PACKAGING DESIGN PER PRINCIPIANTI

Strumenti base per imballaggi in carta e cartone

comieco
Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica

ISTRUZIONI D'USO

Come si fa ad innovare gli imballaggi in ottica di ottimizzazione e prevenzione? E perché alla tua azienda conviene farlo?

Per rispondere a queste domande abbiamo preparato delle linee guida che vi aiuteranno a trovare soluzioni efficaci per la vostra azienda. Gli strumenti di questo toolkit sono pensati per coinvolgere e condividere con il vostro gruppo di lavoro le azioni per un'innovazione degli imballaggi che sia pronta a rispondere alle richieste dell'Economia Circolare.

Il toolkit è composto dai seguenti strumenti:

→ le **linee guida** che contengono le **3 leve strategiche** e le **12 azioni di base**, da utilizzare per affrontare i concetti chiave di una innovazione pronta a rispondere alle richieste dell'Economia Circolare;

→ le **schede di gioco** che permettono di condividere in modo dinamico le azioni con il vostro team. Il toolkit è formato da **21 schede di gioco** suddivise in *Sfide*, *Ispirazioni* ed *Esperienze*.

Questi strumenti sono dedicati ad imprenditori, manager, designer, agenzie, tecnici, operatori della logistica e della distribuzione, ma anche ai non addetti ai lavori che abbiano il desiderio o la curiosità di approfondire le strategie per una progettazione di imballaggi cellulosici innovativi e ottimizzati.

PERCHÉ DOVREI INNOVARE I MIEI PACKAGING?

Si stima che le fasi di progettazione incidano su circa l'80% degli sprechi di energia, materiali, ecc. connessi al packaging per cui è proprio in questa fase che possiamo intervenire efficacemente.
Nella vostra azienda ci sono probabilmente già tutte le competenze per farlo. Innovare conviene.
Ma come e perché?
Ci sono almeno tre buone ragioni.

RISPARMIO:

una corretta progettazione offre spesso un risparmio economico all'azienda (si spende meno per una riduzione di materiale utilizzato, di energia, ecc).

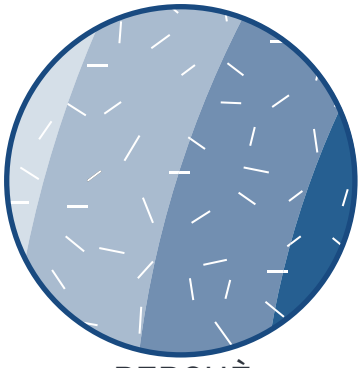
STO UN PASSO AVANTI:

anticipando la concorrenza e, a volte, la legislazione (con vantaggi nell'ottenimento di finanziamenti, nella partecipazione a gare d'appalto, ecc).

MIGLIORO LA MIA IMMAGINE:

gli imballaggi attenti all'ambiente sono ormai più richiesti e apprezzati dalle aziende e dagli utenti finali.

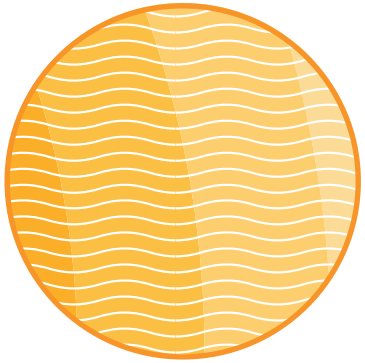
A.



PERCHÈ RISPARMIO

+

B.



PERCHÈ STO UN PASSO AVANTI

+

C.

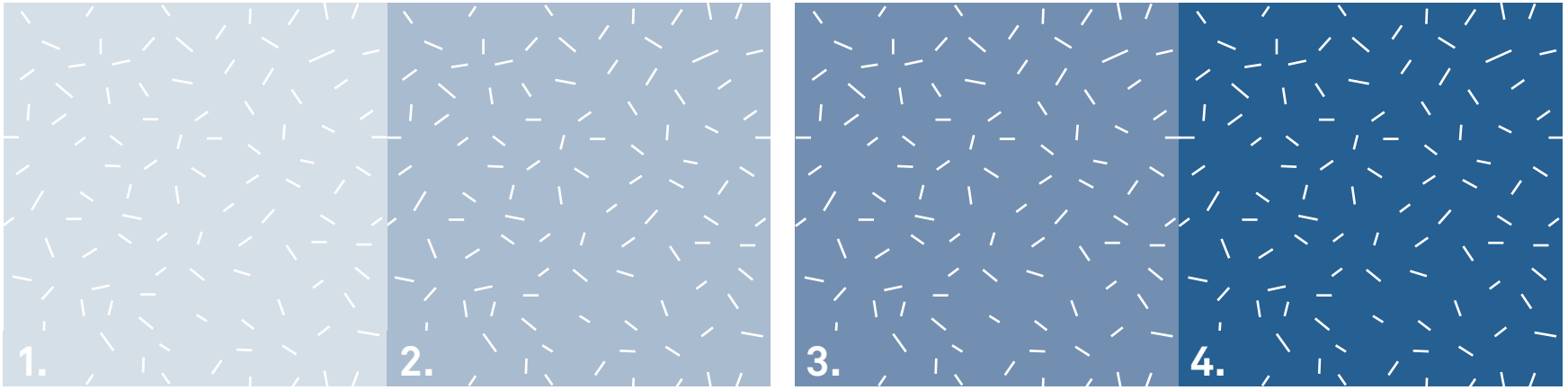
PERCHÈ MIGLIORO LA MIA IMMAGINE

+

A. PERCHÈ RISPARMIO?

OTTIMIZZO IL PROCESSO PRODUTTIVO

FACILITO IL CICLO DI VITA DEGLI IMBALLAGGI



1. Riducendo i materiali differenti, usando trattamenti superficiali solo se necessari

+

2. Riducendo l'uso delle risorse

+

3. Ottimizzando logistica, trasporto ed esposizione

+

4. Agevolando la compattazione, il disassemblaggio e il riciclo degli imballaggi

+

VOGLIO SAPERNE DI PIÙ

A. RISPARMIO

1. RIDUCENDO I MATERIALI DIFFERENTI, USANDO TRATTAMENTI SUPERFI–CIALI SOLO SE NECESSARI

Carta, cartoncino e cartone sono **materiali pieni di qualità**, molto apprezzati dagli utilizzatori non solo per le loro caratteristiche funzionali, ma anche per la loro **facilità di riciclo**. La sempre maggiore attenzione alla valorizzazione dei materiali utilizzati per produrre gli imballaggi costituiscono una strategia importante non solo a livello ambientale, ma anche economico e comunicativo. I materiali cellulosici sono tra i più adatti, ma come fare ad ottenere questi vantaggi?
Uno dei modi più efficaci per ottenere un buon risparmio è l'utilizzo del minor numero possibile di materiali differenti. La strategia ottimale sarebbe quella di arrivare alla **monomaterialità**. Inoltre un packaging più leggero paga un **minore Contributo Ambientale Cona**i, il contributo che permette di sostenere le pubbliche amministrazioni nello sforzo sostenuto per le raccolte differenziate. E se diventa necessario applicare dei **trattamenti superficiali** sia per motivi comunicativi, sia per questioni di protezione del contenuto?
Va bene, basta fare attenzione ad utilizzarli **solo quando sono necessari** perché rendono più difficili le operazioni di riciclo. Esistono sistemi di verifica che possono aiutare a capire se si sta procedendo verso la facili–tazione del riciclo, come il **metodo MC 501-17** approvato e condiviso dagli attori della filiera della carta.

A. RISPARMIO

2. RIDUCENDO L'USO DELLE RISORSE

«Ogni guadagno ottenuto attraverso la riduzione degli sprechi è oro nella miniera», diceva Joseph Juran, uno dei padri del *Quality Management*.
Ottimizzare il processo produttivo è una buona prassi che porta vantaggi economici concreti alle aziende e che sicuramente è già presente nella tua azienda.
Lo spreco è ciò che solitamente innalza i costi aziendali senza produrre un beneficio qualitativo o una maggiore soddisfazione dei propri clienti. Ma come fare a limitarlo?
Si parla qui sicuramente di **ottimizzazione** del foglio macchina, ad esempio, ma si possono anche utilizzare strategie, come la **chiusura di alcuni cicli**, per migliorare l'utilizzo delle risorse (dalla materia prima al consumo di acqua ed energia).
A volte **basta modificare un progetto di un piccolo particolare** per ottenere grandi benefici per cui è utile provare a guardare il proprio processo produttivo da diversi punti di vista, coinvolgendo il più possibile le figure che a vario titolo concorrono alla produzione, ma inserendo anche **soggetti e elementi di novità** o disturbo che spostino l'attenzione della abitudini consolidate. Il risparmio così realizzato può aiutare l'azienda a crescere, a migliorare la competitività e, assieme, a proseguire il percorso verso i vantaggi economici ottenuti con la prevenzione.

A. RISPARMIO

3. OTTIMIZZANDO LOGISTICA, TRASPORTO ED ESPOSIZIONE

Nel percorso che va dalla produzione al riciclo degli imballaggi cellulosici, **i soggetti coinvolti sono molti** e la strategia anti sprechi sarà efficace solo se verranno considerate le **diverse esigenze**.
Tra questi soggetti un ruolo centrale è rivestito dagli operatori della logistica, del trasporto sia degli imballaggi pre-confezionamento, sia dei prodotti imballati. Qui diventa fondamentale **migliorare la pallettizzazione e ottimizzare le capacità di carico** dei vettori di trasporto, consentire **semplici operazioni di picking** nelle strutture di smistamento dei diversi canali distributivi e facilitare le **operazioni di esposizione** e ritiro del prodotto nei punti di vendita.
A volte può bastare variare il posizionamento del prodotto nell'imballaggio primario o dei primari nei secondari e terziari per ottenere risultati inaspettati in termini quantitativi.
Altre volte può essere utile **dare indicazioni al cliente** sul modo di posizionare il contenuto all'interno del packaging o rendere il contenuto smontabile in modo da rendere la confezione complessiva più piccola.
Moltiplicando un piccolo risparmio in una singola confezione per il numero di prodotti venduti all'anno si possono ottenere vantaggi significativi dal punto di vista sia economico sia ambientale.

A. RISPARMIO

4. AGEVOLANDO LA COMPATTAZIONE, IL DISASSEMBLAGGIO E IL RICICLO DEGLI IMBALLAGGI

I clienti si aspettano che il packaging preservi e conservi al meglio il prodotto nel tempo, occupi il minor spazio possibile e sia facile da aprire e da usare, ma anche che sia riciclabile e/o prodotto con materiale riciclato.
Sarà importante rispondere a queste richieste **avvicinando il più possibile i processi produttivi ai processi naturali**.
L'obiettivo della produzione oggi è quello di basare i processi il più possibile sull'uso di **risorse rinnovabili** (in materia ed energia) e su **sistemi chiusi** nei quali ciò che sembra non servire più è considerato "cibo" per lo stesso processo o per altri processi produttivi.
Si parla per questo di **Economia Circolare**.
Il tema del riciclo è uno dei principi fondamentali di questa strategia che ha però l'obiettivo più profondo di considerare tutta la materia utile e utilizzabile anche dopo il primo uso.
Facilitare la compattazione dell'imballaggio usato e semplificare il disassemblaggio di eventuali materiali non cellulosici presenti nel packaging sono azioni fondamentali. Si **abbassano così da un lato i costi ambientali dei packaging** e dall'altro, se il tutto viene ben comunicato, **si valorizza la propria immagine** agli occhi degli utilizzatori.

A. RISPARMIO

APPROFONDIMENTI

GLI STRUMENTI DELLA PREVENZIONE DI COMIECO
http://www.comieco.org

Ad esempio:
– Si consiglia di consultare la checklist per la progettazione ambientale e sociale degli imballaggi in carta e cartone realizzata con l'Università Iuav di Venezia;

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS - GOAL 12
http://www.un.org

L'obiettivo n. 12 è riferito proprio alla produzione e al consumo responsabile.

CIRCULAR BY NATURE
http://www.fefco.org

Il cartone ondulato come esempio di Economia circolare al 100%.

Vuoi provare
a sperimentare
quello che
hai letto?

Utilizza le *Sfide*,
Ispirazioni
ed *Esperienze*
di questo toolkit.
Ecco quali →

Scarica | y| x v£¢
x §v{xwx di giocoA

SFIDE

– Torre
– Forma e volumi
– Ponte

ISPIRAZIONI

– Leggerezza
– Valore
– Resilienza
– Circolarità
– Biominesi

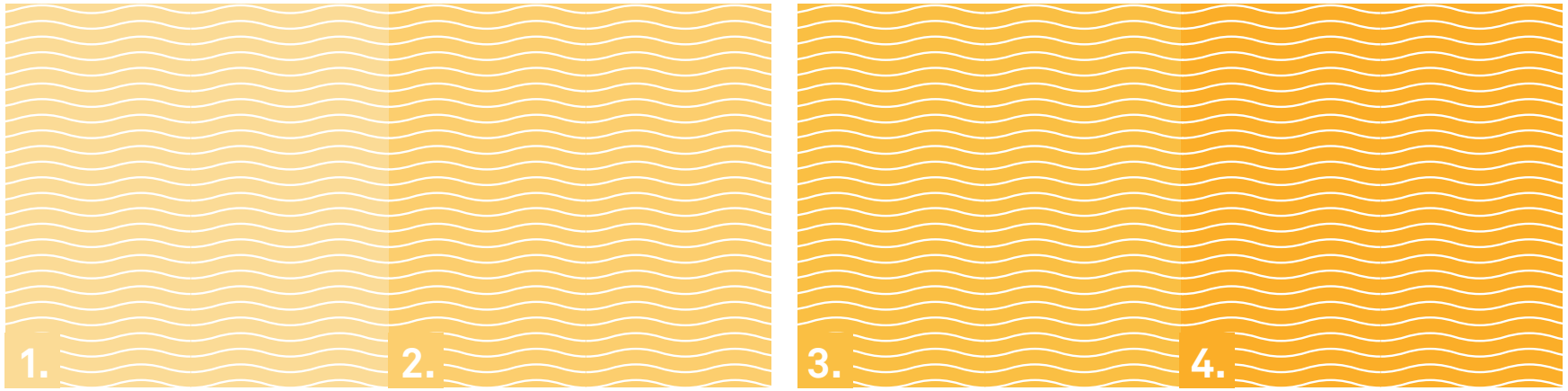
ESPERIENZE

– 3 azioni
– Piccoli passi
– I 5 perché

B. PERCHÈ STO UN PASSO AVANTI?

PENSO FUORI DAGLI SCHEMI

PROGETTO PER IL LUNGO TERMINE



1. Trovando nuove soluzioni con minor peso, volume e spessore
+

2. Trovando nuovi utilizzi dei materiali cellulosici
+

3. Aumentando l'utilizzo di carte e cartoni realizzati con fibre riciclate
+

4. Allungando il ciclo di vita di prodotto e imballaggio
+

VOGLIO SAPERNE DI PIÙ

B. STO UN PASSO AVANTI

1. TROVANDO NUOVE SOLUZIONI CON MINOR PESO, VOLUME E SPESSORE

«Less but better» dice il designer Dieter Rams. Questo è uno dei temi più importanti per l'innovazione degli imballaggi.
Sicuramente in azienda avete già fatto molto da questo punto di vista, ma è possibile fare sempre un po' di più. **L'innovazione tecnologica e dei materiali - assieme ad un buon design** - possono permettere di ottenere vantaggi notevoli in percentuale di peso o di grammatura del materiale utilizzato. Essere capaci di ottenere nuove soluzioni con una riduzione in peso, volume, ecc. per–mette di stare un passo avanti ai concorrenti.
Le innovazioni migliori sono dunque quelle che tendono verso un **punto ottimale tra minor materiale e minori impatti a parità di prestazioni, di funzionalità e di prodotto contenuto**.
In questo modo non vi sarà né overpackaging né underpackaging, ma il prodotto sarà imballato nel miglior modo possibile. Il fatto è che l'innovazione sposta in continuazione questo punto e questa può diventare un'ottima opportunità per continuare a studiare nuove soluzioni.

B. STO UN PASSO AVANTI

2. TROVANDO NUOVI UTILIZZI DEI MATERIALI CELLULOSICI

Carta, cartoncino e cartone hanno una vasta gamma di funzioni nell'ambito del packaging sia come imballaggi primari, sia come secondari e terziari, sia come elementi accessori.
Il valore aggiunto (ciclo virtuoso dei materiali rinnovabili e riciclabili; facile personalizzazione grazie alla buona stampabilità; velocità di produzione con investimenti contenuti; imballaggi "amici della natura e del consu–matore", igienici, sani e sicuri), **non è ancora sufficien–temente capitalizzato**. Perché allora non sperimentare l'utilizzo dei materiali cellulosi in sostituzione di imballaggi realizzati in materiali non rinnovabili o non riciclabili? Questa strategia può essere molto utile sia per l'intero imballaggio **sia per alcuni suoi componenti**. Basti pensare, ad esempio, alla sostituzione degli espansi presenti nelle scatole con fogli di cartone opportunamente piegati e tagliati per ottenere degli ammortizzatori. Così facendo si possono utilizzare gli spazi vuoti a proprio vantaggio riducendo la quantità e la varietà di materiali necessari per la produzione del packaging. Inoltre l'innovazione dei materiali cellulosici sta proponendo una **varietà di soluzioni realmente competitive con altri materiali**. Sarebbe un peccato non sfruttarle. Si potrebbe ampliare il business della propria azienda dimostrando di riuscire ad essere realmente un passo avanti.

B. STO UN PASSO AVANTI

3. AUMENTANDO L'UTILIZZO DI CARTE E CARTONI REALIZZATI CON FIBRE RICICLATE

Gli imballaggi della tua azienda sono facilmente riciclabili e utilizzano carte e cartoni realizzati con fibre usate? Ottimo, ma perché non **provare a fare un ulteriore passo avanti?**
Dagli anni '90 ad oggi i volumi di carta e cartone raccolti in Italia sono più che triplicati riuscendo a sottrarre allo smaltimento in discarica più di 45 milioni di tonnellate di rifiuti cellulosici. L'industria del riciclo è una risorsa fondamentale del sistema industriale.
Le innovazioni tecnologiche permettono poi di ottenere **materiali cellulosici riciclati di ottima qualità**.
Inoltre, alcune caratteristiche come il colore e la mano, a volte potranno servire per esplicitare l'attenzione all'ambiente della propria azienda. **Gli utilizzatori finali sono sempre più attenti a questi aspetti**.
Perché non provare a valorizzare di più le caratteristiche e le qualità specifiche delle fibre riciclate?
In questo modo è possibile contribuire alla circolarità dei cicli di produzione ottenendo il **vantaggio di mostrare concretamente**, sia ai propri clienti diretti sia agli utilizzatori finali, la **capacità dell'azienda di rispondere alle richieste dell'Economia Circolare**.

B. STO UN PASSO AVANTI

4. ALLUNGANDO IL CICLO DI VITA DI PRODOTTO E IMBALLAGGIO

La capacità di **progettare il contenitore in modo strettamente connesso alla durata e alla protezione del contenuto** rappresenta uno degli elementi essenziali del design degli imballaggi e costituisce il fulcro della sua innovazione.
A volte può essere necessario realizzare un imballaggio più complesso di quanto il processo di riciclo richie–derebbe, ma ciò è importante e positivo se permette di allungare la vita utile del prodotto contenuto.
Basterà **scegliere la combinazione che si considera migliore tra conservazione del contenuto e riciclabilità del contenitore**. Per questo non esiste una regola generale, ma una **valutazione caso per caso** del rapporto migliore tra l'accrescimento della vita utile del prodotto contenuto ed effetti sulla rinascita del materiale utilizzato nell'imballaggio.
Come sostiene *EUROPEN* (The European Organization for Packaging and the Environment), «l'imballaggio migliore è quello che soddisfa la funzione richiesta e riduce al minimo l'impatto totale per unità di prodotto lungo tutto il ciclo di vita».

B. STO UN PASSO AVANTI

APPROFONDIMENTI

BEST PACK
http://www.comieco.org

La banca dati Best Pack raccoglie oltre 400 casi di ecoimballaggi eccellenti in carta e cartone.

L'ARCHIVIO PROGETTI
http://www.nudiovestiti.it/

Un database di buoni progetti realizzato dal Politecnico di Torino.

SENSE THE FUTURE
http://www.cepi.org
L'European Paper Week promuove l'innovazione.

Vuoi provare
a sperimentare
quello che
hai letto?

Utilizza le *Sfide*,
Ispirazioni
ed *Esperienze*
di questo toolkit.
Ecco quali →

Scarica | y| x v£¢
x §v{xwx di giocoA

SFIDE

- Torre
- 9 pallini
- Forma e volumi
- Ponte
- Pensiero laterale

ISPIRAZIONI

- Leggerezza
- Valore
- Resilienza
- Circolarità
- Biominesi

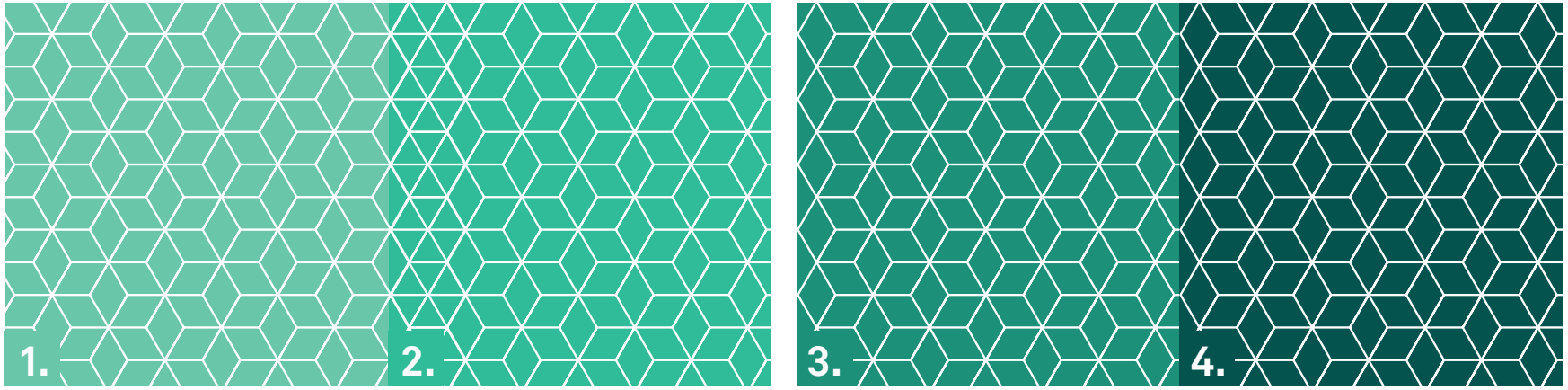
ESPERIENZE

- Swot
- 3 azioni
- Piccoli passi
- I 5 perché
- Scamper

C. PERCHÈ MIGLIORO LA MIA IMMAGINE?

PENSO ALLE
GENERAZIONI FUTURE

EDUCO
IL CONSUMATORE



1. Utilizzando scelte grafiche e tecniche di stampa che non inquinino o danneggino la salute
+

2. Scegliendo materiali, colle e additivi certificati
+

3. Fornendo informazioni credibili, quantificabili e verificabili
+

4. informando sulle qualità di contenuto e contenitore
+

VOGLIO SAPERNE DI PIÙ

C. MIGLIORO LA MIA IMMAGINE

1. UTILIZZANDO SCELTE GRAFICHE E TECNICHE DI STAMPA CHE NON INQUININO O DANNEGGINO LA SALUTE

Le scelte grafiche e di stampa sono fondamentali per **dare coerenza alle proprie strategie di prevenzione**. È possibile innovare e dimostrare di essere un passo avanti anche in questo ambito.
Si possono utilizzare, ad esempio, inchiostri ancora più attenti alla riduzione nell'uso di inquinanti (metalli pesanti, ecc.) rispetto alle normative, scegliere impianti di pre-stampa, stampa e rilegatura con riduzione dei consumi, si può scegliere di valorizzare il materiale cellulosico utilizzando la stampa e il colore solo in alcuni punti e così via.
Le informazioni e i messaggi sul packaging dovranno essere **facilmente rintracciabili così come chiaramente leggibili** e chiari in modo da essere compresi da utenti molto diversi tra loro.
Oltre a questo, è necessario ricordare che **l'imballaggio comunica attraverso più aspetti: il tatto e l'olfatto sono anch'essi molto importanti**.
Un progetto comunicativo complessivo (relativo dunque al prodotto e al packaging assieme) con una grafica adeguata possono dunque essere di grande aiuto all'azienda, veicolando nella giusta maniera i messaggi su prevenzione e innovazione.
Gli utenti finali noteranno e apprezzeranno questa armonia tra la qualità della struttura e della grafica.

C. MIGLIORO LA MIA IMMAGINE

2. SCEGLIENDO MATERIALI, COLLE E ADDITIVI CERTIFICATI

Un ottimo sistema per trasmettere l'attenzione della propria azienda all'innovazione e alla prevenzione è quella di **usare materiali certificati e rendere visibili le etichette ambientali utilizzate**.
Ne sono un esempio le certificazioni sui materiali cellulosici **FSC e PEFC** che garantiscono la provenienza delle materie prime da foreste correttamente gestite e rendono chiara la tracciabilità dei prodotti derivati e le certificazioni **ISO 14000 o EMAS**.
L'etichetta ambientale diventa dunque parte della carta d'identità dell'imballaggio. Questo dà agli altri attori della filiera produttiva e all'utente finale la **sicurezza che c'è un ente o istituzione, imparziale**, che garantisce per la qualità dei materiali, dei collanti, degli additivi.
Non solo: oltre ad essere sinonimo di qualità, l'uso di certificazioni e etichette ambientali aiuta a dare una **chiara quantificazione dei benefici ambientali ed economici ottenuti**.

C. MIGLIORO LA MIA IMMAGINE

3. FORNENDO INFORMAZIONI CREDIBILI, QUANTIFICABILI E VERIFICABILI

Secondo Joel Makower, studioso di Green Marketing, per essere chiari e convincenti i messaggi sul packaging relativi alla sostenibilità e alla prevenzione dei rifiuti devono essere:

- **CREDIBILI** (basati su dati certi ed elementi provabili)
- **RILEVANTI** (dare informazioni su temi di effettivo interesse e importanza)
- **EFFICACI** (scegliere i contenuti e il modo di comunicare in funzione dei diversi destinatari)
- **DIFFERENTI** (rendere riconoscibile la propria strada verso la responsabilità rispetto a quella delle altre aziende).

Ma attenzione al Greenwashing!
Che cos'è?
È quella strategia utilizzata dalle aziende per "darsi una patina di credibilità ambientale".
Per evitarlo, basta rispettare i **concetti di onestà, di lealtà, di autenticità e di trasparenza**.
Riguardo al tema della rilevanza, è fondamentale poi definire una gerarchia delle informazioni in base alle proprie priorità. Difatti spesso l'imballaggio contiene messaggi sinceri che vanno evidenziati per essere compresi appieno.

C. MIGLIORO LA MIA IMMAGINE

4. INFORMANDO SULLE QUALITÀ DI CONTENUTO E CONTENITORE

«**Sono le pressioni dei consumatori a spingere i rivenditori e i proprietari di marchi verso l'adozione di un packaging più sostenibile**, con particolare attenzione al riciclaggio e all'utilizzo di risorse rinnovabili. I consumatori sono influenzati dalla crescente attenzione dei media sui temi della tutela ambientale, della riduzione dei rifiuti e dell'utilizzo razionale delle risorse. Il cambiamento dei consumatori è un'**evoluzione lenta, costante e a lungo termine, ma univocamente orientata verso un packaging più sostenibile**.»

Pro Carton, The European Association of Carton and Cartonboard manufacturers

Ci sono alcuni elementi che sono fondamentali per ottenere un buon risultato nell'ambito della prevenzione. Uno di questi passa dalla capacità di trasmettere agli utilizzatori le qualità del binomio contenuto/contenitore. A tale scopo, è importante che la comunicazione informi l'utente finale e valorizzi il rapporto tra:

- **QUALITÀ DEL PRODOTTO,**
- **MODALITÀ D'USO,**
- **INFORMAZIONE SULLA DURATA DEL CONTENUTO E SUL RICICLO DEL CONTENITORE.**

C. MIGLIORO LA MIA IMMAGINE

APPROFONDIMENTI

COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ DELL'INDUSTRIA CARTARIA
www.assocarta.it

Rapporto ambientale dell'industria cartaria italiana

FARE PIÙ CON MENO
www.procarton.com

Strategie comunicate da Pro Carton e Europen
per la sostenibilità degli imballaggi in cartone teso

LE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI
http://www.isprambiente.gov.it

Vuoi provare
a sperimentare
quello che
hai letto?

Utilizza le *Sfide*,
Ispirazioni
ed *Esperienze*
di questo toolkit.
Ecco quali →

Scarica | y| x v£¢
x §v{xwx di giocoA

SFIDE

- Cos'è questo?
- Comunicazione efficace

ISPIRAZIONI

- Resilienza
- Serendipità
- Cammino

ESPERIENZE

- I 4 fattori della comunicazione
- I 5 perché
- I titoli di domani

E ORA?

Ecco, visto?
La maggior parte del percorso probabilmente l'hai già fatto, ma c'è sempre qualcosa in più che si può fare.
La prevenzione è proprio questo e porta notevoli benefici a te e ai tuoi clienti.

Perché allora non mettere alla prova anche il tuo team e sperimentare con mano quanto è scritto qui?

Abbiamo preparato delle **Schede di gioco**, ovvero delle schede per coinvolgere il tuo gruppo di lavoro in ***Sfide***, ***Ispirazioni*** ed ***Esperienze***.

Potrai sperimentare con loro i vantaggi della prevenzione!
Per provarlo scarica t¢v{x le §v{xwxA

comieco
Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo
degli Imballaggi a base Cellulosica

NEW
DESIGN
VISION

Pubblicato nel Febbraio 2018