

Convegno Gifco, Gubbio, 21 maggio 2011

Laura Badalucco

# il buon packaging

imballaggi responsabili  
in carta, cartoncino  
e cartone



I  
- - -  
U  
- - -  
A  
- - -  
V

ricerca “Il buon packaging”

sulle buone prassi nell’innovazione degli  
imballaggi in carta, cartoncino e cartone

- . Comieco
- . Università Iuav di Venezia  
Facoltà di Design e Arti  
Unità di ricerca *Nuove frontiere del design*
- . Goodpaper Club - Club del cartone responsabile

## Goodpaper Club Club del cartone responsabile

i partecipanti sono:

- . aziende produttrici di imballaggi cellulosici
- . aziende utilizzatrici di imballaggi cellulosici
- . aziende produttrici delle materie prime per gli imballaggi cellulosici
- . aziende produttrici di macchinari per la produzione di imballaggi cellulosici
- . strutture della distribuzione
- . istituzioni o associazioni che si occupano direttamente o indirettamente della filiera del packaging in carta, cartoncino e cartone

i membri del Club sono accomunati da **un'attenzione concreta ai temi della responsabilità e sostenibilità** nell'ambito del packaging in materiali cellulosici, hanno raggiunto **risultati di eccellenza** in questo settore e si riconoscono in definite linee di principio e d'azione

Goodpaper Club  
Club del cartone responsabile

aziende e istituzioni che hanno partecipato a questa  
prima attività:

Annalisa - Lodato Gennaro & C.  
Assocarta  
Assografici  
Barilla G. & R. f.lli  
Bticino  
Coltène/Whaledent - Edelmann  
Comieco  
Coop Italia  
Ghelfi Ondulati SpA  
ISTI Led  
Liquerizie Amarelli  
Mc Donald  
Newton Running  
Politecnico di Torino  
Reno De Medici  
Sabox  
Saccarta  
Scia Imballaggi  
Slow Food Italia  
Smurfit Kappa Italia  
Telecom Italia  
Tetrapak  
Università Iuav di Venezia

## obiettivi

mettere a disposizione dei vari soggetti della filiera produttiva

- . informazioni
- . strumenti
- . esempi di buone prassi
- . spunti di riflessione

utili ad un'innovazione responsabile, attenta, in modo sinergico, agli

**aspetti economici, ambientali e sociali**

*“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”*

*prefazioni di*  
Piero Attoma  
Medardo Chiapponi

*introduzione*  
Laura Badalucco e Eliana Farotto

*testi*  
Laura Badalucco

*redazione casi studio*  
Laura Badalucco  
Emmanuele Basso  
Angela Bettega  
Ruggero Canova  
Clara Ceppa  
Tommaso Ceschi  
Franco Fassio  
Gian Paolo Marino  
Anna Zandanel

*grafica*  
Coscadesign

*editore*  
Edizioni Dativo, aprile 2011



## le domande di partenza

quale contributo può fornire il design, nelle sue varie accezioni, all'innovazione responsabile degli imballaggi in carta, cartoncino e cartone?

può sviluppare, favorire e mettere in relazione le eccellenze presenti nella filiera produttiva grazie al suo approccio interdisciplinare?

## struttura della pubblicazione

### **1. imballaggi responsabili e prevenzione dei rifiuti come vantaggio (economico, competitivo, d'immagine, ecc.)**

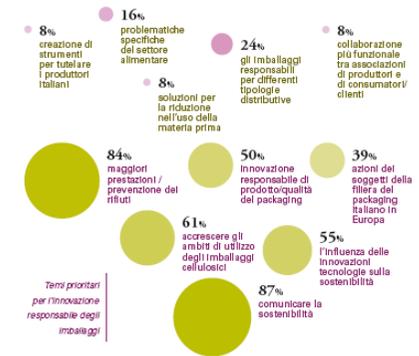
capitoli 1.1 - 1.6  
capitolo 1.7

contributi teorici + 4 box  
5 casi studio

### **2. imballaggi per alimenti e riduzione degli sprechi di cibo**

capitoli 2.1 - 2.3  
capitolo 2.4

contributi teorici + 5 box  
3 casi studio



## questioni di maggiore rilievo

da interviste, questionari e ricerca bibliografica:

- . riferimento al ciclo di vita del binomio **imballaggio+prodotto**

- . questione ambientale di maggiore rilievo: **prevenzione dei rifiuti**

- . necessità di rendere la prevenzione dei rifiuti un **vantaggio** per le aziende e per gli utenti

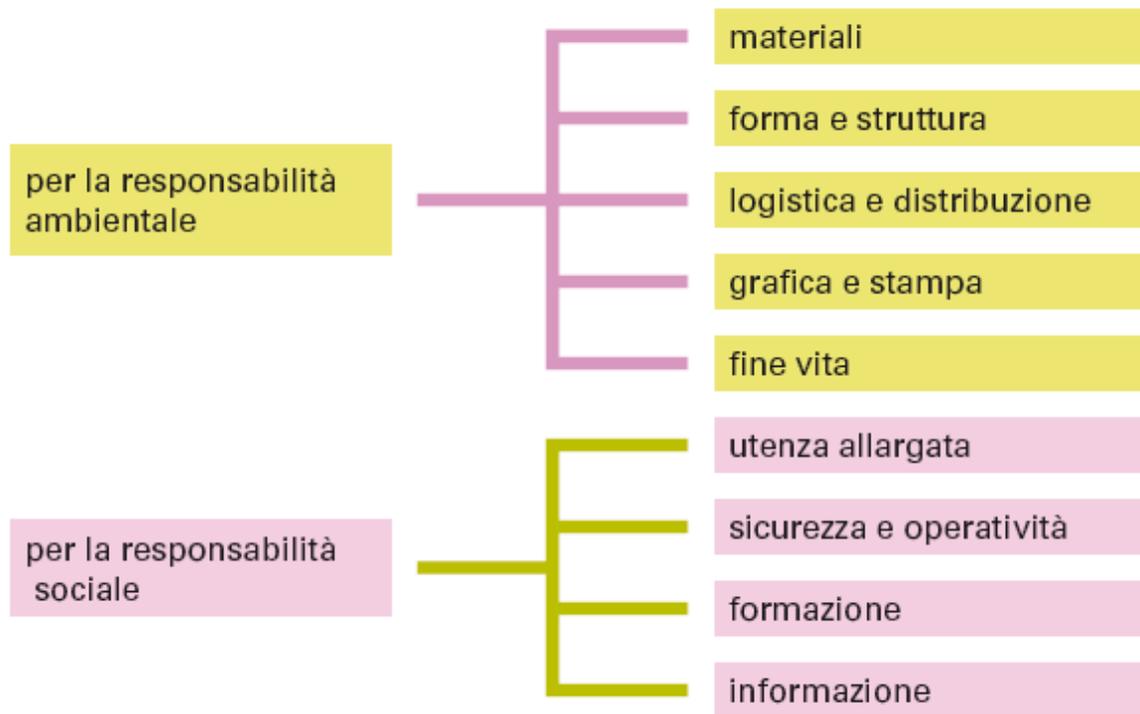
- . necessità di verifica/aggiornamento dei **criteri** di progettazione e valutazione della preferibilità ambientale e sociale

- . coinvolgimento dei **vari attori** nel processo di innovazione

- . efficacia nella **comunicazione** della responsabilità degli imballaggi e dei prodotti contenuti

- . packaging alimentare e **riduzione degli sprechi**

Quali azioni intraprendere per accrescere la responsabilità degli imballaggi?



## strumenti e spunti di riflessione

- . strumenti di pre-progettazione e di verifica dei risultati ottenuti
- . concetto di preferibilità di una soluzione rispetto ad un'altra
- . innovazione responsabile:
  - 1 - d'incremento, ovvero volta ad aumentare le "buone qualità" del packaging
  - 2 - di riduzione degli impatti e/o delle "cattive qualità"
  - 3 - di trasformazione (ad esempio fornire contenuti di servizio invece di materia)
  - 4 - di disturbo (cambiare la natura di una produzione o il modo d'uso dei materiali)

**Aspetti ambientali nell'innovazione di prodotto**

non realizzabile  
da fare  
da migliorare  
fatto

**FORMA E STRUTTURA**

riduzione di pesi, volumi e spessori a parità di prodotto confezionato e di prestazioni  
*esempt: 2.4.2*

ottimizzazione di forme e componenti (modularità, interscambiabilità, ecc.)  
*esempt: 1.7.2, 2.4.1, 2.4.2*

riduzione degli scarti di lavorazione  
*esempt: 2.4.2*

ottimizzazione dei sistemi di assemblaggio, apertura e/o chiusura  
*esempt: 1.7.3*

**LOGISTICA E DISTRIBUZIONE**

ottimizzazione del rapporto tra Imballaggio primario, secondario e terziario  
*esempt: 2.4.1, 2.4.2*

ottimizzazione delle operazioni di immagazzinamento ed esposizione  
*esempt: 1.7.1, 1.7.5, 2.4.1*

ottimizzazione dei carichi sul pallet e sui mezzi di trasporto  
*esempt: 1.7.5, 2.4.1, 2.4.2*

**GRAFICA E STAMPA**

migliore immagine dell'imballaggio in materiali riciclati (valorizzazione delle caratteristiche superficiali del macero, ecc.)  
*esempt: box1.1, box2.1, box2.2, box2.5*

uso di inchiostri e tecniche di stampa a ridotto impatto ambientale (inchiostri vegetali, impianti di pre-stampa, stampa e rilegatura con riduzione dei consumi, eliminazione dei composti organici volatili, ecc.)  
*esempt: box1.1, 1.7.3*

**MATERIALI E FINE VITA**

non realizzabile  
da fare  
da migliorare  
fatto

nuove applicazioni dei materiali cellulosici  
*esempt: 1.7.2, 1.7.4, 1.7.5, box2.3*

Incremento dell'uso di maceri  
*esempt: 1.7.4, box2.2*

riduzione del numero di materiali differenti utilizzati (fino alla monomaterialità, all'uso esclusivo di materie rinnovabili e riciclabili)  
*esempt: 1.7.1, 1.7.2, 1.7.3, box1.2, box2.3*

estensione del ciclo di vita di prodotto e imballaggio  
*esempt: 2.4.2, box1.1, box1.2*

riutilizzabilità e/o eventuali altri usi prima del fine vita  
*esempt: box1.1*

facilità di riciclo (compattazione, riconoscimento e disassemblaggio materiali differenti, ecc.)  
*esempt: 1.7.1*

**SISTEMI DI VERIFICA**

utilizzo di strumenti per la valutazione ambientale del ciclo di vita del sistema prodotto (LCA, Carbon Footprint, Water Footprint, ecc.)

chiarificazione dei benefici ambientali

rapporto tra costi e benefici ambientali ed economici

applicazione di certificazioni ambientali (es: ecolabel, edp, FSC, PEFC, ecc.)

NOTE

**TEMA**      **PRINCIPALI NECESSITÀ**      **POSSIBILI AZIONI**

*lotta alla fame*

- equità nella distribuzione delle risorse alimentari
- riduzione sprechi
- corretti dosaggi
- allungamento della vita del contenuto
- promozione delle produzioni locali

- soluzioni di packaging per aumentare la shelf life dei prodotti (soprattutto nell'immagazzinamento e trasporto)
- sistemi facilitati di apertura e chiusura delle confezioni
- progettazione di imballaggi ottimizzati per gli aiuti umanitari
- progettazione di imballaggi che sfruttino i materiali e le competenze locali

*rapporto tra alimentazione corretta e alimentazione ambientalmente sostenibile*

- mantenimento della freschezza e delle qualità organolettiche più a lungo possibile
- trasparenza e certificazione della filiera produttiva
- corretta ripartizione degli elementi nutrizionali
- riduzione dei rifiuti pre e post consumo (da imballaggio e da scarti alimentari)
- comunicazione e valorizzazione del contenuto

- soluzioni di packaging per aumentare la shelf life dei prodotti
- soluzioni per la corretta gestione del fine vita di imballaggio+prodotto
- combinazione delle informazioni relative alle qualità con quelle sull'impatto ambientale degli alimenti
- sistemi per la segnalazione della vicinanza alla scadenza
- utilizzo di etichettature funzionali e di soluzioni per la tracciabilità dei prodotti

*differenziazione delle modalità di consumo individuale o familiare di cibi e bevande*

- porzionamento differenziato
- consumo in ambiti variabili (domestico e non)
- gestione dosaggio e dimensioni totali

- progettazione di sistemi per il corretto porzionamento
- soluzioni modulari o a riempimento variabile nel punto di vendita
- soluzioni di imballaggio per i consumi fuori-casa
- sistemi facilitati di apertura e chiusura delle confezioni per un consumo dilazionato
- sistemi a forma variabile per agevolare il consumo

**TEMA**      **PRINCIPALI NECESSITÀ**      **POSSIBILI AZIONI**

*educazione alimentare per contrastare fenomeni come l'obesità*

- riduzione delle porzioni
- comunicazione dei valori nutritivi
- educazione alla corretta alimentazione

- progettazione di sistemi per il porzionamento differenziato
- sistemi di etichettatura
- indicazioni nutrizionali, di preparazione, conservazione e consumo degli alimenti a basso tasso di grassi, zuccheri e sale
- utilizzo di indicazioni che promuovano la diversificazione della dieta
- soluzioni progettuali per promuovere l'alimentazione sana anche nei consumi fuori casa (vending machine, take away, ecc)

*responsabilità della ristorazione collettiva*

- riduzione sprechi
- avanzi riutilizzabili e non rifiuti
- educazione alimentare e ambientale

- progettazione di sistemi per il corretto porzionamento
- soluzioni per conservare e donare gli avanzi
- etichette e indicazioni sul packaging per educare il personale e l'utente finale alla riduzione e degli sprechi e all'alimentazione sana

*valorizzazione delle territorialità (specificità locali) e della stagionalità*

- legame con i produttori locali
- valorizzazione dell'identità di piccole e medie produzioni
- educazione sulla stagionalità dei prodotti
- valorizzazione delle coltivazioni e degli allevamenti a rischio di estinzione

- utilizzo di soluzioni per la tracciabilità dei prodotti
- indicazione sulle confezioni dei periodi stagionali dei prodotti e, dove possibile, del conseguente indice di economicità
- utilizzo delle qualità dei materiali d'imballaggio per trasmettere i valori delle identità locali
- informazione e comunicazione sulla cultura culinaria del territorio
- soluzioni progettuali per i canali di distribuzione e alternativi (es: farmer market, gruppo d'acquisto, on-line, ecc.)

*gestione responsabile della alimentazione degli animali*

- dimensioni e porzionamento
- equilibrio nutrizionale

- soluzioni per il corretto porzionamento e il mantenimento delle qualità organolettiche dell'alimento dopo l'apertura
- sistemi di ri-chiusura delle confezioni

## esempi di buone prassi: casi studio e box

casi redatti con informazioni derivate da colloqui,  
interviste, indicazioni dirette delle aziende

---

criteri di selezione dei casi

3 aspetti + 1

- . prevenzione dei rifiuti che ha portato vantaggi non solo ambientali
- . valorizzazione materiali cellulosici riciclati
- . nuovi utilizzi materiali cellulosici (al posto di altri materiali)
- . *prevenzione degli sprechi alimentari*

tipologia di innovazione

- . innovazione dei materiali
- . innovazione tecnico-strutturale
- . innovazione per la distribuzione e la logistica
- . innovazione nelle modalità d'uso e nei contenuti di servizio
- . innovazione nelle funzioni comunicative e informative

innovazione sul singolo imballaggio, sul sistema degli  
imballaggi o metodologica

## esempi di buone prassi: casi studio e box

### IMBALLAGGI RESPONSABILI E VANTAGGI COMPETITIVI

- ■ B-Ticino (1.7.1)
- ■ eBay Box (box 1.1)
- ■ Designed in Denmark, made by Nature (box 1.4)
- ■ Coltène-Edelmann Setverpackung (1.7.2)
- ■ Get the hang of it bag (box 1.2)
- ■ ISTI-Led (1.7.3)
- ■ ■ Newton Running (1.7.4)
- ■ ■ Packaging for all (box 1.3)
- ■ Smurfit-Kappa (1.7.5)

#### *legenda*

- prevenzione dei rifiuti
- valorizzazione di carta, cartoncino e cartone riciclati
- nuovi utilizzi dei materiali cellulosici

esempi di buone prassi:  
casi studio

**BTicino**

imballaggi per placche serie Axolute  
Imballaggi per videocitofoni



**Coltène/Whaledent - Edelmann**

imballaggio prodotti odontoiatrici



**ISTI-LED**

imballaggio luci per biciclette



**Newton Running**

imballaggio per calzature



**Smurfit Kappa Group**

metodologia  
materiali



## esempi di buone prassi: casi studio e box

### FOOD E PACKAGING: UNA SFIDA PER IL FUTURO

■	Barilla (2.4.1)
■	Blister di carta (box 2.3)
■	Couleur locale (box 2.5)
■ ■ ■	Eat (box 2.2)
■ ■ ■ ■	Ghelfi Ondulati (2.4.2)
■ ■ ■ ■	Riso Sivaris (box 2.1)
■ ■ ■ ■	Slow Food (2.4.3)
■ ■ ■ ■	Una soluzione salva- freschezza (box 2.4)

#### *legenda*

- prevenzione dei rifiuti
- prevenzione degli sprechi alimentari
- valorizzazione di carta, cartoncino e cartone riciclati
- nuovi utilizzi dei materiali cellulosici

## esempi di buone prassi: casi studio

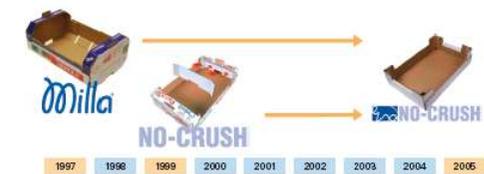
### Barilla

imballaggio per fette biscottate  
imballaggio per plum cake  
doppia piramide



### Ghelfi Ondulati

3 imballaggi per ortofrutta



### Slow Food

metodologia  
linee guida  
eco-packaging dei presidi



## esempio di box

box 1.1

### EBAY BOX

eBay è la più grande community di compravendita online senza intermediari con 85,7 milioni di utenti attivi nel mondo. Partendo dal presupposto che molti dei suoi clienti sono anche venditori, nel novembre 2010 la società ha avviato negli Stati Uniti un progetto pilota che prevede l'uso di scatole riutilizzabili per le spedizioni dei prodotti ordinati via Internet. Così come i prodotti ottengono spesso una nuova vita dal commercio online, perché non fare la stessa cosa con il packaging? L'idea era nata qualche mese prima all'interno dell'Innovation Expo, un concorso tra le migliori proposte dei dipendenti della società ed era piaciuta così tanto da vincere il primo premio. Il progetto è stato poi affidato all'agenzia Office di San Francisco che ha proposto una grafica basata su un uocellino curioso che si domanda quale potrà essere la sua prossima meta. La scatola ha, infatti, etichette e spazi per poter scrivere l'indirizzo del prossimo mittente e lasciare un proprio messaggio in modo da personalizzare la storia di ogni singolo imballaggio. Il riuso delle scatole ha così il



duplice scopo di alleggerire l'impatto ambientale delle spedizioni e, assieme, di sensibilizzare i clienti.

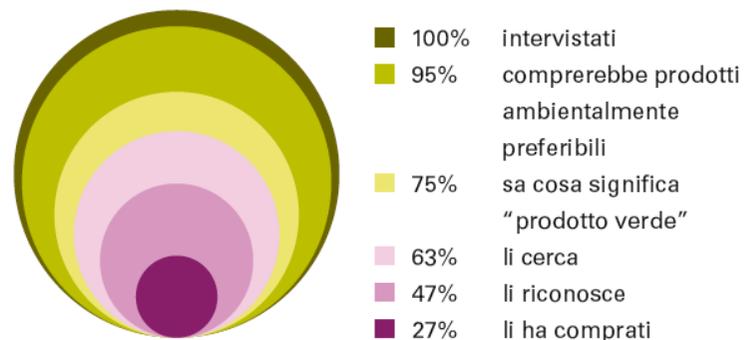
Realizzate in cartone ondulato riciclato 100% e certificato FSC, sono totalmente riciclabili e sono stampate con inchiostri a base d'acqua. La produzione per il progetto pilota è stata di 100.000 pezzi nelle tre misure standard. L'idea ha avuto così successo che le richieste di partecipare all'iniziativa hanno superato velocemente l'offerta delle eBay Box. Secondo i calcoli del eBay Green Team, se ogni scatola verrà riutilizzata 5 volte si otterrà un risparmio di più di 9 milioni di litri d'acqua e si risparmierà l'equivalente in energia elettrica del fabbisogno annuale di 49 abitazioni americane.



design: Office,  
San Francisco  
azienda: eBay  
anno: 2010  
nazione: USA

## comunicare la responsabilità

- . difficoltà della penetrazione nella comunicazione
- . Green Marketing e Greenwashing
- . elementi per una comunicazione efficiente nei contenuti (credibili, rilevanti, efficaci, differenti)



*acquisti  
ambientalmente  
sostenibili:  
indagine del  
2009 su 6000  
consumatori negli  
Stati Uniti (fonte  
World Economic  
Forum, 2010, p. 12)*

in sintesi

cos'è un imballaggio responsabile

questioni di maggiore rilievo nella progettazione di imballaggi responsabili

strumenti progettuali e spunti di riflessione

esempi di buone prassi

linee di principio e di azione del Goodpaper Club - Club del cartone responsabile