



In collaborazione con



ASSOCARTA



ASSOGRAFICI

CONFINDUSTRIA

Con il contributo di



PKarton
CARTIERA PIRINOLI

INFORMAZIONI PER LA STAMPA



LA FILIERA CARTARIA ALLA CAMPIONARIA

La qualità del Made Italy passa anche per il packaging in cartone

Milano, 22 novembre 2007 - La soft economy italiana non può rinunciare a carta e cartone, specie se riciclati. I quasi 5 milioni di imballaggi immessi al consumo costituiscono infatti il 'biglietto da visita' dei prodotti di un Paese che dal boom degli Anni Sessanta ha saputo diventare una delle 8 economie più importanti nel mondo.

Il packaging di carta e cartone ha accompagnato questa crescita, 'vestendo' i prodotti del Made in Italy grazie ad un'industria cartaria sempre attenta all'innovazione tecnologica e alla sostenibilità ambientale. Il comparto ha infatti saputo rimanere competitivo negli anni attraverso un impiego sempre più massiccio di carta riciclata. Merito di un Paese che in dieci anni ha raggiunto la medaglia d'argento in Europa, dietro la Germania, per numero di tonnellate di materiale raccolto rendendosi autosufficiente nell'approvvigionamento (con la connessa crescita dell'export) e limitando allo stesso tempo il conferimento dei rifiuti in discarica.

Comieco - Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica – in collaborazione con **Assocarta** e **Assografici**, partecipa alla Campionaria per mostrare l'eccellenza del comparto fiore all'occhiello di un'industria italiana che deve puntare sempre di più sulla qualità. Nello stand (**Padiglione 5 – Stand B03**) vengono mostrati alcuni dei packaging che hanno fatto la storia dell'immagine italiana nel mondo: da Campari ad Algida, da Ferrero a Donna Fugata presentati dalle aziende che li hanno ideati e prodotti: BoxMarche, Cartesar, Cartonificio Fiorentino Hygrade, Con-Pak/Gruppo Fincarta, GPP Industrie Grafiche, PKarton/Cartiera Pirinoli, Sca Packaging e Seda.

L'idea è quella di ripercorrere la recente storia d'Italia attraverso il packaging, i cui cambiamenti tecnologici ed estetici sono un indicatore importante dell'evoluzione del gusto del consumatore. Inoltre questa carrellata è un omaggio all'industria dell'imballaggio in carta e cartone, una delle più antiche e longeve del nostro paese che con le sue oltre 3.500 aziende ed i suoi 38.000 addetti, nel 2006 ha raggiunto un fatturato di circa 6.500 milioni di euro.

Ma il packaging non guarda solo al passato. E' anzi decisamente proiettato nel futuro. Allo stand verranno presentati in video una selezione dei migliori lavori svolti dagli studenti del corso di laurea in Design della Comunicazione della Facoltà di Design del Politecnico di Milano nell'ambito del Laboratorio di Sintesi Finale *Packaging Contro.Verso*, che mira ad andare oltre il tradizionale concetto di confezione. Il packaging non è infatti un semplice contenitore di prodotto ma può considerarsi un suo ideale complemento, che vive di vita propria ed è in grado di veicolare i messaggi più diversi: dalla confezione che garantisce l'accessibilità dei prodotti per non vedenti ed ipovedenti, alla doppia confezione di prodotti venduti a coppie (scarpe, calze, ecc) per sensibilizzare i cittadini contro le mine antiuomo. Un packaging socialmente attivo, quindi, per garantire qualità non solo sul prodotto, ma anche sulla vita di ogni cittadino.

La qualità italiana si misura infine anche con la qualità del riciclo, che viene considerata dagli italiani (fonte: IPSOS) un indicatore importante del senso civico. Il nostro paese, in questo senso, ha dato negli ultimi dieci anni segnali importanti: un incremento del 126% nella raccolta differenziata di carta e cartone ha consentito di raggiungere con 3 anni di anticipo l'obiettivo del 60% di riciclo degli imballaggi fissato dalla UE.

Ufficio stampa Comieco:

Davide Sicolo – Tel. 02-63116241

Wanda Gatti – Tel. 02-63116287