



“Il buon packaging” continua a raccontarsi. Dopo aver raccolto in un volume diversi casi di ottimizzazione di pack in carta e cartone, Comieco si fa promotore presso le aziende affinché trasmettano le migliori adottate nel rispetto della definizione condivisa di “imballaggio responsabile”<sup>1</sup>.

Laura Badalucco  
176 pagine, 14,00 euro, Edizioni Dativo Srl  
in vendita on line su <http://libri.packmedia.net>



\* Per “RESPONSABILI” si intendono quegli imballaggi rappresentativi di qualità, che coniugano tutela dell’ambiente, rispetto delle esigenze di tutti gli utenti e miglioramento delle aspettative economiche, sociali e culturali.  
\* For “RESPONSIBLE” is meant packaging that feature qualities that combine environmental safety, respect of the needs of all users and improvement of economic, social and cultural aspects.

# VIRTUOSO, da parecchi punti di vista

I progetti Cuki. Riduzione di materiale per il packaging di cartoncino e un aiuto concreto al Banco Alimentare che, con “Cuki save the food”, ridistribuisce le eccedenze alimentari.



Carlo Bertolino

Cuki, specialista nella fornitura di prodotti a elevate prestazioni per conservare, cuocere e preparare i cibi, non solo riporta sulla confezione le indicazioni relative al riciclo dei materiali di cui sono composti, ma ottimizza anche il packaging dei suoi prodotti. Ce ne parla Carlo Bertolino, Direttore Commerciale di Cuki Cofresco. «Tra le iniziative di sostenibilità intraprese dall'azienda, voglio ricordare la nuova confezione per la pellicola in vendita con i marchi Cuki e Domopak: gli astucci di cartoncino presentano una riduzione del lato da 45x45 mm a 42x42mm, con una diminuzione del 5% in peso del packaging. Il medesimo intervento è stato applicato anche alle confezioni del rotolo di alluminio, ottenendo un astuccio che pesa

all'incirca il 25% in meno rispetto al peso medio di prodotti analoghi sul mercato. Il contenimento del peso degli astucci di Cuki e Domopak, ottenuto riducendo il lato del parallelepipedo, ha permesso non solo di migliorarne la rigidità ma anche un risparmio annuale di circa 54.000 kg di carta». L'azienda quest'anno implementerà la modifica anche sui prodotti Private Label, con un ulteriore risparmio di circa 10.000 kg all'anno.

**Cuki save the food.** Il progetto offre un contributo effettivo allo spreco di risorse alimentari. Cuki mette infatti a disposizione del programma Siticibo di Banco Alimentare decine di migliaia di vaschette in alluminio, personalizzate con il logo del progetto Cuki Save the Food, per garantire nel modo migliore la conservazio-

ne dei cibi salvati dallo spreco (per inciso, la vaschetta di alluminio è considerata il prodotto “simbolo” del brand e, ogni giorno, entra nelle case di milioni di famiglie italiane, nelle gastronomie e nelle cucine della ristorazione professionale). Banco Alimentare recupera gli alimenti pronti presso ristoranti, mense aziendali, ospedaliere e scolastiche, aziende di catering e li fa arrivare quotidianamente alle mense delle strutture caritative convenzionate, che offrono pasti ai poveri sul territorio italiano. Cuki Save the Food ha reso possibile l'implementazione dell'attività Siticibo Ristorazione, già operativa nell'hinterland milanese, a Torino e Genova, e ha permesso di iniziare la raccolta presso nuove realtà donatrici a Salerno, Pavia e Varese.

**The “good packaging” proposal continues. After having collected together in a volume various instances of optimization of paper and cardboard packaging, Comieco is encouraging companies to transmit the improvements adopted fulfilling the shared definition of “responsible packaging”<sup>1</sup>.**

## Virtuous, from many points of view

The Cuki projects. Reduction of material for cardboard packaging and practical help to the Food Bank that with “Cuki save the food”, redistributes surplus food.

Cuki, a specialist in providing high performance products for storing, cooking and preparing food, not only shows material recycling instructions on its packaging, it has also optimised the packaging of its own products. Carlo Bertolino, Commercial Director of Cuki Cofresco spoke to us on the

subject. «Among the sustainability initiatives undertaken by the company, I wish to reiterate the new pack for the film sold under the Cuki and Domopak brandnames: the side of cardboard cartons have been reduced from 45x45 mm to 42x42mm, leading to a

5% drop in the weight of the packaging. The same operation was also applied to the packaging of the roll of aluminium foil, resulting in a carton that weighs about 25% less than the average weight of similar products on the market. The reduction in weight of the Cuki and Domopak cartons, obtained by reducing the side of the box, has not only enabled improved rigidity, but also an annual saving of about 54,000 kg of paper». This year the company will also be implementing the change on private label products, with a further saving of around 10,000 kg per year.

**Cuki save the food.** The project offers a real contribution to countering the waste of food resources. Cuki in fact offers the Food Bank's program Siticibo tens of thousands of

aluminium trays, bearing the Cuki Save the Food project logo, to best guarantee the preservation of food saved without waste (what is more, the aluminium tray is considered the “symbol” product of the brand and everyday enters the homes of millions of Italian families, in delicatessen products and in the kitchens of the catering and restaurant trade). The Food Bank (Banco Alimentare) recovers ready food in restaurants, canteens, hospitals and schools, catering companies and organizes daily deliveries to affiliated charity canteen facilities who provide meals for the poor and needy throughout Italy. Cuki Save the Food has enabled the implementation of Siticibo Ristorazione, already operational in the Milanese hinterland, in Turin and Genova, and has enabled the the start-up of collection from new donors in Salerno, Pavia and Varese.