
PACKAGING DESIGN PER PRINCIPIANTI

Strumenti base
per imballaggio
in carta e cartone

SFIDE

- 9 PALLINI
- COMUNICAZIONE EFFICACE
- COS'È QUESTO?
- FORMA E VOLUMI
- IL PONTE PIÙ RESISTENTE
- LA TORRE PIÙ ALTA
- PENSIERO LATERALE

ISPIRAZIONI

- BIOMIMESI
- CAMMINO
- CIRCOLARITÀ
- LEGGEREZZA
- RESILIENZA
- SERENDIPITÀ
- VALORE

ESPERIENZA

- 3 AZIONI
- I 4 FATTORI DELLA COMUNICAZIONE
- I CINQUE PERCHÉ
- I TITOLI DI DOMANI
- PICCOLI PASSI
- SCAMPER
- SWOT

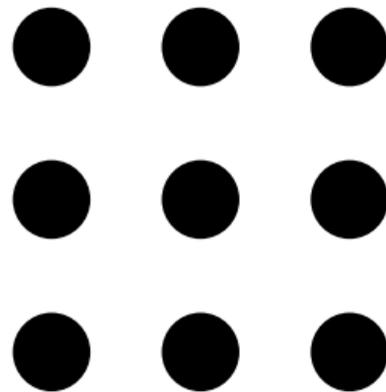
SFIDA

I 9 PALLINI

Riesci a legare questi 9 pallini con al massimo 4 righe senza staccare la penna dal foglio e senza passare due volte sullo stesso punto?

E ci riesci con 3 sole linee?

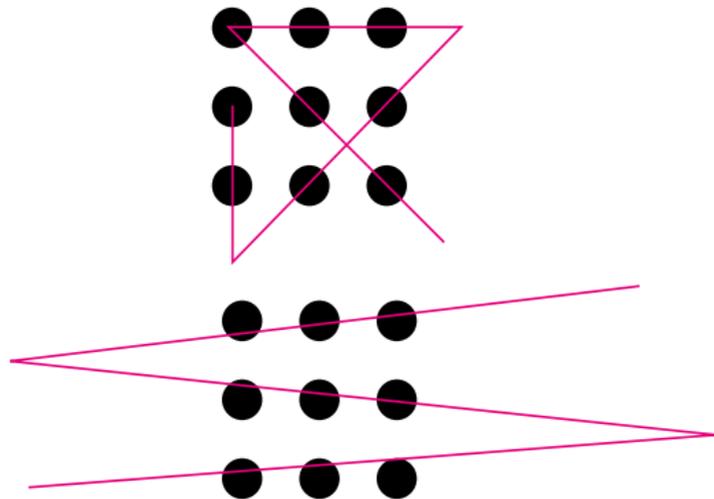
Si può fare!



TEMPO DI REALIZZAZIONE:

10 minuti

Questo rompicapo è stato proposto per la prima volta da Samuel Loyd nel 1914 nella Cyclopedia of Puzzles. Ecco le soluzioni!



Le idee nascono spesso quando si guarda al problema in modo inusuale o dove non si era guardato fino a quel momento.

IL PENSIERO NON CONVENZIONALE AIUTA A RISOLVERE PROBLEMI E A SUPERARE QUESTI CONFINI.

Nel nostro caso perché non pensare alla prevenzione dei rifiuti da imballaggio osservando il problema in modo più ampio? Nasceranno sicuramente nuovi spunti di riflessione e nuove soluzioni.

APPROFONDIMENTI:
AZIONI [B.3](#) | [B.1](#) | [B.2](#) | [B.4](#)

SFIDA

UNA COMUNICAZIONE EFFICACE

Come comunichi con chiarezza e semplicità le caratteristiche principali del packaging che vuoi promuovere?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

20 minuti

PROCEDIMENTO:

Immagina di dover parlare con i seguenti soggetti ai quali devi comunicare un'innovazione di un vostro packaging:

- il marketing di un'azienda utilizzatrice di packaging
- l'ufficio tecnico di azienda produttrice di packaging
- un operatore della logistica e trasporti
- un buyer di una catena di distribuzione
- un consumatore finale
- un giornalista di riviste di settore o quotidiani

Scegli un'innovazione legata alla prevenzione (vedi l'elenco in basso). Hai la possibilità di utilizzare una sola frase per promuovere l'innovazione a ogni soggetto.

Chi riesce a formulare frasi diverse per ogni destinatario nel minor tempo possibile? Sono adatte ai vari destinatari?

**Ecco un elenco di innovazioni tra
le quali scegliere:**

- accrescimento di funzioni
- riduzione del peso e/o del volume
dell'imballaggio
- facilitazione del disassemblaggio e del riciclo
- riduzione del numero di materiali utilizzati
- maggiore utilizzo di fibre riciclate
- ottimizzazione della logistica
- ottimizzazione del processo produttivo

Raccontare le qualità di un packaging ai diversi soggetti che concorrono alla progettazione, produzione e utilizzo del packaging è più facile ed efficace se si calibra la comunicazione sulle caratteristiche e sul linguaggio tipico del destinatario.

Utilizzare modalità comunicative immediatamente comprensibili diventa fondamentale per promuovere messaggi relativi alla sostenibilità e alla prevenzione in modo chiaro e convincente.

Secondo il Green Marketing, per essere efficace, la **comunicazione**, oltre ad essere **credibile, onesta e autentica**, deve scegliere **i contenuti e il modo di comunicare in funzione dei diversi destinatari.**

Lo stesso concetto può e deve essere comunicabile in più modi ed è importante abituarsi a svolgere questo esercizio per riconoscere con facilità le varie strategie migliori.

APPROFONDIMENTI:
AZIONI **C.1** | **C.2** | **C.3** | **C.4**

SFIDA

COS'È QUESTO?

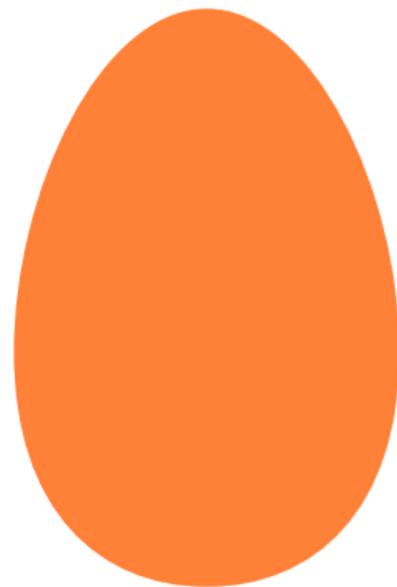
Cosa vedi in questa forma?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

10 minuti

PROCEDIMENTO:

prova a scrivere il maggior numero di cose, significati, ecc. che ti vengono in mente osservando questa forma.



SI, È UN UOVO, MA HA TANTI SIGNIFICATI:

È un alimento, un gioco, un oggetto da cucito, il simbolo più utilizzato nel mondo del packaging, un gioiello (le uova di Fabergé ne sono un esempio), un modo di dire (camminare sulle uova), il simbolo della rinascita (Pasqua), il luogo di una nuova vita.

Questo esercizio può essere utile per tutte le azioni relative al miglioramento della propria immagine connessa alle attività per la prevenzione dei rifiuti.

Permette di riflettere sui propri prodotti non considerando solo il proprio punto di vista, ma immaginando anche cosa

possano vedere gli altri (clienti, utilizzatori, catene di distribuzione, ecc.) e cosa possano aspettarsi o capire dall'immagine che stiamo dando del nostro prodotto e dell'azienda.

Prova a ripeterlo osservando la forma di un tuo imballaggio o di un prodotto o l'immagine che stai proponendo.

LIBERANDO LA MENTE DAI CONFINI DEL CONTESTO, COSA VEDI?

APPROFONDIMENTI:
AZIONI **C.3** | **C.4**

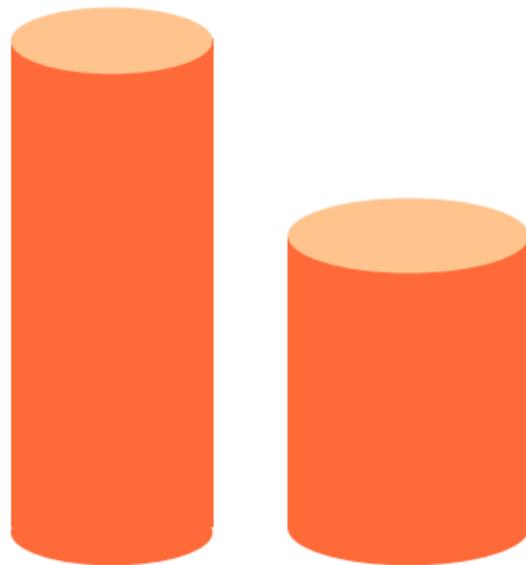
SFIDA

FORME E VOLUMI

Se da un foglio A4 voglio ottenere il cilindro più capiente possibile, avrò lo stesso volume indipendentemente dal lato sul quale arrotolerò il foglio?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

10 minuti



Ecco alcune indicazioni per arrivare alla soluzione

Il volume di un cilindro è dato dall'area di base x altezza.

Dato che l'area di base è πr^2 , la dimensione del raggio influisce molto sul volume (il raggio cresce al quadrato mentre l'altezza no).

Di conseguenza il cilindro più basso sarà più capiente.

Per trovare il raggio parti dall'unico dato che hai: il perimetro della circonferenza di base ($2\pi r$) che nel primo caso è 21 cm e nel secondo 30.

E se valuto il rapporto volume e superfici considerando di chiudere i cilindri con due circonferenze? Anche qui il cilindro più basso è più efficace.

Valutando in modo istintivo la relazione tra volume e superficie di un solido, solitamente si commettono errori.

In questo caso, capita spesso che la risposta data sia che il volume è uguale mentre così non è: l'errore è dato dall'importanza data al presupposto ovvero che la superficie laterale sia uguale. In realtà la capienza dei due cilindri è decisamente diversa.

Quale rapporto tra volume e superficie (totale) sarà allora più conveniente?

Nella progettazione degli imballaggi può essere utile spostarsi dall'abitudine a valutare le forme da un solo punto di vista per ottenere notevoli vantaggi nella logistica con conseguenti risparmi di materiali e consumi.

SPOSTARSI DALL'ABITUDINE A VALUTARE LE FORME DA UN SOLO PUNTO DI VISTA

APPROFONDIMENTI:
AZIONI **B.3** | **B.1** | **B.2** | **B.4**

SFIDA

IL PONTE PIÙ RESISTENTE

Chi riesce a realizzare il ponte più resistente con un solo foglio di carta, senza usare altri materiali o collanti?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

45 minuti

MATERIALI NECESSARI:

fogli A4 (100-120 gm²)

forbici o taglierino

piano sul quale tagliare

PROCEDIMENTO:

Realizzare il ponte più resistente possibile utilizzando un solo foglio di carta, suddivisibile anche in più parti, ma senza usare altri materiali o collanti. Il ponte deve restare in piedi sorreggendo il maggior numero di bottigliette piene d'acqua.

Ecco alcune strategie per ottenere il ponte più resistente:

- prova a piegare il foglio a soffietto; ricordi che piegare un foglio più volte lo rende più resistente?
- fai attenzione a rafforzare le parti sulle quali appoggerà il peso
- pensa a cosa potresti fare per aumentare l'attrito agli estremi del tuo ponte per non farlo scorrere sul tavolo o sul basamento (fatto, ad esempio, di libri) che hai previsto

Sai che utilizzando **un solo foglio A4**, senza prevedere l'uso di colle o di altri materiali, **è possibile realizzare un ponte che sorregga un peso concentrato di più di un litro d'acqua?**

La carta è molto più resistente di quanto sia abitudine pensare.

Questo esercizio aiuta a sperimentare fino all'estremo le potenzialità dei materiali cellulosici, ad utilizzare appieno il materiale a disposizione e a spingere a ricercare, ove possibile, la monomaterialità degli imballaggi.

Basta cambiare leggermente l'approccio o dare dei vincoli ancora più stretti di quanto si faccia di solito in azienda per trovare inedite soluzioni.

**LA CARTA È MOLTO PIÙ
RESISTENTE DI QUANTO
SIA ABITUDINE PENSARE.**

APPROFONDIMENTI:

AZIONI [A.1](#) | [A.4](#) | [B.1](#) | [B.2](#)

SFIDA

LA TORRE PIÙ ALTA

Chi riesce a realizzare la torre più alta con un solo foglio di carta, senza usare altri materiali o collanti?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

45 minuti

MATERIALI NECESSARI:

fogli A4 (100-120 gm²)

forbici o taglierino

piano sul quale tagliare

PROCEDIMENTO:

Realizzare la torre più alta possibile con un solo foglio di carta, suddivisibile anche in più parti, ma senza usare altri materiali o collanti.

La torre deve restare in piedi da sola per almeno 2 minuti.

Ecco alcune strategie per ottenere la torre più alta:

- hai provato a tagliare il foglio a strisce partendo dalla diagonale e non dal lato?
- una sezione triangolare rende tutto molto resistente
- che ne dici di usare la piegatura per rendere più resistente un foglio?
- più sali e più alleggerisci la struttura
- bastano dei piccoli tagli agli estremi di due strisce per creare un incastro tra i due pezzi
- hai verificato di aver usato fino all'ultimo pezzetto? A volte anche i pezzi piccolissimi possono servire per fare un puntale e alzare di qualche centimetro la torre
- una base a tre gambe è l'ideale

Sai che utilizzando **un solo foglio A4** è possibile realizzare una **torre più alta di 160 cm**, senza prevedere l'uso di colle o di altri materiali?

Questo esercizio aiuta a sperimentare fino all'estremo le potenzialità dei materiali cellulosici, ad utilizzare appieno il materiale a disposizione e a spingere a ricercare, ove possibile, la monomaterialità degli imballaggi.

Basta cambiare leggermente l'approccio o dare dei vincoli ancora più stretti di quanto si faccia di solito in azienda **per trovare inedite soluzioni.**

**IN UN SOLO FOGLIO
C'È MOLTO PIÙ
MATERIALE
DI QUANTO SIAMO
SOLITI PENSARE.**

APPROFONDIMENTI:
AZIONI [A.1](#) | [A.2](#) | [B.1](#) | [B.2](#)

SFIDA

IL PENSIERO LATERALE

Molti anni fa, un mercante di Londra si trovò ad avere un grosso debito con un usuraio. L'usuraio, vecchio e brutto, si invaghì della figlia del mercante e propose di condonare il debito se avesse avuto in sposa la ragazza. L'usuraio propose di lasciar decidere al caso. Avrebbe messo in una borsa vuota due sassolini, uno bianco e uno nero, presi dal suo vialetto: se la ragazza avesse estratto il sassolino nero, sarebbe diventata sua moglie e il debito

sarebbe stato condonato, se il sassolino fosse stato bianco, il mercante e la ragazza sarebbero stati entrambi liberi. Se si fosse rifiutata di estrarre il sasso, il padre sarebbe andato in prigione. L'usuraio si chinò a raccogliere i sassolini, ma la ragazza notò che ne aveva presi due neri. Cosa fareste nei panni della ragazza che deve estrarre il sasso? Come risolvereste la situazione per evitare di sposare l'usuraio o di mandare in galera vostro padre?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

10 minuti

Ecco la soluzione:

La ragazza estrasse un sassolino e, senza guardarlo, lo fece sfuggire di mano facendolo cadere nel vialetto in modo che si confondesse con gli altri.

“Oh, che sbadata!” esclamò, “ma non vi preoccupate: se guardate nella borsa potrete dedurre, dal sassolino rimasto, il colore dell’altro.” Essendo rimasto un sasso nero, si dedusse che la ragazza avrebbe dovuto averne in mano uno bianco: padre e figlia erano così liberi.

Questo aneddoto vuole dimostrare la differenza tra pensiero verticale/logico e pensiero laterale: il primo ci porta a concentrare l’attenzione sul fatto che la ragazza debba estrarre il sassolino, il secondo si occupa del sassolino bianco che manca.

Questo esercizio permette di liberarsi di una singola idea dominante propria del “pensiero logico” e di affrontare un nuovo progetto da nuovi punti di vista. Come sostiene Edward De Bono:

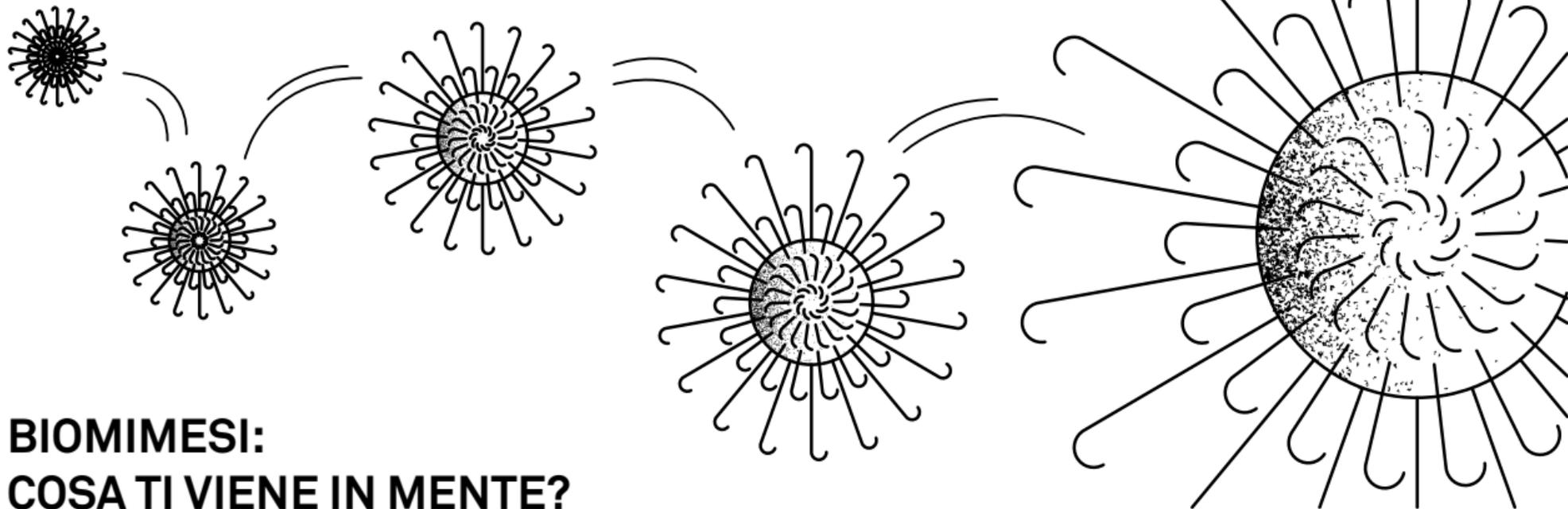
“il pensiero laterale non si pone solo la soluzione di problemi singoli, ma si preoccupa anche di trovare nuove interpretazioni della realtà e si interessa di idee nuove di ogni genere”.

Questo metodo, utilizzato in modo complementare al pensiero verticale/logico è dunque molto utile quando parliamo di prevenzione dei rifiuti ed economia circolare perché invita a pensare in modo sistemico all’innovazione dei propri imballaggi.

APPROFONDIMENTI:

AZIONI **B.1** | **B.2** | **B.3** | **B.4**

ISPIRAZIONE



**BIOMIMESI:
COSA TI VIENE IN MENTE?**

Si narra che il velcro sia nato perché il suo inventore (George De Mestral) stufo di vedere i fiori di lappola attaccarsi al pelo del suo cane durante le passeggiate in campagna, ne abbia iniziato a studiare il funzionamento.

Affascinato dalla forza del sistema iniziò a cercare di riprodurre il principio finché non mise a punto il sistema a uncino e asola oggi conosciuto, appunto, come velcro. De Mestral aveva applicato i principi di quella che oggi chiamiamo biomimesi.

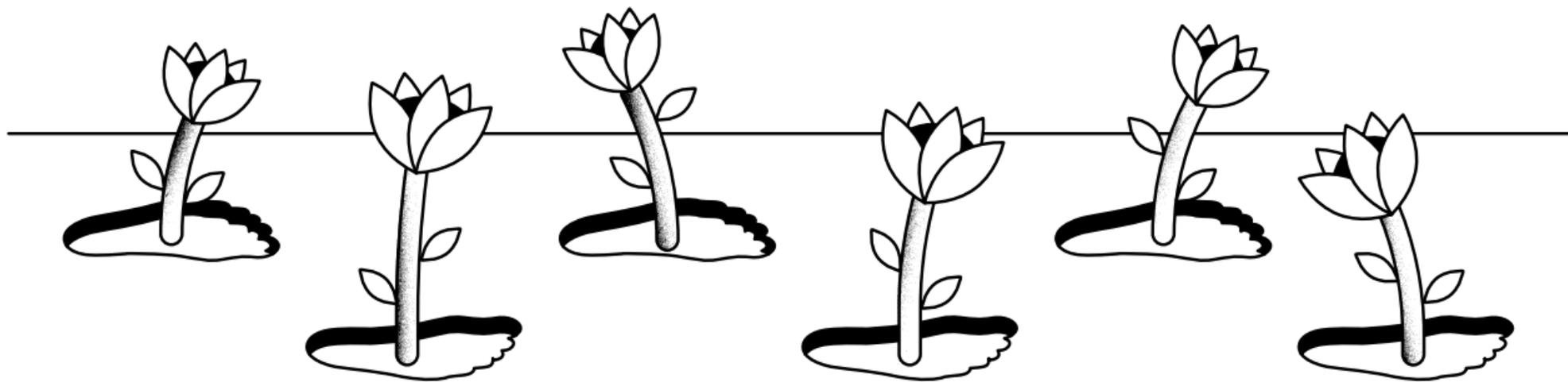
La biomimesi è quella disciplina che studia la natura, non solo nelle sue forme, ma soprattutto nei suoi processi e modelli, come fonte di ispirazione per la progettazione di prodotti e sistemi e per l'innovazione tecnologica.

**TRA I PRINCIPI NATURALI
CHE POTREBBERO ISPIRARE
L'INNOVAZIONE NEL PACKAGING
C'È LA VALORIZZAZIONE DELLA
MOLTEPLICITÀ, IL VANTAGGIO
NELLA COOPERAZIONE
E LA CARATTERISTICA DEI SISTEMI
NATURALI DI UTILIZZARE SOLO
CICLI CHIUSI NEI QUALI
IL CONCETTO DI RIFIUTO
NON È PRESENTE.**

APPROFONDIMENTI:

AZIONI [A.2](#) | [A.3](#) | [A.4](#) | [B.1](#) | [B.2](#) | [B.3](#) | [B.4](#)

ISPIRAZIONE



**CAMMINO:
COSA TI VIENE IN MENTE?**

Quando si affronta un'iniziativa per la prevenzione dei rifiuti da imballaggio, l'obiettivo migliore da porsi non è quello di raggiungere subito una meta ambiziosa perché più si procede verso il miglioramento dei prodotti e più la meta si sposta in avanti. È dunque meglio che il processo che porta alla prevenzione dei rifiuti sia fatto di una serie di piccoli passi, facilmente gestibili e con risultati quantificabili in modo da mostrare subito la bontà del percorso intrapreso.

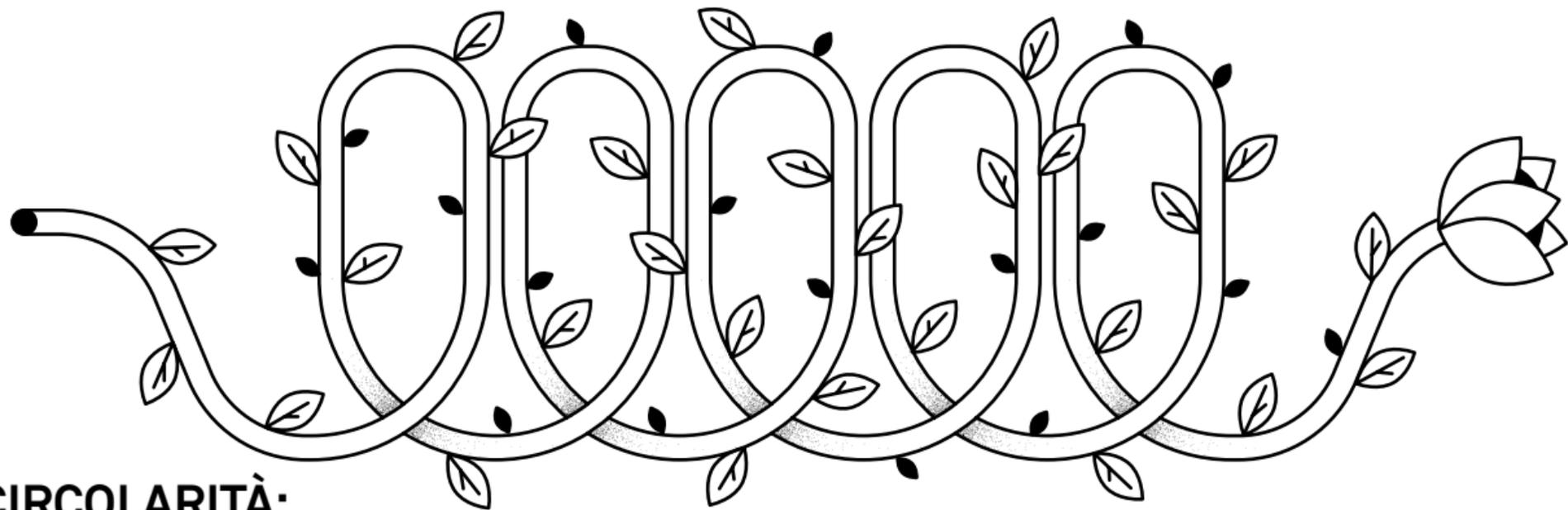
**SE IL PROCESSO SARÀ
CORRETTO, LA NOSTRA
IMPRONTA (ECOLOGICA)
SARÀ SEMPRE PIÙ LEGGERA.**

Ad ogni nuovo progetto, si rinnoverà poi l'occasione di decidere come muoverci in funzione del contesto, del miglioramento tecnologico, della situazione economica e sociale di riferimento, senza subire passivamente obblighi, divieti e restrizioni, ma proponendo piccole o grandi scelte, decisioni, idee verso un miglioramento reale.

Quest'ultimo, per essere tale, dovrà però portare non solo benefici ambientali, ma assieme economici e di ottimizzazione delle risorse/tempi/attività.

SE VUOI CAPIRE COME APPLICARE QUESTO PRINCIPIO, PROVA AD UTILIZZARE LE SFIDE LE ISPIRAZIONI E LE ESPERIENZE DI QUESTO TOOLKIT. SONO PENSATI PER AIUTARE AD INTRAPRENDERE E SEGUIRE IL TUO GRUPPO DI LAVORO IN QUESTO VIAGGIO.

ISPIRAZIONE



**CIRCULARITÀ:
COSA TI VIENE IN MENTE?**

Come può la progettazione degli imballaggi contribuire alle richieste dell'economia circolare?

Si stima che le fasi di progettazione possano incidere su circa l'80% degli impatti connessi al packaging ed è dunque un momento fondamentale per ridurre l'uso di risorse.

Secondo la teoria di base dell'ecologia industriale e dell'economia circolare, nella prima fase del loro sviluppo i sistemi produttivi hanno preso energia e materia dall'ambiente e hanno restituito all'ambiente rifiuti.

Nella seconda fase, quella attuale, i sistemi produttivi hanno sviluppato alcuni cicli interni e questo ha portato a minimizzare l'uso di risorse e la produzione di rifiuti.

Tutto ciò, però, solo per alcuni tipi di produzioni e solo in alcune parti del mondo.

Nella terza fase, quella alla quale dovremmo ora tendere, le produzioni dovranno essere basate sull'uso di risorse rinnovabili (in materiali ed energia) e su sistemi chiusi nei quali i rifiuti, comunque ridotti, sono considerati "cibo" per il processo produttivo o per altri processi produttivi creando un sistema di simbiosi industriale che riprende i meccanismi dei sistemi naturali.

APPROFONDIMENTI:

AZIONI [A.2](#) | [A.3](#) | [B.1](#) | [B.3](#) | [B.4](#)

ISPIRAZIONE



**LEGGEREZZA:
COSA TI VIENE IN MENTE?**

**“IL PASSAGGIO ALLA
SOSTENIBILITÀ RICHIEDE
UN ALTRO SPOSTAMENTO
CULTURALE, CARATTERIZZATO
DALLA LEGGEREZZA COME
MISURA CULTURALE E TECNICA
DEI CAMBIAMENTI CHE DOBBIAMO
AFFRONTARE.”
JOHN THACKARA**

La leggerezza è una delle parole chiave nelle strategie di prevenzione dei rifiuti per gli imballaggi cellulosici ed è la più importante anche a livello normativo.

Questa parola ci riporta ad un insegnamento che Richard Buckminster Fuller ci offrì già negli anni '20 del XX secolo e che è tuttora di grande attualità. Fuller espose un principio basilare per la progettazione: fare sempre di più con sempre meno peso, tempo ed energia per ogni livello funzionale.

La leggerezza non è dunque un valore assoluto, ma deve essere considerata sempre “a parità di prestazioni”. Mantenere l'attenzione su questo concetto in fase di progettazione permette di trovare soluzioni innovative nelle quali, a fianco alla riduzione in peso e alla facilità di riciclo del packaging, ottengo anche dei vantaggi in termini economici e di qualità complessiva del binomio contenuto-contenitore.

APPROFONDIMENTI:
AZIONI [A.2](#) | [A.3](#) | [A.4](#) | [B.1](#)

ISPIRAZIONE



**RESILIENZA:
COSA TI VIENE IN MENTE?**

Sebbene l'innovazione sia uno degli obiettivi più importanti per le aziende, il modello proposto in Occidente ha dimostrato diverse difficoltà di adattarsi alla crisi.

Termini come resilienza, frugalità, adattabilità, inclusività sono ormai fondamentali per gestire strategie d'innovazione che permettano di realizzare buone soluzioni, coerenti con le sfide dell'Economia Circolare.

Anche nella progettazione del packaging è dunque necessario dare valore a questi aspetti. Si parla di un processo che viene dal basso e punta a realizzare soluzioni efficienti a costi contenuti usando meno risorse naturali e ridando valore a quanto già esiste.

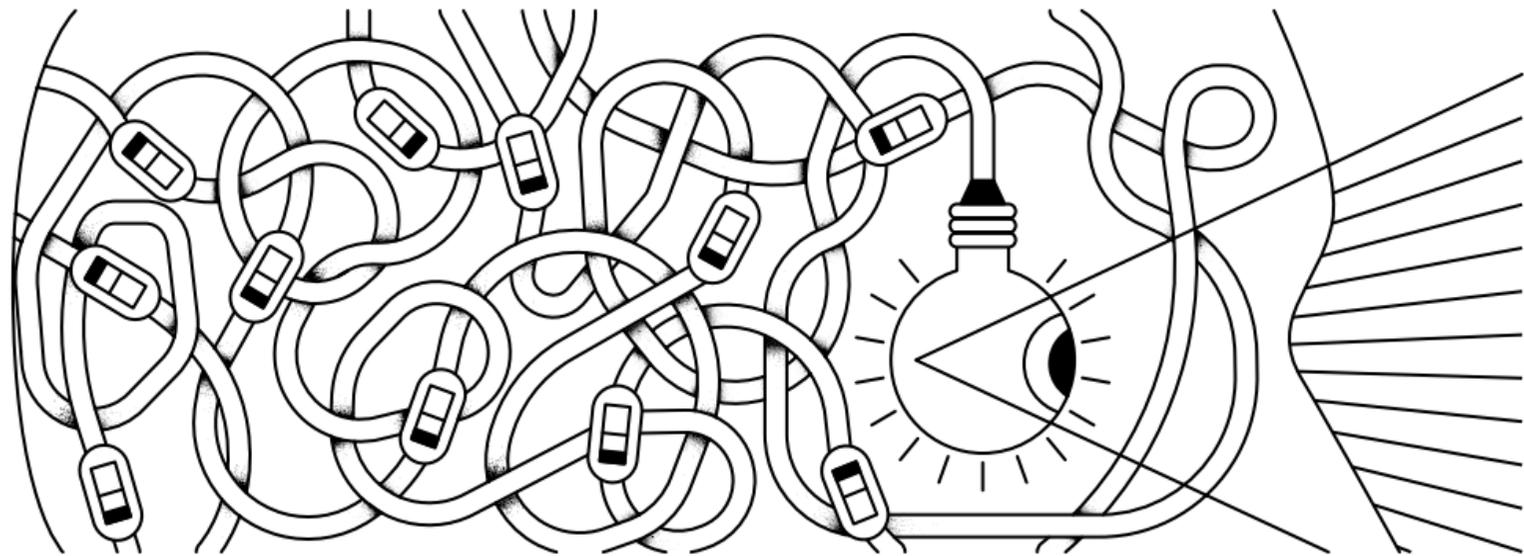
I sei principi della strategia Jugaad, pensata per promuovere la resilienza, sono:

- **COGLIERE L'OPPORTUNITÀ NELLE AVVERSITÀ;**
- **FARE DI PIÙ CON MENO UTILIZZANDO QUESTO PRINCIPIO ANCHE NEGLI INCENTIVI AZIENDALI;**
- **PENSARE E AGIRE IN MODO FLESSIBILE;**
- **MANTENERE LA SEMPLICITÀ;**
- **INCLUDERE I SEGMENTI DI UTILIZZATORI MARGINALI NEI MODELLI DI BUSINESS;**
- **AVERE IL CORAGGIO DI SEGUIRE PIÙ IL PROPRIO INTUITO, L'EMPATIA, PIUTTOSTO CHE I DATI ANALITICI.**

APPROFONDIMENTI:

AZIONI [A.2](#) | [B.2](#) | [B.3](#) | [B.4](#) | [C.3](#)

ISPIRAZIONE



**SERENDIPITÀ:
COSA TI VIENE IN MENTE?**

SERENDIPITÀ È LA CAPACITÀ DI FARE SCOPERTE INASPETTATE MENTRE SI STA CERCANDO ALTRO O DI ARRIVARE A SOLUZIONI IN MODO APPARENTEMENTE CASUALE.

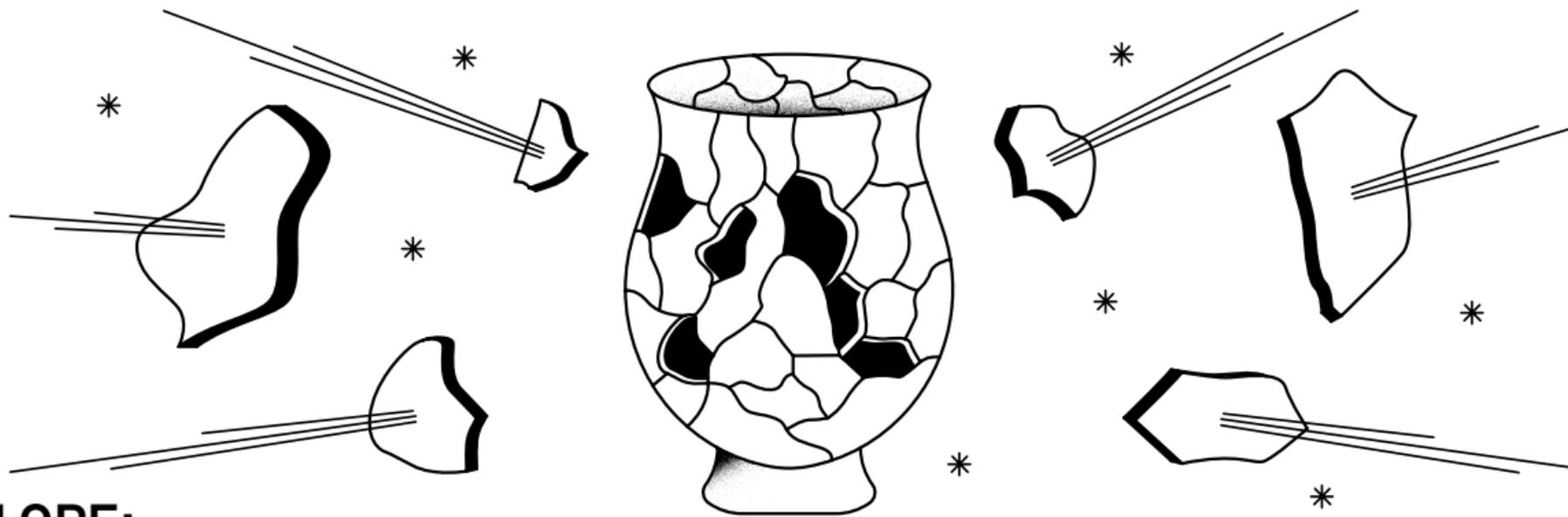
In realtà la casualità è solo apparente perché si tratta più che altro della capacità di una “mente preparata” di riconfigurare in modo istintivo e inusuale (spesso grazie ad uno stimolo esterno) le informazioni già in proprio possesso o presenti nel proprio gruppo di lavoro. In Oriente è un concetto riconosciuto e apprezzato.

Viene identificato come la capacità di “intercettare le riflessioni, intuizioni, impressioni personali dei singoli lavoratori e metterle al servizio dell’intera società, provandone l’efficacia nel contesto d’impresa”.

Quando vi chiedono imballaggi progettati considerando la prevenzione dei rifiuti, probabilmente avete già le risposte nella vostra azienda. Basterà stimolare la capacità del gruppo di lavoro di cogliere spunti inaspettati.

**SE VUOI CAPIRE COME APPLICARE QUESTO PRINCIPIO,
PROVA AD UTILIZZARE LE ALTRE SFIDE, ISPIRAZIONI
E ESPERIENZE DI QUESTO TOOLKIT.**

ISPIRAZIONE



**VALORE:
COSA TI VIENE IN MENTE?**

In Giappone esiste un'antica pratica chiamata “kintsugi” che restituisce valore agli oggetti rotti in ceramica. La parola significa

RIPARARE CON L'ORO

Un oggetto che ha una sua storia e che si rompe non va gettato, anzi. I frammenti vengono saldati assieme con una polvere d'oro che evidenzia le crepe dovute alla rottura con un intreccio di linee preziose, palesando la storia dell'oggetto e rendendolo irripetibile ed unico.

Allo stesso modo le azioni per la prevenzione dei rifiuti dovrebbero avere l'obiettivo di restituire valore a ciò che prima sembrava non averne. Oltre a facilitarne il riciclo, sarà dunque importante sia immaginare nuovi utilizzi dei materiali cellulosici, sia aumentare l'utilizzo delle fibre riciclate, ma soprattutto insegnare agli utilizzatori ad apprezzarne con maggiore attenzione le qualità dell'imballaggio valorizzandolo e ottenendo così anche il vantaggio di estenderne il ciclo di vita.

APPROFONDIMENTI:
AZIONI [A.2](#) | [B.2](#) | [B.3](#)

ESPERIENZA

QUALI RITIENI POSSANO ESSERE LE 3 AZIONI FONDAMENTALI PER IL MIGLIORAMENTO AMBIENTALE DEL VOSTRO IMBALLAGGIO?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:
20-30 minuti

PROCEDIMENTO:

Scegli un imballaggio che vuoi analizzare.
Invita i componenti del gruppo di lavoro ad indicare le 3 azioni che ritengono più importanti per il miglioramento ambientale dell'imballaggio.
Usa una matrice come quella presente qui sotto per indicare gli ambiti ai quali possono riferirsi.
Le azioni possono riguardare tutte lo stesso ambito oppure ambiti diversi. Componi i risultati in un'unica matrice e ragiona con il gruppo sugli ambiti ritenuti più importanti dalla maggioranza.

GRUPPO CONSIGLIATO:

Almeno 3 persone con competenze diverse

MATERIALI	FORMA E STRUTTURA	LOGISTICA E DISTRIBUZIONE	GRAFICA E STAMPA	FINE VITA

La matrice è utilizzabile come strumento per ogni nuovo progetto e può essere utilizzata anche per la revisione dello stato di avanzamento o del percorso di miglioramento ambientale di un proprio imballaggio.

La struttura deriva dalla checklist “il buon packaging” per la progettazione di imballaggi responsabili in carta e cartone, scaricabile dal sito di Comieco.

**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.

L'uso di checklist permette di verificare velocemente se la soluzione alla quale si sta lavorando per realizzare un imballaggio responsabile è migliore delle precedenti e di indicare quali sistemi di valutazione sono stati adottati per controllare i benefici ottenuti, fermo restando il rispetto delle normative e la riduzione dell'impatto ambientale dei processi produttivi.

SE VUOI APPROFONDIRE LEGGI IL PDF COLLEGATO A QUESTO TOOLKIT E GLI STRUMENTI MESSI A DISPOSIZIONE DA COMIECO COME LA CHECKLIST DEL BUON PACKAGING.

ESPERIENZA

QUALI SONO I 4 FATTORI FONDAMENTALI PER COMUNICARE AL MEGLIO LA SOSTENIBILITÀ DEGLI IMBALLAGGI CELLULOSICI?

TEMPO DI REALIZZAZIONE:
20–30 minuti

PROCEDIMENTO:

Invita ogni membro del gruppo di lavoro a scrivere su un foglio i 4 fattori fondamentali per comunicare la sostenibilità degli imballaggi cellulosici. Chiedi di spiegarne le caratteristiche e le motivazioni. Questi fattori sono altrettanto validi per una corretta comunicazione dell'innovazione sostenibile dei vostri imballaggi? Confrontate i 4 fattori con le vostre modalità di comunicare questi temi. Sono coerenti?

GRUPPO CONSIGLIATO:

Almeno 3 persone di uffici differenti o con competenze diverse

La complessità dei temi ambientali ha favorito lo svilupparsi in passato di argomentazioni ambigue e contraddittorie mirate a distogliere l'attenzione dagli impatti ambientali negativi: quando questo avviene, si parla di Greenwashing.

Per evitare il Greenwashing, sono fondamentali i concetti di onestà, di lealtà, di autenticità e di trasparenza. Secondo Joel Makower, esperto mondiale 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).

APPROFONDIMENTI:
AZIONI C.3 | C.4

ESPERIENZA

I CINQUE PERCHÈ

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

30–45 minuti

GRUPPO CONSIGLIATO:

almeno 4 persone che svolgeranno questa esperienza tutti assieme.

PROCEDIMENTO:

Troverai qui in fondo uno schema.

Utilizzalo ridisegnandolo o stampandolo in grande su un foglio. Parti da una domanda (ad esempio: perché i miei clienti mi chiedono imballaggi più sostenibili?), scrivi la risposta sotto il problema.

Se la risposta non identifica la causa principale del problema che hai annotato, trasforma la risposta in una domanda, chiedi di nuovo perché e scrivi la risposta. Ripeti questo procedimento finché il team non sarà d'accordo che avete trovato la vera causa del problema e si intravede la strada per risolverla. Non c'è un limite di domande.

FAI UNA DOMANDA:

Prova a rispondere

Risposta istintiva:

1. Perché?

Risposta:

2. Perché?

Risposta:

3. Perché?

Risposta:

4. Perché?

Risposta:

5. Perché?

Risposta finale

Azioni da intraprendere

.....

.....

.....

SE NON SI FANNO LE GIUSTE DOMANDE, NON SI OTTERRANNO LE GIUSTE RISPOSTE.

Scrivere di una questione o di un obiettivo aiuta a formalizzarlo e facilita il team di lavoro a concentrarsi sullo stesso tema.

Questo è il sistema alla base dell'esperienza dei 5 perché.

Si tratta di una tecnica utilizzata nella fase di analisi inserita nella metodologia Sei Sigma, DMAIC (ovvero: Define, Measure, Analyze, Improve, Control).

È un'attività semplice che non richiede analisi statistiche, ma dà ottimi risultati.

Nel caso della prevenzione dei rifiuti negli imballaggi cellulosici, questa tecnica aiuta a definire con più chiarezza per tutto il gruppo cosa si è già fatto e cosa si può ancora fare rispetto alle richieste del cliente.

Diventano inoltre più evidenti le relazioni di causa-effetto tra una fase e la successiva rispetto alla generica domanda esposta da un cliente.

APPROFONDIMENTI:

AZIONI [A.1](#) | [A.2](#) | [A.3](#) | [A.4](#) | [B.1](#) | [B.2](#) | [B.3](#) | [B.4](#) | [C.3](#)

ESPERIENZA

I TITOLI DI DOMANI

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

20 minuti per gli articoli + il tempo per la discussione

GRUPPO CONSIGLIATO:

Almeno 4 persone

PROCEDIMENTO:

Invita i componenti del gruppo ad immedesimarsi in un giornalista che deve scrivere un articolo sull'uscita del nuovo imballaggio al quale state lavorando (una testata per componente, dai quotidiani alle riviste specializzate). Dividi i giornalisti tra critici e convinti, chiedi di scrivere su un foglio un possibile titolo e un breve articolo che descriva (i "convinti" in positivo e i "critici" in negativo) le caratteristiche del nuovo packaging rispetto alle qualità ambientali. Il linguaggio dovrebbe essere proprio quello di un articolo di giornale con un titolo d'effetto, ecc. Leggete e commentate gli articoli.

I consumatori e le associazioni individuano spesso alcuni punti di attenzione sui quali richiedono alle aziende di focalizzare i loro sforzi per migliorarne gli aspetti. Ma come potrebbe essere percepito il concetto di prevenzione dal punto di vista dei vari utenti? Quali saranno le caratteristiche che noteranno nel nuovo imballaggio?

I TITOLI DI DOMANI SONO ARTICOLI DI FANTASIA SULL'IMBALLAGGIO AL QUALE SI STA LAVORANDO CHE IL GRUPPO DI LAVORO SI IMMAGINA DI PUBBLICARE O DI LEGGERE SU RIVISTE O PERIODICI.

Ha l'obiettivo di far emergere il maggior numero possibile di varianti direttamente dai componenti del gruppo di lavoro.

In questo modo si coinvolge tutto il gruppo attivamente nell'immaginazione di nuove soluzioni. È un'esperienza utile perché porta il gruppo a chiedersi come verrà presentato il packaging ai potenziali clienti e quali saranno le reazioni. I titoli di domani servono anche a capire se tutto il gruppo ha la stessa idea (in questo caso sulla prevenzione), a chiarire l'obiettivo concreto che si intende raggiungere nonché se le nuove prestazioni richieste all'imballaggio sono comprese correttamente da tutto il gruppo.

APPROFONDIMENTI:
AZIONI C.3 | C.4

ESPERIENZA

PICCOLI PASSI, GRANDI RISULTATI

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

15-20 minuti + il tempo per la discussione

PROCEDIMENTO:

Prendi due packaging cellulosici, quello che il gruppo dovrà analizzare o riprogettare e il diretto concorrente di un'altra azienda. Invita i componenti del gruppo ad immedesimarsi in un utente specifico (un consumatore, un'associazione, un merchandiser, un buyer, una catena di distributore, un giornalista, un referente della raccolta differenziata, ecc.). Chiedi ad ognuno di valutare i due packaging per capire qual è realmente migliore dal punto di vista ambientale.

Utilizza per la valutazione un semplice elenco di pro e contro.

GRUPPO CONSIGLIATO:

Almeno 3 persone di uffici differenti
o con competenze diverse

Un miglioramento ambientale efficace deve portare un beneficio economico all'azienda e ai suoi clienti e si deve configurare come un percorso per passi successivi lungo il quale l'azienda procede verso un miglioramento continuo. Sicuramente avrete già fatto in azienda molti passi in questo percorso. Dunque cosa vogliono i clienti da voi?

PER CAPIRLO È UTILE CONSIDERARE CHE IL TRAGUARDO PER LA PREVENZIONE DEI RIFIUTI NON È IN UNA POSIZIONE PREFISSATA, MA SI SPOSTA SEMPRE PIÙ AVANTI IN MODO DA OTTENERE PIAN PIANO RISULTATI SEMPRE MIGLIORI

VERSO UN IPOTETICO “ZERO WASTE”.

Per seguire questo percorso è necessario non perdere di vista la qualità del binomio imballaggio-prodotto e le necessità delle varie parti interessate che possono avere punti di vista molto diversi, a volte contrastanti e che hanno solitamente scale di priorità differenti. L'esercizio proposto è efficace soprattutto se viene ripetuto più volte lungo il percorso di progettazione, revisione, miglioramento degli imballaggi perché aiuta a capire se ci si muove nella direzione giusta secondo la logica dei vari attori della filiera produttiva.

APPROFONDIMENTI:

SCHEDE [A.1](#) | [A.2](#) | [A.3](#) | [A.4](#) | [B.2](#) | [B.4](#)

ESPERIENZA

LA TECNICA SCAMPER

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

almeno 40 minuti

GRUPPO CONSIGLIATO:

Almeno 3 persone che svolgeranno questa esperienza tutti assieme

PROCEDIMENTO:

Coinvolgi il tuo gruppo di lavoro sull'imballaggio da ripensare in ottica di prevenzione dei rifiuti e chiedi loro di provare a pensare a delle soluzioni alternative che rispondano a queste domande:

S: È possibile sostituire componenti o materiali in ottica di riduzione dei rifiuti?

C: Si possono fare combinazioni con altre cose o funzioni?

A: È possibile adattare le funzioni o l'aspetto alle istanze ambientali?

M: Si possono modificare dimensioni, forma, aspetto visivo per migliorare il packaging dal punto di vista ambientale?

P: Si possono stabilire altri impieghi, nuovi o combinati che aumentino la prevenzione dei rifiuti?

E: È possibile ridurre, semplificare o eliminare il superfluo?

R: È possibile utilizzare qualche elemento del packaging in modo contrario, capovolgere, rovesciare alcune parti?
Se sì, porta un beneficio in termini di riduzione dei rifiuti?

Segna tutte le risposte su fogli che vi serviranno per procedere nel progetto.

La tecnica Scamper si compone di queste domande:

S: Sostituisci?

C: Combina?

A: Adatta?

M: Modifica?

P: Poni in un altro modo?

E: Elimina?

R: Rovescia?

Prova a trovare altre domande derivate da questi principi e utili al progetto.

**INNOVARE UN IMBALLAGGIO
CELLULOSICO NON SIGNIFICA
SOLO REALIZZARE UNA
SOLUZIONE COMPLETAMENTE
NUOVA, MA ANCHE COMPORRE
QUANTO SI È GIÀ FATTO,
MA IN UN MODO DIFFERENTE.**

Probabilmente in azienda avete già tutte le soluzioni alle richieste dei vostri clienti su questi temi.

L'esperienza qui proposta è denominata SCAMPER (dalle iniziali delle domande che la caratterizzano) ed è stata ideata da Bib Eberle e Alex Osborn.

Ha l'obiettivo di far emergere il maggior numero possibile di varianti direttamente dai componenti del gruppo di lavoro.

In questo modo si coinvolge tutto il gruppo attivamente nell'immaginazione di nuove soluzioni che permettano di ridurre o prevenire i rifiuti da imballaggio cellulosico.

APPROFONDIMENTI:
AZIONI **B.1** | **B.2** | **B.3** | **B.4**

ESPERIENZA

LA TECNICA SWOT

PUNTI
DI FORZA

POSSIBILITÀ

DEBOLEZZE

PERICOLI

PROCEDIMENTO:

Scegli un imballaggio, invita ogni membro del gruppo di lavoro a disegnare su un foglio la matrice qui a fianco e a compilarla pensando al tema della prevenzione.

Prova ad utilizzare una o più di queste possibilità:

1. avere un packaging più leggero
2. avere un packaging meno voluminoso
3. utilizzare i materiali cellulosici al posto di quelli attualmente utilizzati
4. aumentare l'utilizzo di carte riciclate
5. estendere il ciclo di vita

Prova a confrontare le risposte per mettere a fuoco gli obiettivi del progetto e i suoi pericoli assieme al gruppo di lavoro

TEMPO DI REALIZZAZIONE:

20-30 minuti

Molte delle criticità nello sviluppo di un progetto per la prevenzione dei rifiuti derivano dalla mancata chiarezza degli obiettivi o dei pericoli che si possono incontrare lungo il percorso. Un'analisi SWOT arricchisce la conoscenza degli elementi fondamentali del progetto e permette di coinvolgere in modo più attivo tutto il gruppo di lavoro.

L'analisi è condotta secondo 4 parametri:

S = STRENGTHS = PUNTI DI FORZA

W = WEAKNESS = DEBOLEZZE

O = OPPORTUNITIES = POSSIBILITÀ

T = THREATS = PERICOLI

L'analisi aiuta anche ad individuare opportunità e pericoli che non erano magari stati ancora considerati.

Una tale analisi può essere utile sia per valutare un packaging esistente al fine di migliorarne le caratteristiche sia durante lo sviluppo di un nuovo packaging.

APPROFONDIMENTI:

AZIONI **B.1** | **B.2** | **B.3** | **B.4**



comieco

Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo
degli Imballaggi a base Cellulosica

NEW

DESIGN

VISION