



SELF-MADE DESIGN

VERSO LE LINEE GUIDA PER UN PACKAGING
SOSTENIBILE PER AUTOPRODUTTORI

INDICE

Verso le linee guida per un packaging sostenibile per autoproduttori: la collaborazione con Comieco	1
Workshop sul tema del packaging. "Il prodotto e la scatola"	1
Oggetto n. 1: decanter in vetro	5
Oggetto n. 2 lampada mushroom	10
Oggetto n. 3: t-shirt	16
Output emersi dal workshop	18
Le interviste agli auto produttori	19
Output emersi dalle interviste	23
Riflessioni conclusive	28
L'incontro del 24 novembre. interventi e obiettivi	29
Prime indicazioni per autoproduttori su come scegliere un packaging sostenibile	30
Source e i dati della terza edizione	33
Chi è Comieco	34

Verso le linee guida per un packaging sostenibile per autoproduttori: LA COLLABORAZIONE CON COMIECO.

Obiettivi.

Contribuire a dare, a chi autoproduce beni in quantità limitate da vendere sia on line che direttamente al consumatore finale, indicazioni pratiche in forma di linee guida sulla scelta dell'imballaggio (possibilmente in carta/cartone) e orientate verso una sua ottimizzazione.

Attività svolte.

Per perseguire l'obiettivo ci siamo interrogati su quali strumenti usare. Di sicuro il monitoraggio di ciò che oggi succede è stato ritenuto un mezzo necessario per disegnare il quadro di avvio. Così è nata l'idea di effettuare 60 interviste, sviluppate da Irene Ivoi, durante l'ultima edizione di Source, a designer italiani e internazionali che hanno partecipato come espositori all'evento. Le interviste sono state condotte in parte attraverso contatto diretto e in parte online attraverso la compilazione di un modello condiviso su google. Non erano anonime (anche se qualcuno ha preferito rimanere anonimo) per consentirci di valutare le risposte e di verificarne la corrispondenza con la reale produzione in atto da parte del designer stesso. Questo ci ha consentito di fare valutazioni più dettagliate in termini di efficacia del prodotto scatola.

A ciò si aggiunge che durante la manifestazione 2015 ha avuto luogo un workshop, previsto in calendario, sul tema del packaging.

Questo era stato calendarizzato in partenza, perché ritenuto indispensabile dal punto di vista formativo, ed è stato quindi utile, nella cornice del rapporto con Comieco, per ricavarne spunti e riflessioni da collocare nel cammino da perseguire rispetto all'obiettivo di cui sopra.

Gli iscritti sono stati 8: sette architetti/designer e un designer. Gli oggetti su cui i partecipanti hanno lavorato erano di **propria progettazione**, diversa tipologia e **quindi** differenti materiali consentendoci di analizzare il tema attraverso una scala di problematiche e difficoltà. Uno fra i partecipanti ha sviluppato un progetto lavorando su un tema suggerito da noi (il packaging di una t-shirt) e per un nostro futuro utilizzo.

GESTIONE del WORKSHOP SUL TEMA DEL PACKAGING. "Il prodotto e la scatola"
12-13 settembre presso Villa Strozzi a Firenze.

Workshop leader:

Xenofon Ritsopoulos

Imprenditore designer e produttore di imballaggi, arredi in cartone, sistemi espositivi e giochi educativi eco sostenibili (www.intheboxlab.com). Structural Designer e operatore tecnico CAD – CAM plotter di taglio a lama vibrante CNC per cartotecnica.

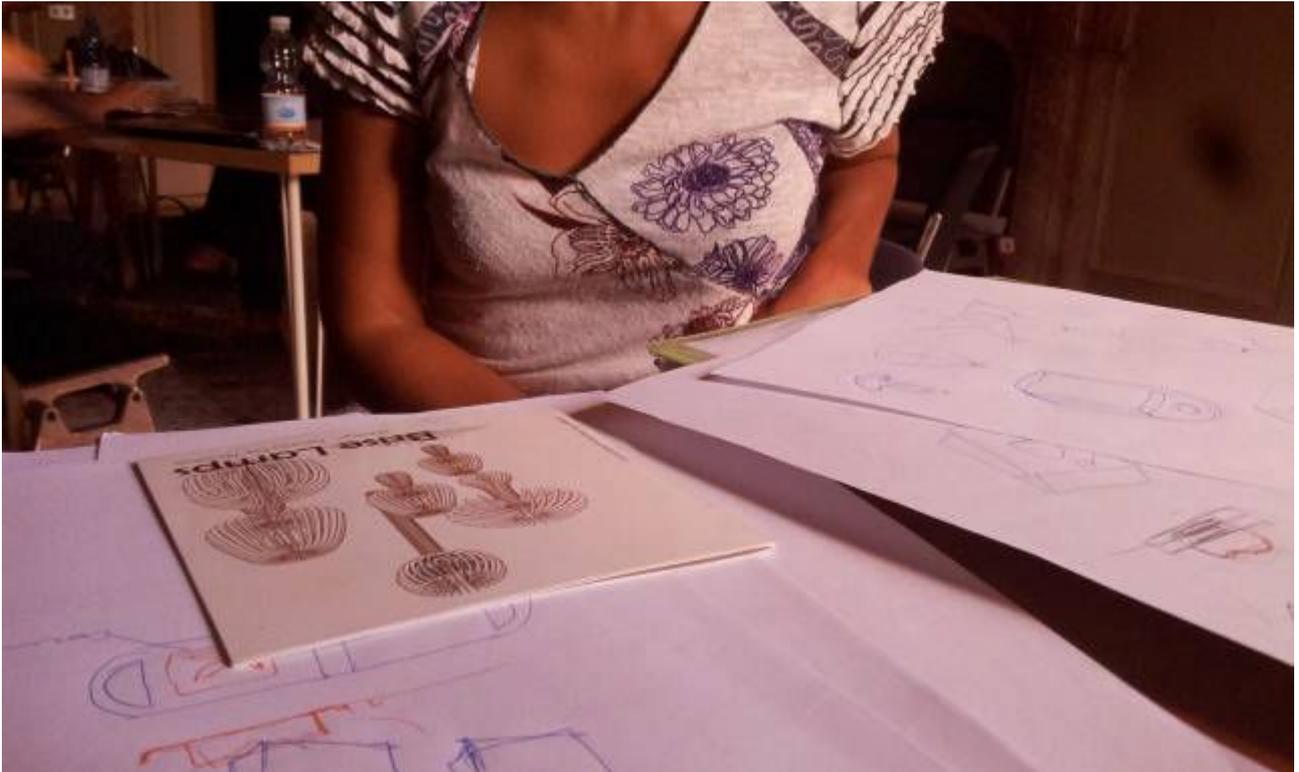
Attivo come consulente progettista cartotecnico per il scatolificio Mannucci Packaging, project manager e progettista di allestimenti fieristici. Senior designer per la progettazione di arredi eco sostenibili allestimenti fashion showroom e packaging per AGDS Design Studio di Firenze e l'agenzia di comunicazione We Associates Snc di Bologna.

Partner tecnico:

Trotec Italia

Il supporto di un'azienda produttrice di macchine per il taglio laser di alta qualità ci ha consentito di valutare direttamente le difficoltà di realizzazione di alcune soluzioni progettuali e testarle durante il workshop. La macchina messaci a disposizione, e il tecnico specializzato che ci supportava, ha fatto sì che alcuni dei progetti ideati potessero essere prototipati anche se in scala o con spessori e/o materiali non sempre idonei per verificarne la fattibilità.







ESITI DEL WORKSHOP

Durante il workshop i partecipanti hanno sottoposto all'attenzione del workshop leader diversi temi. Quelli che ci hanno maggiormente interessato sono : una caraffa in vetro, una lampada mushroom, una t-shirt, una sedia in legno per bambini e una collana in policarbonato. Tre di questi progetti sono stati approfonditi e abbiamo ritenuto di descriverne il progetto.

A questo link alcuni commenti lasciati dai partecipanti al workshop.

<http://intheboxlab.com/2015/09/16/packaging-design-workshop-source-2015-firenze>

OGGETTO N. 1: DECANTER IN VETRO.

Progettista: Leonardo Rossano Architetto.

L'obiettivo del progetto era quello di creare un packaging che fosse allo stesso tempo: elemento di contenimento, di protezione e sostegno per l'esposizione. Obiettivo non facile considerando le caratteristiche del materiale e considerato l'elevato target del prodotto. Si è lavorato dunque su queste esigenze per ottenere un inserto ad X di cartone che assolvesse questi tre ruoli, protezione sostegno e contenimento.

Il risultato, in fase di sviluppo, ci sembra interessante e applicabile anche ad altre tipologie di prodotto quali caraffe, lampade in vetro, vasi ecc...

Note del workshop leader:

Nome: Leonardo Rossano Architetto

prodotto: caraffa di vetro soffiato

scatola: Abbiamo definito insieme il pack del suo oggetto per proteggerlo, esporlo e usare il pack per facilitare il drenaggio.

Ha disegnato il file di taglio sab.12/09 e ha tagliato i primi campioni dom.13/09.

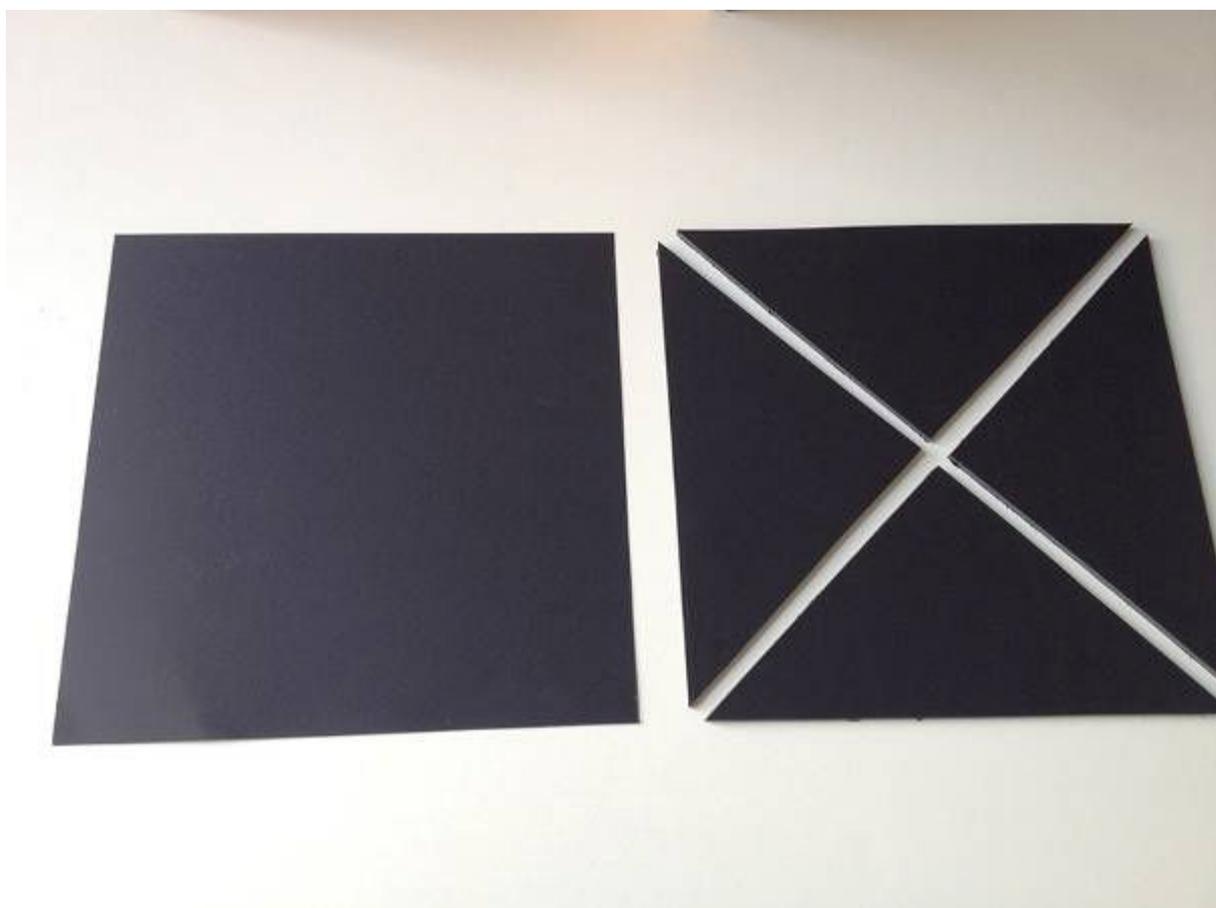
Per mancata disponibilità di tornare lun.14/09 ha tagliato un cartone di spessore fine non adatto al suo progetto.

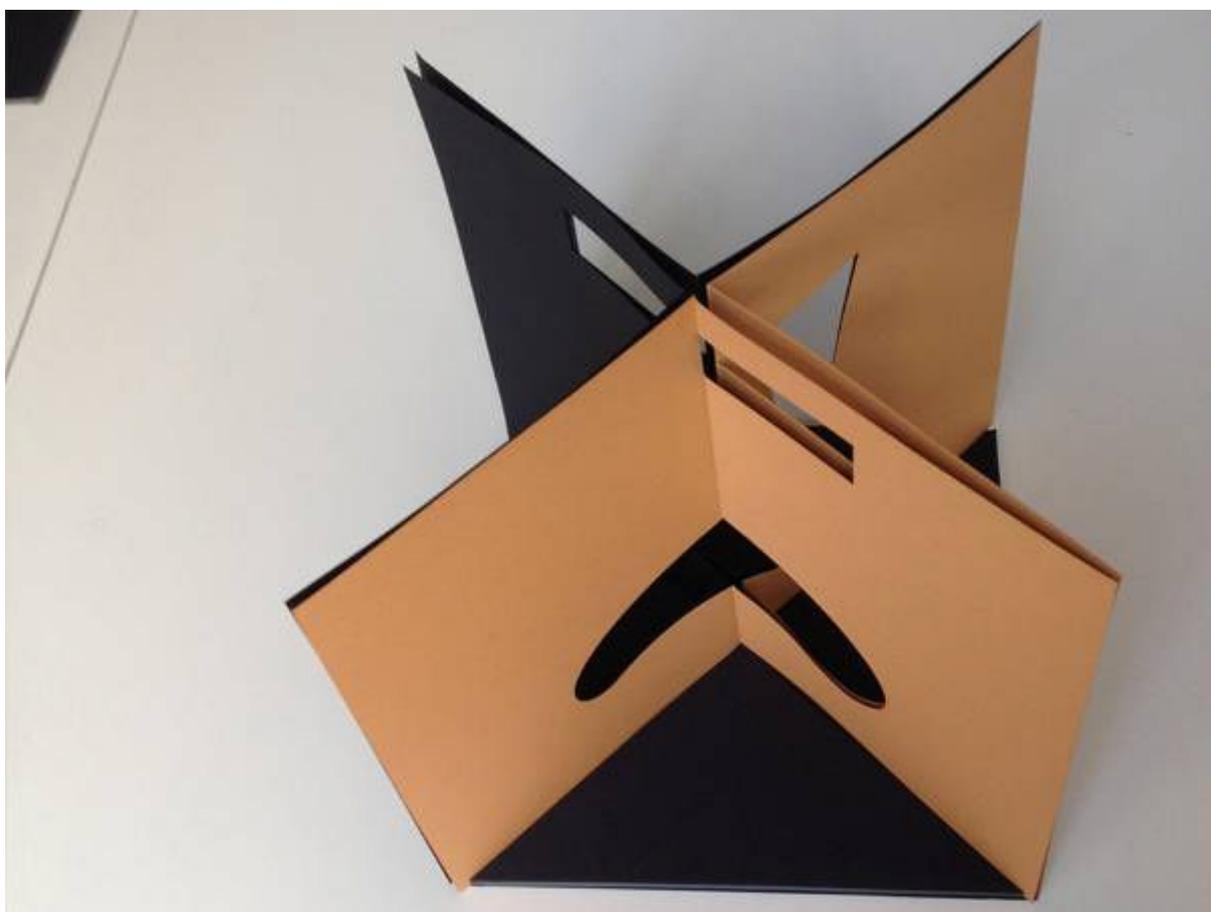
Valutazione: 8/10

Stato: Da ultimare il pack e mandare le foto

Foto del prototipo:











OGGETTO N. 2 LAMPADA MUSHROOM.

Progettista: Ileana De Nicolais Architetto

Anche in questo caso l'obiettivo era quello di creare un pack che fosse anche stand negli spazi espositivi rendendolo versatile e facilmente montabile.

Note del workshop leader:

Nome: Ileana de Nicolais

prodotto: lampada mushroom

scatola: Abbiamo definito insieme il pack del suo oggetto per proteggerlo per spedizione on line ed esporlo nei punti vendita. Ha disegnato il file di taglio dom.13/09 e ha tagliato i primi campioni lun.14/09

Valutazione: 7/10

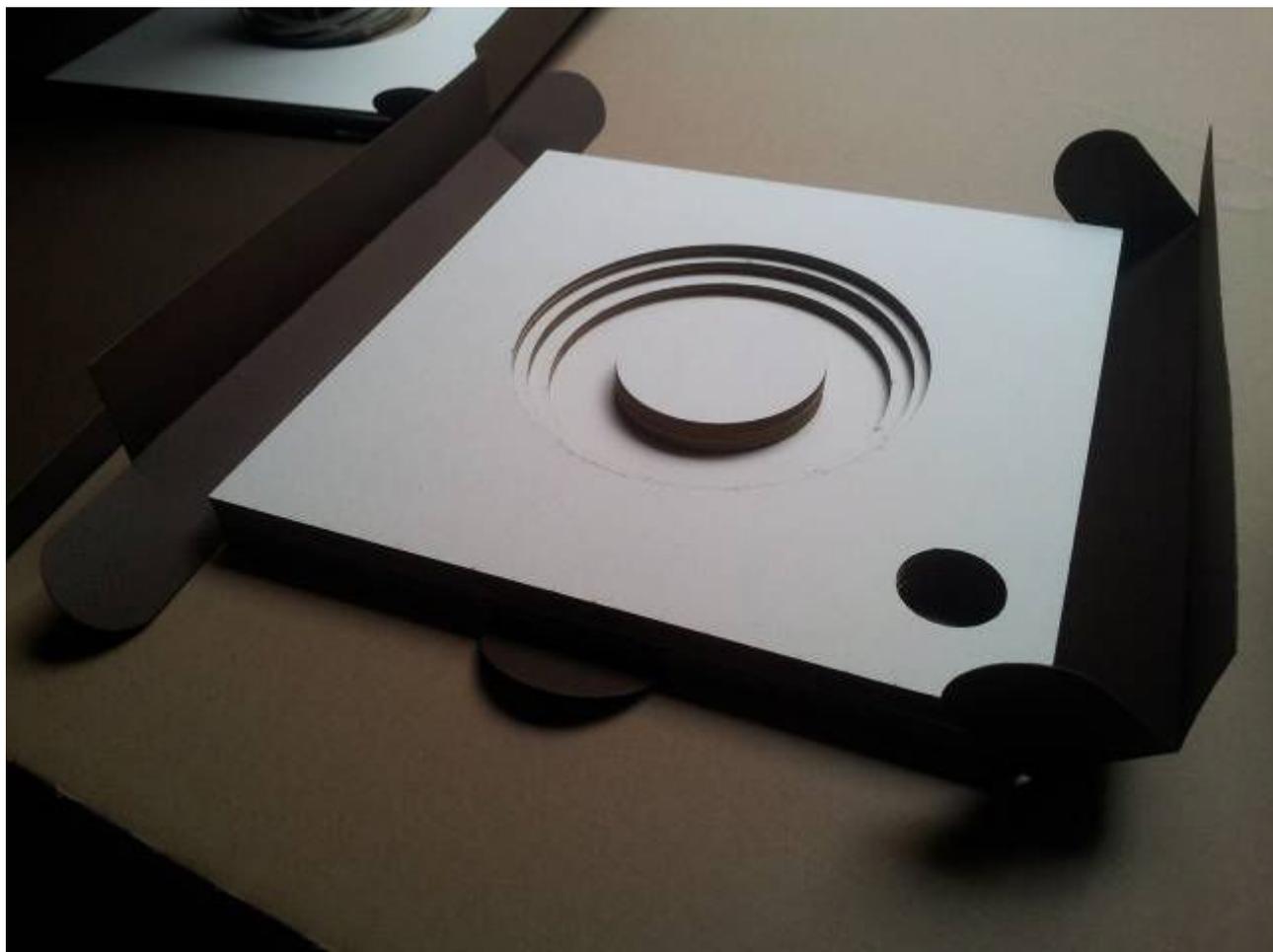
Stato: Da ultimare il pack e mandare le foto

Foto del prototipo.













OGGETTO N. 3: T-SHIRT.

Progettista: Paolo Cogotti Architetto.

L'oggetto/prodotto era una t-shirt che è stata confezionata all'interno di un tubo di cartone. In questo caso si è lavorato sulla personalizzazione del packaging e sulla possibilità che la stessa diventasse sostegno e possibilità di essere usato per esposizioni e fiere.

Avvolgendo il tubo si è fatto in modo di trasformare il tubo stesso in una piccola gruccia/appendiabiti per esporre la maglietta.

Note del workshop leader:

Nome: Paolo Cogotti

prodotto: t-shirt

scatola: Abbiamo definito insieme il pack del suo oggetto per trasportarlo ed appenderlo. Ha ultimato il file di taglio dom.13/09 e ha tagliato i primi campioni

Valutazione: 8/10

Foto del prototipo.





OUTPUT EMERSI dal workshop

L'esperienza del workshop ha fatto emergere i seguenti output:

- Una delle prime necessità per i designer che affrontano il tema del packaging è conoscere le tipologie di materiali e le loro caratteristiche tecniche per poter effettuare le scelte più adeguate in funzione delle lavorazioni che grazie a macchine sempre più precise e veloci possono consentire una maggiore produzione di scatole e un più rapido assemblaggio/montaggio.
- La necessità di trasformare il packaging anche in uno stand espositivo è comune a molti progettisti nel campo dell'autoproduzione. E' segno di professionalità e avvicina l'autoproduzione alla produzione in serie. Semplifica inoltre la collocazione in qualsiasi spazio espositivo.
- Spesso si rimedia al packaging (inteso come prodotto/scatola) con soluzioni grafiche aggirando il problema. Durante il workshop abbiamo potuto verificare come l'esperienza di un progettista specializzato abbia funzionato da stimolo per l'individuazione di soluzioni che oltre a confezionare il prodotto lo raccontano senza dover così necessariamente ricorrere ad una grafica sostitutiva. Dunque l'acquisizione di capacità progettuali all'interno di un team di autoproduttori ci sembra indispensabile.
- E' emersa anche una scarsa conoscenza del ciclo produttivo della carta da utilizzare per il packaging. Aspetti che riguardano la componente chimica e il trattamento dei materiali hanno influito anche sulla possibilità di utilizzare o meno la macchina per il taglio laser. Gli autoproduttori necessiterebbero di una formazione a riguardo considerata la loro gestione autonoma di tutto il ciclo di produzione dell'oggetto.
- Abbiamo infine valutato che la durata limitata del workshop ha consentito solo a chi aveva già in mente una bozza di progetto di poter raggiungere dei risultati di un certo interesse.

LE INTERVISTE AGLI AUTOPRODUTTORI.

Dati emersi dalle interviste.

La maggior parte dei produttori intervistati fa ciò da più di due anni, la categoria di prodotti maggioritaria è quella dei complementi di arredo, prevalentemente in legno e poi a seguire in metallo e ceramica.

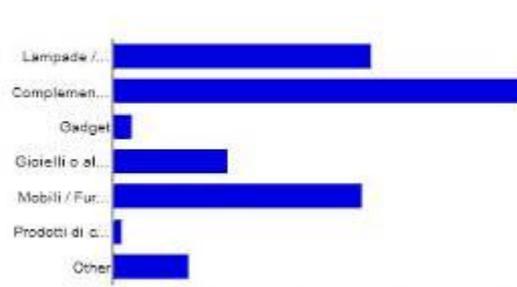
Il canale commerciale prevalente è quello della vendita diretta.

La carta e il cartone appaiono i materiali più gettonati nella realizzazione dell'imballaggio a cui si attribuisce anche la necessità di esporre/presentare il prodotto nel punto vendita.

La maggior parte degli intervistati non ha individuato soluzioni convincenti (o comunque ci sta lavorando) e non è nelle condizioni di indicare una best solution trovata o progettata.

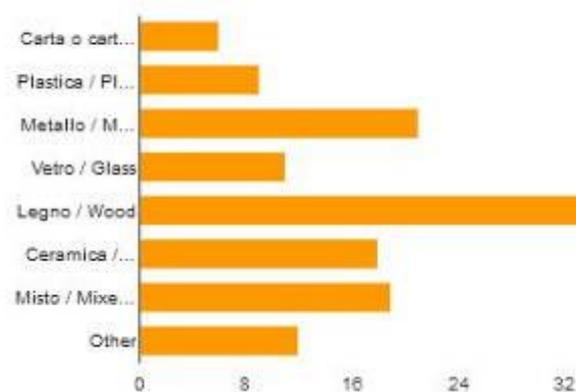
Sembra che l'imballaggio sia il risultato di un approccio personale e quindi di autoprogettazione necessaria, che non beneficia di commenti o osservazioni da parte dei clienti e che si scontra con il tema del miglior rapporto peso/volume e costi/benefici.

1- Che tipo di prodotti realizzati? Indicare tipologia



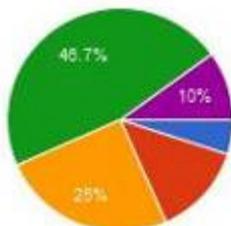
Tipologia	Numero	Percentuale
Lampade / Lamps	27	45%
Complementi di arredo / Decor	43	71.7%
Gadget	2	3.3%
Gioielli o altro che si indossa / Jewellery or accessories	12	20%
Mobili / Furnishings	26	43.3%
Prodotti di cartoleria / Desk products	1	1.7%
Other	8	13.3%

2- Di quale materiale principalmente sono fatti gli oggetti che realizzati?



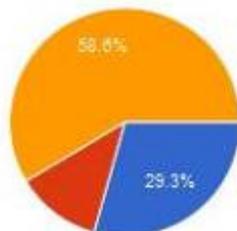
Materiale	Numero	Percentuale
Carta o cartone / Paper	6	10%
Plastica / Plastic	9	15%
Metallo / Metal	21	35%
Vetro / Glass	11	18.3%
Legno / Wood	39	65%
Ceramica / Ceramic	18	30%
Misto / Mixed materials	19	31.7%
Other	12	20%

3- Da quanto tempo sei o ti identifichi come un autoproduttore?



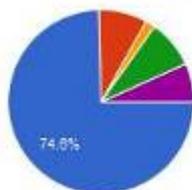
Tempo	Numero	Percentuale
6 mesi / 6 months	3	5%
1 anno circa / About 1 year	8	13.3%
più di un anno / More than 1 year	15	25%
più di due anni / More than 2 years	28	46.7%
questa è la mia prima esperienza / this is my first experience	6	10%

4- Per vendere i tuoi prodotti che canale preferenziale usi?



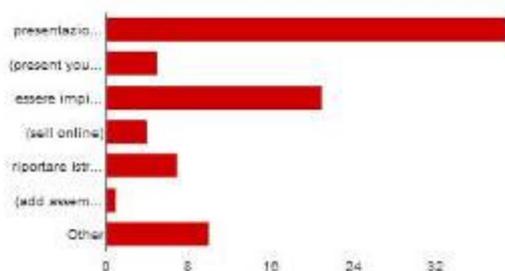
e-commerce	17	29.3%
punti vendita / shops	7	12.1%
vendita diretta / direct selling	34	58.6%

5- Che materiale hai finora privilegiato per confezionare i tuoi prodotti?



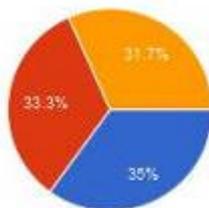
Carta - cartone / Paper	44	74.6%
Carta/cartone misto a plastica / Paper mixed with plastic	5	8.5%
Plastica / Plastic	1	1.7%
Legno / Wood	5	8.5%
Altro / Other materials	4	6.8%

6- Il packaging dei tuoi prodotti, oltre a contenere e trasportare, deve anche servire a (si possono dare più risposte):



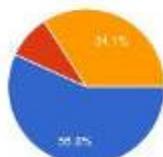
presentazione del prodotto nel punto di vendita (present your product)	39	68.4%
essere impiegato nel caso di vendita on line a rimandare indietro il prodotto se difettoso o non gradito (sell online)	21	36.8%
riportare istruzioni per il montaggio (add assembly instructions)	7	12.3%
Other	10	17.5%

7- Hai individuato finora una soluzione, da te adottata, particolarmente convincente?



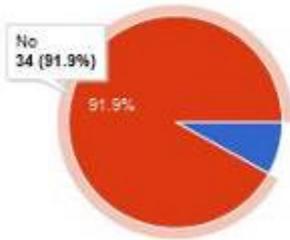
Sì (Yes)	21	35%
No (No)	20	33.3%
Ci sto lavorando (I am still developing it)	19	31.7%

9- Se sì o se ci stai lavorando, l'hai studiata/progettata tu o l'hai vista/letta altrove?



L'ho progettata io (I have designed it)	25	56.8%
Ho trovato lo spunto e ci sto lavorando per riprogettarla rispetto alle mie esigenze (I have found an inspiration but I am adapting it)	15	34.1%
L'ho trovata - dire dove (I have found it elsewhere - write where)	4	9.1%

10- Se non l'hai ancora individuata, sapresti indicarci una o più best solution realizzate da altri?

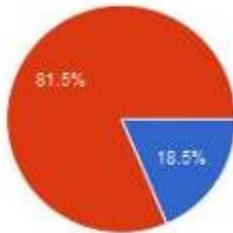


Si descriverla... (Yes, describe it) **3** 8.1%

No **34** 91.9%

Se sì... qual è la provenienza? (If yes, where does it come from?) **0** 0%

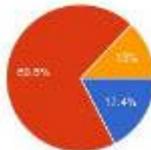
11- se usi già un packaging, hai finora ricevuto commenti dai tuoi compratori a riguardo?



Si (yes) **10** 18.5%

No (no) **44** 81.5%

12- Se hai modificato di recente un imballo, hai riscontrato già eventuali benefici o vantaggi (meno rotture, danni, imprevisti logistici, ecc)?

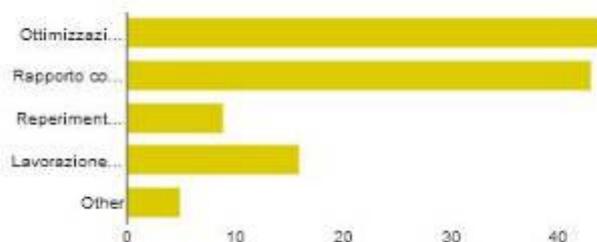


Si (yes) **8** 17.4%

No (no) **32** 69.6%

talvolta (sometimes) **6** 13%

13- Quali sono secondo te gli aspetti più difficili da affrontare per migliorare un imballo?



Ottimizzazione volume/protezione (Volume/protection optimization) **44** 74.6%

Rapporto costo benefici (Cost/benefits ratio) **43** 72.9%

Reperimento materiali (Material finding) **9** 15.3%

Lavorazione materiali (Material finishing) **16** 27.1%

Other **5** 8.5%

OUTPUT EMERSI DALLE INTERVISTE

L'esito di queste interviste è piuttosto chiaro e illustra una situazione che mette in evidenza i limiti dell'autoproduzione sul tema "packaging". Il 35% degli intervistati sostiene di aver individuato una soluzione convincente per i propri prodotti. Ma molti dei designer intervistati (e vista la nostra esperienza di tre anni nel campo dell'autoproduzione) non hanno progettato il packaging ma la soluzione per il packaging ovvero adattando o soluzioni esistenti (scatole già in commercio) al proprio prodotto o utilizzando componenti della produzione di carta e cartone (tubi o semplice carta) e modificandoli attraverso l'utilizzo di una grafica applicata (adesiva o avvolgente).

Il dato si abbassa ulteriormente quando si indaga sull'esistenza di una vera progettazione del packaging. Solo 5 di loro (la verifica è stata fatta andando oltre le interviste) lo hanno progettato (4 usando la carta e 1 usando il legno) con livelli differenti di sviluppo del prodotto "scatola". Solo uno di loro ha sviluppato l'idea partendo dal foglio cartone e arrivando alla scatola, mentre i restanti 3 hanno lavorato sulla grafica e sull'uso della carta che avvolge il prodotto fornendo anche informazioni sul montaggio.

I prodotti su cui [traspare](#) maggiore ricerca sono i gioielli vista la preziosità e fragilità del manufatto e la necessità di mostrarli anche senza doverli necessariamente estrarli dalla scatola. A ciò si aggiunge anche il fatto che il gioiello per numero di pezzi venduti nell'area delle autoproduzioni, supera altre categorie di prodotto.

Emerge inoltre che si mostra maggiormente interessato a forme di ricerca sul tema chi non si occupa di prodotto (quindi di oggetti o prodotti già in fase di commercializzazione) ma chi effettua ricerche che affrontano temi legati al riciclo dei materiali o comunque legati all'ambiente e alla natura.

Segue una piccola selezione delle soluzioni di packaging più risolte tra gli intervistati.

Il primo riguarda una riuscita applicazione per confezionare un prodotto che necessitava di essere visto (ma non del tutto) e di [mostrare](#) le scelte cromatiche che [lo contraddistinguono](#). La semplicità della soluzione è la sua efficacia. Si aggiungono a ciò, l'utilizzo di una semplice grafica peraltro spesso chi fa autoproduzione si scontra con la necessità di ottimizzare i costi e gestire il processo produttivo. Questo aspetto scaturisce da tutti gli intervistati.



Il secondo esempio di gioiello invece utilizza scatole già esistenti in commercio adattandole al proprio prodotto; una scatola in cartone ondulato con un inserto progettato dalla designer adatto ad accogliere il prodotto e uno spazio interno usato per nascondere il supporto (filo) del gioiello stesso. La scatola poi viene personalizzata con il logo. Un modello in realtà ispirato alle scatole dei gioielli (oro e argento o bigiotteria) a cui siamo solitamente abituati.



Un terzo esempio che vogliamo mostrare riguarda tre tipologie di prodotto differente che utilizzano lo stesso tipo di packaging. Il primo **consiste** in bicchieri in vetro confezionati in tubi di cartone con grafica applicata o in una scatola di cartone identica a quella che solitamente contiene bottiglie di vino (i bicchieri sono ottenuti dal riutilizzo di bottiglie di vetro). Packaging efficace che andrebbe abbinato ad una soluzione di imballo protettivo per le spedizioni.





Il secondo riguarda oggetti in PLA utilizzati come giunti per la realizzazione di mobili personalizzabili. Anche in questo caso il tubo di cartone è usato per confezionare il proprio prodotto. In questo caso il pack può essere considerato anche prodotto per la spedizione non avendo la necessità di essere particolarmente protetto.



Il terzo ed ultimo caso riguarda delle tovaglette. Inserite in un tubo e avvolte da una grafica/istruzione per l'uso, la confezione risulta molto semplice e adatta al prodotto che non necessita di particolari protezioni.



RIFLESSIONI CONCLUSIVE

Innanzitutto ci preme sottolineare che ai fini di queste riflessioni conclusive, un notevole contributo arriva dall'aver gestito, durante la manifestazione, lo spazio commerciale all'interno del quale abbiamo venduto gli oggetti dei designer disponibili. Questo aspetto oggi a nostro avviso influisce in modo rilevante sull'esito di questo report in quanto l'efficacia delle soluzioni proposte dai designer è stata testata sul campo consentendoci di fare valutazioni più dettagliate sui singoli prodotti.

Ciò premesso, confermiamo l'impressione che gli autoproduttori non sempre sono in grado di lavorare in autonomia sul tema del packaging. Le svariate versioni del designer "autoproduttore" (architetto autonomo, architetto in team, designer diplomato, designer autodidatta, team con diverse figure professionali, team architetto/designer + artigiano ecc...) ci mettono dinanzi ad un quadro variegato.

Sono di fondamentale rilevanza i seguenti aspetti:

- gli autoproduttori spesso hanno una doppia professione e non vivono di design
- il tempo che dedicano alla produzione viene impiegato in maggioranza alla progettazione e prototipazione dei prodotti
- il loro budget è investito per lo più nella realizzazione dei prototipi e nella comunicazione online
- i designer che affrontano il tema del packaging sono quelli che hanno un tipo di prodotto che non necessita di test particolari o di fasi di ingegnerizzazione (come le lampade) e che possono permettersi di investire tempo e soldi nello studio o acquisto di un pack adatto al proprio prodotto o studiato ad hoc da professionisti del settore.
- Infine nessun autoproduttore ha affrontato il tema della spedizione in termini di confezione. In tre anni abbiamo ospitato circa 150 designer italiani e internazionali e possiamo dire con certezza che quasi nessuno di loro ha affrontato il tema mettendo in evidenza gli ampi margini su cui poter lavorare in futuro.

Riteniamo infatti che sul tema ci siano i margini per lavorare e organizzare in futuro incontri specifici e mirati al fine di sensibilizzare la categoria sull'argomento facendo leva su :

- necessità concreta di affrontare il problema
- conseguenze del non affrontarlo (scarsa evoluzione della qualità dei prodotti e scarse possibilità di lavorare sull'internazionalizzazione della commercializzazione del prodotto stesso),
- reperibilità dei materiali e caratteristiche tecniche e di lavorazione,
- attenzione alla sostenibilità e al ciclo produttivo
- quali usi multifunzionali poter attribuire al packaging fin dalla sua progettazione.

L'INCONTRO DEL 24 NOVEMBRE. INTERVENTI E OBIETTIVI.

Presso Robert F. Kennedy Center for Justice & Human Rights
via Ghibellina 12/A
Firenze

L'incontro ha coinciso con la conclusione del percorso descritto ed è stato finalizzato a definire i principali spunti, riflessioni e informazioni emersi ai fini della predisposizione di linee guida per packaging per autoproduttori.

Lo abbiamo preparato, come già detto, monitorando con strumenti diversi questa categoria di professionisti che diventa sempre più numerosa nel tentativo di cogliere i fattori più interessanti. Tale incontro si colloca nel solco di un percorso di servizi che l'associazione ALTROVE, con il progetto Source, intende in futuro fornire alla categoria su argomenti sensibili attraverso formazione, incontri mirati di dialogo/confronto, consulenze e progettazione di eventi.

Sono intervenuti:

Elia Farotto – Comieco
Irene Ivoi – Comieco/Source
Roberto Rubini e Manuel Marin– Source
Xenophon Ritsopoulos – designer
Leonardo Rossano – architetto
Paolo Cogotti – architetto
Ileana De Nicolais – architetto
Eva Parigi e Matteo Zetti – Zpstudio
Gabriele Pardi e Laura Fiaschi - Gumdesign
Michaela D'Astuto e Raffaele Bordoni – architetti

Da questo incontro è emerso che gli autoproduttori si dividono **rispetto alla necessità di disporre** del packaging in 3 principali categorie:

- a) quelli che cercano di progettarlo e auto-produrselo;
 - b) quelli che adottano soluzioni arrangiate con grafiche applicate alla scatola;
 - c) quelli che dopo un periodo di riflessione, verifiche, ecc si rivolgono a fustellifici o scatolifici.
- Questi ultimi sono quelli che hanno maturato verso l'autoproduzione: consapevolezza, numeri, pricing profile, mercato, retail, ecc;
I primi due (a e b) coincidono spesso con autoproduttori che fanno pochi esemplari, ne vendono di conseguenza pochi, ne spediscono pochi e vendono di "mano in mano".

Dalle parole ai fatti:

Durante il periodo prenatalizio Source ha attivato a Firenze un Temporary shop, ulteriore esperienza utile ai fini di un monitoraggio del packaging.

La gestione quotidiana di prodotti disponibili in quantità limitate offre utili indicazioni:

- i prodotti con packaging sono più gestibili in tutte le fasi del processo di vendita, dall'arrivo in negozio allo stoccaggio, dall'inventario alla vendita.
- I prodotti con un pack solido e ben studiato possono essere esposti con la scatola e risultano più accattivanti per il pubblico.

Prime indicazioni per autoproduttori su come scegliere un packaging sostenibile

Perché un imballaggio?

L'imballaggio è una componente importante del Tuo prodotto, non basta la fortuna per trovare quello migliore. Ecco alcuni buoni motivi per riflettere sul pack :

- Sai che un buon imballo può valorizzare il tuo prodotto sia in Italia che all'estero?
- Devi proteggere il tuo prodotto durante l'esposizione o devi spedirlo e finora non ci sei riuscito? alcuni pezzi si sono rotti o rovinati con un danno economico e d'immagine?
- L'imballo che adesso stai usando non è all'altezza del tuo prodotto?
- Gli imballi che adesso usi occupano molto spazio e vorresti il tuo laboratorio più sgombro?
- Credi che la tua scelta debba ricadere su un pack attento all'ambiente ma non sai come fare?

Comieco propone di seguito alcune semplici linee guida che possono aiutarti a compiere una scelta sostenibile. L'Italia è il leader europeo nell'industria del riciclo, il sistema di gestione dei rifiuti d'imballaggio in Italia (Conai e i 6 consorzi per materiale) ha raggiunto da anni gli obiettivi di riciclo previsti per legge per merito della raccolta differenziata effettuata dalle imprese e dai cittadini. L'impegno dei consorzi, e di Comieco in particolare, è da sempre rivolto non solo alla raccolta e al riciclo ma anche alla "prevenzione", ovvero alla corretta progettazione ed uso dell'imballo e anche tu puoi contribuire con le tue scelte.

Opzione 1: vuoi progettare e realizzare il tuo pack in carta/cartone

La progettazione del pack parte insieme alla progettazione dell'oggetto.

L'ingombro può essere ridotto smontando alcune parti? Ci sono parti fragili che possono rompersi in fase di trasporto ma possono essere opportunamente protette?

Adesso che ti sei immaginato l'involucro del tuo manufatto, non solo come contenitore, ma come supporto dell'oggetto stesso, puoi cominciare a progettarlo ma ricordati che devi avere conoscenze relative a:

- Materiali d'imballaggio, alle loro performance e alle loro caratteristiche di sostenibilità (ad esempio certificazioni o provenienza delle fibre)
- Le lavorazioni che possono essere effettuate su carta e cartone per mezzo delle nuove macchine (ad esempio taglio laser)
- Capacità di progettare per ottimizzare ad esempio la logistica, l'uso post consumo, il riciclo.
- Regolamenti, standard da rispettare per l'estero o per determinati canali di vendita.

Puoi trovare degli utili strumenti sul sito www.comieco.org (sono disponibili pubblicazioni, progetti con le Università, il data base degli imballaggi sostenibili premiati) e suggerimenti su www.packagingdesignarchive.org o <https://www.facebook.com/Nudiovestiti/?fref=ts>

Se poi le tue scelte si rivelano fallimentari perché il prodotto non si presenta bene o si rompe durante il trasporto puoi passare alle opzioni successive.

Opzione 2: ti servono pochi imballaggi perché hai appena iniziato la tua produzione

Hai iniziato una produzione da poco e non sai ancora quanti pezzi produrrà e quali saranno i tuoi canali di vendita: in tal caso puoi acquistare scatole, sacchetti e altre confezioni già fatte e personalizzarli o adeguarli al tuo prodotto.

Ricordati di scegliere confezioni che riportano caratteristiche ambientali (carte riciclate o con certificazione di provenienza delle fibre o altre indicazioni).

Attenzione a posizionare gli oggetti fragili o delicati il più distante possibile dagli angoli delle scatole e utilizzare imballaggi protettivi adeguati. Le etichette "Fragile" e "Maneggiare con cura" (*handle with care*) non sostituiscono in alcun modo un imballaggio sicuro, in quanto hanno unicamente scopo informativo.

Qualora dovessi spedire i tuoi oggetti sappi che molti corrieri, quali ad esempio DHL Express, Mail

Boxes o Poste italiane, mettono a disposizione scatole adatte, già ottimizzate per la logistica e dal punto di vista ambientale, riutilizzabili se il prodotto viene restituito, fornendo inoltre molte altre utili informazioni per come inscatolare ed etichettare i prodotti.

L'ottimizzazione del carico di trasporto dei mezzi abbate i costi di trasporto, la produzione di emissioni nocive per l'uomo e l'ecosistema: meglio ancora se è possibile affidarsi per il trasporto merci a chi adotta criteri di "Logistica Sostenibile" come, ad esempio, società che adottano mezzi elettrici, effettuano investimenti per ridurre il consumo di carburante, compensano le emissioni di CO₂, ecc.

Qualora volessi riutilizzare imballaggi già usati per altri scopi sappi che le scatole usurate o deteriorate possono perdere dal 30 al 60% della resistenza.

Passata la fase sperimentale, qualora avessi bisogno di più confezioni, ti conviene passare all'opzione 3.

Opzione 3: un pack su misura per un prodotto già sperimentato

La realizzazione di un pack su misura puo' avvenire con il supporto di un designer o rivolgendosi ad un produttore di imballaggi: in entrambi i casi la parte più importante è la fase di **analisi**. Contrariamente a quanto in generale si pensi, l'imballaggio cellulosico è sempre un prodotto "su misura" e viene realizzato ad hoc. Il primo passo per ottimizzare l'imballo e risparmiare in fase di trasporto è analizzare quali funzioni deve svolgere e che bisogni deve soddisfare ad esempio in termini di resistenza in fase di trasporto.

Comieco mette a disposizione la "Check list per la progettazione ambientale e sociale degli imballaggi in carta e cartone", basata sull'attività di ricerca delle buone prassi nell'innovazione degli imballaggi in carta, cartoncino e cartone svolta dall'Università Iuav di Venezia, a cura di Laura Badalucco. La checklist è pensata per essere utilizzata come percorso di miglioramento ambientale e sociale di un imballaggio ed è realizzata per essere facilmente compilabile (anche digitalmente): si tratta infatti di un file pdf con campi nei quali è possibile inquadrare l'intervento progettuale, prendere appunti negli spazi liberi, aggiungere nuovi criteri e note.

Nella sezione del miglioramento ambientale vengono considerati criteri relativi ai materiali utilizzati, alla forma e struttura del packaging, agli aspetti logistici e distributivi, alla grafica e alla stampa e alla fine vita del prodotto.

Nella sezione sociale i criteri considerati sono l'attenzione all'accessibilità da parte del maggior numero possibile di soggetti al prodotto, senza penalizzare quelli deboli o disabili (utenza allargata), la riduzione delle operazioni faticose e/o pericolose a tutti i livelli (sicurezza e operatività), la formazione e l'informazione.

http://www.comieco.org/media/checklistambientalisociali_comieco.pdf

L'analisi permette di evidenziare i tuoi bisogni rispetto all'imballo, ma la corretta progettazione dovrebbe tenere conto anche delle esigenze degli altri attori interessati, ovvero chi trasporta il tuo prodotto, chi lo distribuisce, chi lo vende e chiaramente chi lo acquista, perché tutti abbiano un beneficio - economico, ambientale e sociale (i tre pilastri della sostenibilità). Anche per uno stesso prodotto gli imballi potranno essere diversi a seconda del cliente o delle diverse condizioni di acquisto e di utilizzo (ad esempio essere confezioni regalo o ricordo). Ricordiamo come lusso e sostenibilità non siano in antitesi, esistono diversi esempi recenti di pack per prodotti di alta gamma, sia in Italia che all'estero.

Il pack è un utile strumento di presentazione del tuo prodotto all'interno del punto vendita: ricordati di valorizzare le indicazioni che ti arrivano ad esempio da chi vende il tuo prodotto prima di passare alla fase successiva.

Dopo aver effettuato l'analisi è possibile richiedere al proprio fornitore di **sviluppare un imballo in carta e cartone "sostenibile"**.

In Italia sono presenti circa 3.000 imprese che producono imballi in carta e cartone,

principalmente piccole e media imprese, distribuite sul territorio, in grado di rispondere alle esigenze di realizzare un imballo più sostenibile.

Nella scelta del fornitore è necessario informarsi sulle scelte ambientali in fase di produzione, come il possesso di certificazioni, oppure il miglioramento del sito produttivo (riciclo acque di processo, riduzione consumi medi di energia, interventi migliorativi nella produzione) oppure le ottimizzazioni nella logistica.

Queste caratteristiche di sostenibilità possono essere comunicate lungo le filiera, fino al consumatore finale.

Gran parte delle imprese già sono attrezzate per la produzione di un numero limitato di imballi, naturalmente maggiori saranno i pezzi richiesti, minore sarà la spesa per imballo. La progettazione e la prototipizzazione avviene tramite software ma l'esperienza e il supporto degli esperti sono elementi indispensabili.

Sulla base delle richieste che l'imballo in carta e cartone deve soddisfare, il produttore d'imballaggio proporrà l'utilizzo o meno di fibre riciclate, a volte anche con una certificazione di provenienza delle fibre (FSC o PEFC). Se l'uso di fibre riciclate non è possibile per tutte le componenti della scatola, la scelta va indirizzata verso le nuove carte più leggere, che a parità di prestazioni utilizzano meno materia prima (ricordiamo che la grammatura media del cartone ondulato è scesa dell'8% negli ultimi 10 anni).

L'imballaggio sostenibile può e deve essere seduttivo per il consumatore, l'esperienza di acquisto deve iniziare dall'esterno, anche la sostenibilità va raccontata e diffusa. Puoi naturalmente richiedere un imballaggio colorato, stampato, il supporto cellulosico può comunicare in molti modi.

Alcune forme possono risultare molto attrattive ma possono produrre molti scarti in fase di produzione o un maggiore consumo di energia per trattamenti successivi: tecnologie e innovazione consentono ad esempio di ottenere più pieghe e più incastri con un solo foglio di cartone, come pure software possono progettare l'imballo ottimizzando la logistica a partire dal modo in cui l'oggetto è posto nell'imballo.

Gli imballi in carta e cartone sono sicuramente riciclabili ma alcuni trattamenti superficiali o aggiunte di altri materiali (maniglie, punti metallici, ecc.) possono limitare la disponibilità delle fibre in fase di riciclo e produrre scarti in cartiera: occorre verificare in fase di sviluppo del pack che dopo l'uso sia riciclabile e sia facilmente compattabile per essere posto negli appositi contenitori per la raccolta.

Un imballaggio sostenibile è progettato per non avere parti "superflue": ogni parte deve essere funzionale e ridotta al minimo, vuoto deve viaggiare piegato per occupare poco spazio e deve poi potersi montare in maniera efficace.

SOURCE E I DATI DELLA TERZA EDIZIONE.

Il progetto Source è giunto nel 2015 alla sua terza edizione e i risultati sono stati incoraggianti rispetto all'edizione precedente non solo in termini di numeri ma anche in qualità e partecipazione. Il pubblico si aspetta ogni anno delle novità ma anche delle conferme e queste non hanno deluso: i workshop e le iniziative a cui partecipare erano mirate su un pubblico ormai definito e fatto di studenti e giovani creativi, professionisti architetti e designers, artigiani e piccole imprese di produzione e appassionati al tema della progettazione e del design più in generale. Un pubblico di addetti ai lavori quindi ma sempre più ampio per provenienza, infatti hanno raggiunto la Limonaia di Villa Strozzi non solo un pubblico locale e regionale ma anche nazionale e proveniente da regioni del nord e del sud Italia. La stessa selezione dei designer che partecipano all'esposizione e che volutamente sono stati scelti in modo eterogeneo su tutta la superficie nazionale, ha aiutato ad ampliare il network sia prima che durante l'evento.

Molti gli ospiti invitati e aderenti; tra i tanti ci piace ricordare Alfredo Pirri artista di levatura internazionale e Valentina Guidi Ottobri direttore creativo di LUISAVIAROMA.

Molte le collaborazioni e fra queste quella con Gyproc Saint Gobain, Trotec Italia e Comieco non si sono limitate alla sola manifestazione bensì ad attivare collaborazioni più estese.

Sono inoltre stati realizzati diversi workshop in collaborazione con artigiani toscani e con aziende partner dell'iniziativa. L'obiettivo era quello di innescare nuove sinergie tra i giovani creativi e le piccole imprese artigiane nella speranza che da questi incontri possano svilupparsi opportunità di lavoro e collaborazioni in grado di supportare e rafforzare tali incontri su piccola e grande scala.

Questi i numeri della terza edizione:

70 i designer selezionati per la mostra

14 i Paesi da cui provenivano

600 iscritti a workshop e conferenze

3700 visitatori provenienti da tutta Italia

60 i relatori intervenuti

20 i workshop e le attività realizzate durante il programma dei 10 giorni

Il programma realizzato è pubblicato sul nostro sito

al link: <http://www.sourcefirenze.it/schedule>

I canali social attivi permanentemente sono:

twitter.com/sourcefirenze

[instagram.com/sourcefirenze/](https://www.instagram.com/sourcefirenze/)

[pinterest.com/sourcefirenze/](https://www.pinterest.com/sourcefirenze/)

[it.linkedin.com/in/sourcefirenze](https://www.linkedin.com/in/sourcefirenze)

[youtube.com/user/sourcefirenze](https://www.youtube.com/user/sourcefirenze)



SELF-MADE DESIGN

• EDITION 2015 •

MOSTRA DI DESIGN AUTOPRODOTTO
Limonaia di Villa Strozzi, Firenze - Italia
www.sourcefirenze.it



comieco

Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo
degli Imballaggi a base Cellulosica

Comieco è il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica. La finalità principale del Consorzio è il raggiungimento degli obiettivi di recupero e di riciclo previsti dalla normativa europea - che per la carta e il cartone impone il raggiungimento del 60% minimo di riciclo entro il 2008 - attraverso un' incisiva politica di prevenzione e di sviluppo della raccolta differenziata degli imballaggi cellulosici immessi al consumo.

Comieco, d'intesa con CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) ne gestisce infatti il sistema di ritiro, riciclo e recupero.

Comieco nasce su base volontaria nel 1985 come comitato per l'imballaggio ecologico per iniziativa di un gruppo di imprenditori privati operanti nel settore cartario e cartotecnico.

Con il recepimento in Italia della direttiva 94/62/Ce sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio, ad opera del D. Lgs. 22/97, Comieco si costituisce in Consorzio nazionale per il Recupero e il Riciclo degli Imballaggi a base cellulosica e ottiene l'approvazione del proprio statuto con Decreto Ministeriale del 15 luglio 1998.

Sono associati a Comieco circa 3.300 tra produttori ed importatori di carta e cartone per imballaggi, trasformatori, importatori di imballaggi e piattaforme di lavorazione del macero.