piano. «Mi piace dire – afferma Gabriele Ammollo, Sales Director – che ci stiamo emancipando dal mero etichettificio. Certo, continuiamo ad assicurare la qualità e l'efficienza di sempre in quello che resta il nostro core-business, ma le attività di Eurolabel si espandono, oggi, in molte direzioni». C'è un comune denominatore per tali direzioni: l'innovazione. «Grazie anche alle tecnologie digitali e alla digitalizzazione del packaging – spiega Gabriele Ammollo – l'etichetta può

veicolare informazioni sempre più personalizzate: ad esempio, può essere uno strumento più efficiente per mettere in contatto il brand owner con il consumatore, nonché la garanzia di trasparenza grazie a evoluti sistemi di tracciabilità». La filosofia volta all'innovazione che caratterizza le soluzioni targate Eurolabel coinvolgono tutti i processi operativi dell'azienda: «sfruttiamo impianti ad energia solare e produciamo le nostre etichette anche con materiali eco-sostenibili. Per noi, massimizzare i risultati, rispondere alle esigenze nuove dell'imprenditoria e dell'industria, ed offrire ai nostri clienti qualità e servizio sempre più elevato va di pari passo con la salvaguardia dell'ambiente». Info: info@eurolabel.it ■

La formula di Gentlebrand per un packaging vincente: unire creatività a fattibilità

Oggi il packaging non è più "solo" un contenitore, è un artefatto complesso con importanti funzioni comunicative sempre più utilizzate dai brand per veicolare i loro messaggi di marketing, informare, emozionare e conquistare. La realizzazione di un packaging è un'attività che coinvolge diversi dipartimenti aziendali, ingenti budget e per questo non lascia spazi ad errori. Gentlebrand, la packaging design agency italiana, ha fatto di questa necessità la propria missione. Grazie ad un team internazionale di designer, know-how tecnico e una diversificata rete di partner, offre ai player su scala mondiale dell'industria Fast-Moving-Consumer-Goods, un processo di sviluppo integrato che unisce creatività a fattibilità realizzando soluzioni

di packaging fattibili non solo su carta ma anche sulla linea. I servizi di Brand Strategy, Brand Identity e Packaging Design permettono di realizzare un packaging coerente con il brand ed obiettivi e che parli alla target audience individuata. L'innovativo "Quality check", invece, mira a prototipare il packaging del cliente, qualsiasi sia il materiale, al fine di qualificarlo prima della messa in produzione sia dal punto di vista di performance tecniche che performance di mercato con dei consumer test specifici a supporto del marketing. Gentlebrand diventa così il partner ideale, il ponte tra design e tecnica, tra marketing e mercato e tra brand e consumatore. Per informazioni: info@gentlebrand.studio www.gentlebrand.studio ■



Aroma, il packaging sostenibile di Gentlebrand



The Pirates Rum stampato da Rifa per Luxoro/Kurzw

I primi 50 anni di Rifa Etichette Tradizione, innovazione, passione ed alta specializzazione

Rifa Etichette festeggia i primi 50 anni di attività con il restyling del brand. Una scelta dettata dalla volontà di mostrare l'esperienza e la passione impiegate dal suo fondatore Rinaldo Fanchin. Dal 1972 l'azienda produce e realizza etichette adesive in bobina. Cresce anno dopo anno grazie agli investimenti in nuove tecnologie e al costante servizio di consulenza tecnica garantito a tutti. A Schio, in provincia di Vicenza, l'azienda è ora gestita dalla seconda generazione, Alessio, Elisabetta e Nicola, i quali condividono i valori tradizionali e la passione per il lavoro curato nei minimi dettagli. Grazie a una grande disponibilità di magazzino e a un'efficiente organizzazione interna, l'azienda garantisce consegne

tempestive e un ottimo rapporto qualità-prezzo per assolvere alle necessità dei settori alimentare, del vino, birra e distillati, farmaceutico, cosmetico, chimico e della detergenza, per la logistica e la tracciabilità. L'azienda ha da poco investito in un macchinario con 12 moduli in grado di stampare offset, serigrafia e flessografia e nobilitare a caldo, a freddo e in rilievo in un solo passaggio, abbattendo tempi e costi. I clienti che si affidano a Rifa Etichette godono di vantaggi dal punto di vista economico e di performance, poiché ogni richiesta è seguita da personale qualificato che ama svolgere il proprio lavoro, e ricerca la qualità in ogni fase produttiva. Info: www.rifa.it ■

Il Doge, printing solutions: da più di vent'anni al top in un mercato in evoluzione con sensibilità green

Da quando nel 1999 ci siamo affacciati nel mercato offrendo la possibilità di effettuare ordini con quantità minime a partire da 1,5 Kg ad oggi siamo rimasti una delle poche realtà in Italia e in Europa a fornire questa opportunità. Le sporadiche richieste iniziali sono aumentate esponenzialmente nel tempo, grazie alla crescita dei prodotti private label e alle richieste delle aziende di stampare tirature limitate per offrire ai propri clienti prodotti personalizzati. La richiesta di piccole e medie quantità nasce anche da una maggiore sensibilità nei confronti del tema ambientale, infatti la stampa di un quantitativo di incarto corrispondente alle reali esigenze permette alle aziende di ridurre gli sprechi.

Troppo spesso infatti enormi quantitativi di incarto acquistati per le necessità di dover aderire ad un minimo d'ordine devono essere smaltiti perché la stampa non risulta più essere aggiornata. L'ampia gamma di film proposti ci permette di offrire una soluzione specifica ad ogni cliente, dal monofilm per piccoli prodotti fino ad arrivare a materiale quadruplicato altamente barriero per incontrare le esigenze delle aziende farmaceutiche. Il Doge ha sempre risposto alle esigenze di un mercato in costante evoluzione adattandosi con successo, come testimonia la scelta di investire su nuovi macchinari di stampa altamente performanti, tradotta in una crescita del 30%, prevista anche per il prossimo anno. Info: www.ildoge.com ■



Fase di lavorazione

No agli imballaggi in plastica, ma per fortuna o purtroppo ci sono

È possibile eliminare la plastica senza aumentare lo spreco alimentare o dobbiamo attendere il "presente del futuro"?

Chi non ricorda il grande Giorgio Gaber (alias, il sig. G) quando cantava "Io non mi sento italiano ma per fortuna o purtroppo lo sono"? Rivolgendosi al presente della Repubblica parlava di un paese, il nostro, con toni forti e senza mezzi termini, sottolineando i suoi limiti e le sue contraddizioni; ma alla fine anche con orgoglio ed appartenenza. Un titolo perfetto per descrivere quell'atteggiamento, molto diffuso, che spesso alcune persone, ma anche operatori del settore e certi media, hanno nei confronti dell'imballaggio in plastica. Bisogna limitare il consumo di plastica, vero! Bisogna rendere il packaging più sostenibile, vero! Ma è altrettanto vero per tutti gli altri materiali e prodotti: meno risorse utilizziamo, meno imballaggi utilizziamo, meno carburanti e meno elettricità consumiamo, meno impattiamo sull'ambiente. In qualità di responsabile R&D del GRUPPO HAPPY ritengo fondamentale che un polo produttivo e commerciale a livello europeo, come il nostro, che attraverso l'applicazione dei



Gruppo Happy - l'imballaggio del futuro

ECODESIGN PER IL MIGLIORAMENTO CONTINUO DELLA RICICLABILITÀ DEI NOSTRI CONTENITORI

principi dell'ecodesign, progetta, produce e commercializza imballaggi sostenibili per alimenti, in plastica e cellulosa, destinati all'industria e alla GDO, si impegna costantemente, ogni giorno, verso il raggiungimento della massima sostenibilità. Spesso dimentichiamo che l'imballaggio ha uno scopo fondamentale, oltre alle innumerevoli

funzioni che svolge ed è quello di garantire la conservazione delle caratteristiche organolettiche, la sicurezza e la protezione degli alimenti in quel lungo percorso, nello spazio e nel tempo, che va dalle aziende alimentari ai banchi della GDO, fino all'interno dei nostri frigoriferi di casa, dove può rimanere ancora altri giorni in attesa di essere consumato, fornendo anche tutte le informazioni necessarie per un consumo consapevole: come le caratteristiche nutrizionali ad esempio, le ricette, le informazioni sulla filiera del prodotto e molto altro, comprese le indicazioni per un corretto smaltimento, contribuendo sensibilmente alla riduzione dello spreco di cibo, il 3° responsabile al

mondo di emissioni di gas serra dopo Usa e Cina. A questo punto però una domanda dobbiamo porcela: tutte quelle persone che ritengono che l'imballaggio in plastica, prima ancora di non essere sostenibile, debba essere eliminato perché inutile, hanno ragione o no? È possibile eliminare l'imballaggio in plastica senza aumentare lo spreco alimentare ed il rischio per la salute umana, o dobbiamo attendere l'anno che verrà? – Chissà, forse in un "presente del futuro" (per S. Agostino esistono tre tipi di presente: il presente del passato, il presente del presente, ed il presente del futuro) l'imballaggio non esisterà più. Un alimento, o qualsiasi altro

«Un imballaggio per alimenti in materiale plastico è sempre sostenibile: lo è per l'ambiente, per la società e per l'economia»

Migliorare continuamente la sostenibilità è l'impegno del Gruppo Happy

prodotto, sarà avvolto da un campo di forza, visibile dal consumatore, sotto forma d'imballaggio virtuale, che proteggerà il prodotto da qualsiasi danno meccanico, garantendone la conservazione e la sicurezza alimentare, senza nessun decadimento delle sue caratteristiche organolettiche, senza bisogno di sistemi di confezionamento per allungarne la shelf-life, come l'atmosfera protettiva,

il sottovuoto, la surgelazione, o addirittura i trattamenti termici, o l'uso dei conservanti. Tutto sarà freschissimo, come appena colto, o appena tagliato, o appena fatto, o appena cotto, senza una data di scadenza. Ma non finirà qui, il consumatore toccando una precisa area dell'imballaggio virtuale potrà percepire l'odore del contenuto, o percepirne il gusto, toccandone un'altra, invece, com-

parirà l'ologramma di una persona, che potrà essere selezionata tra altre disponibili, per rispondere a tutte le domande che le verranno fatte riguardanti l'alimento e tutta la sua filiera, l'azienda che lo ha prodotto e quant'altro il consumatore vorrà sapere. Non avremo bisogno di frigoriferi e quindi di energia per la conservazione, una volta a casa, basterà inserirlo in una specie di fornetto che annullerà il campo di forza e voilà l'alimento sarà pronto per il consumo, niente più imballaggi di plastica o altro, nessuna raccolta differenziata, nessuna plastica dispersa nei mari, avremo tutti i vantaggi del buon packaging senza nessun impegno straordinario. In attesa di quel presente del futuro, oggi, per fortuna, abbiamo l'imballaggio in plastica, che come abbiamo visto offre già innumerevoli vantaggi, purtroppo, il packaging, di qualunque materiale sia, non sparirà all'istante dopo il suo utilizzo e gettarlo per terra non è certo una soluzione, ma un gesto sconsiderato. Nel presente del presente, tuttavia, l'imballaggio sostenibile esiste già, è quello che una volta utilizzato sarà conferito nella raccolta differenziata per avviarlo ad una nuova vita nel presente del presente. Info: LinkedIn gruppo-happy ■



In attesa del presente del futuro

C'è l'imballaggio in plastica, che garantisce le caratteristiche organolettiche, la sicurezza e la protezione degli alimenti