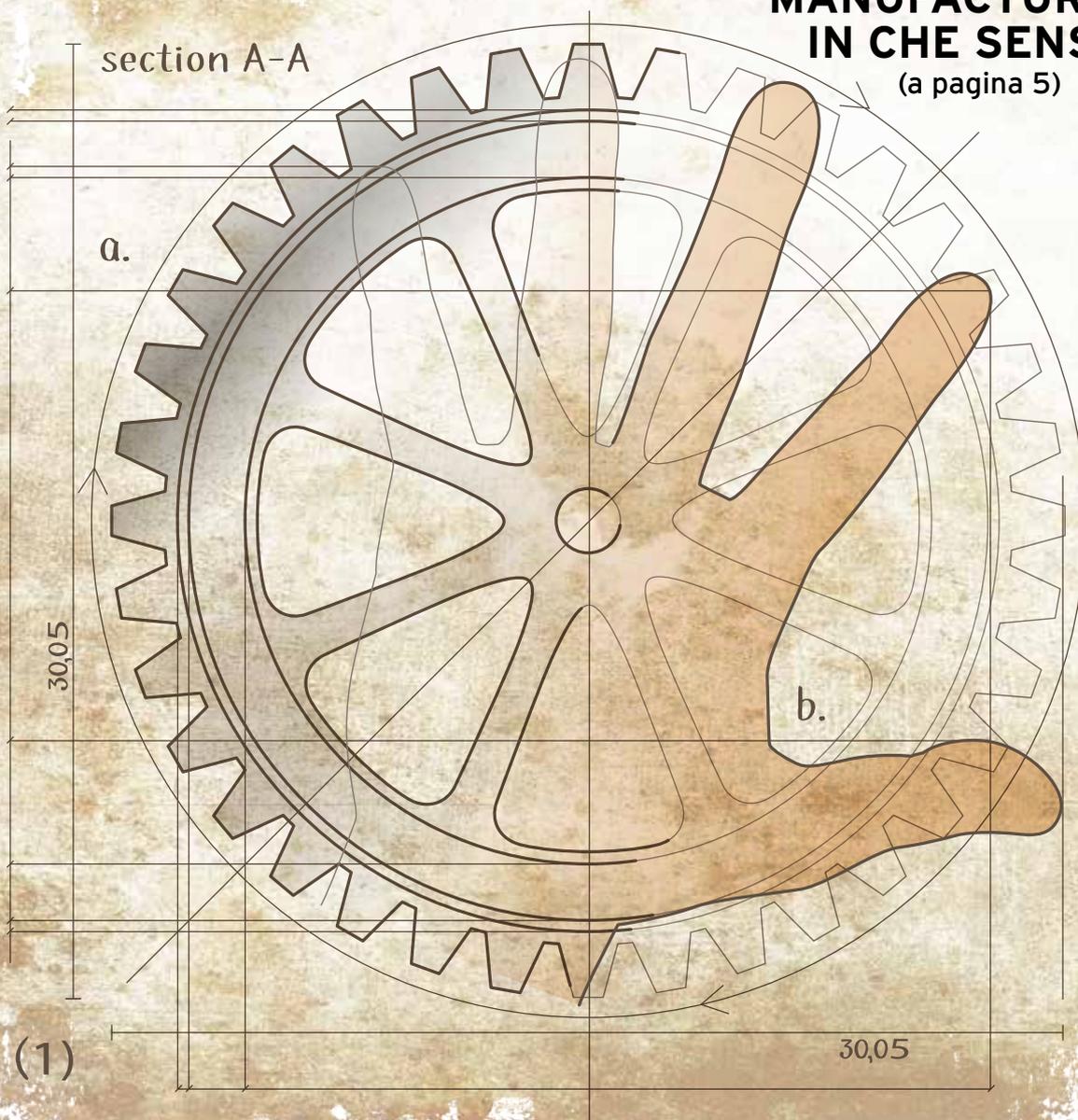


COM.PACK

IMBALLAGGI ECO-SOSTENIBILI

**MANUFACTURING?
IN CHE SENSO?**

(a pagina 5)



RICERCA E SVILUPPO

Una campagna di comunicazione sulle parole chiave dell'Economia Circolare, ideata all'Università luav di Venezia
Pagina 28

MERCATI

Le imprese del settore legno investono in innovazione, automazione e progettazione di circuiti di riuso e di gestione del fine vita
Pagina 38

APPLICAZIONI

Ridurre sempre più le eccedenze e gli scarti è possibile con una visione condivisa e grazie alle tecnologie
Pagina 58

Protezione igienica passiva per birre e soft drink

Colli di bottiglie e top di lattine al centro dell'attenzione di imbottiglieri, designer e produttori di chiusure: l'obiettivo è ridurre il rischio di contaminazione



Se da una parte i provvedimenti contro la pandemia hanno grandemente depresso i consumi di bevande nel canale horeca, dall'altra alla ripresa di queste attività lo schema di fruizione del prodotto potrebbe cambiare. In particolare, aumenta il bisogno di igiene del contenitore: per chi consegna bottiglie e lattine al cliente sia al banco sia al tavolo, per chi beve direttamente dal packaging, soprattutto pensando ad anziani e bambini.

Domanda di igiene in crescita

La pandemia sensibilizza ogni giorno di più imprese, cittadini e amministratori sulla necessità di prevenire possibili forme di contagio. La

domanda di igiene, al di là che si tratti di virus o di batteri, è in aumento. Non è ovviamente possibile correlare infezioni contratte a specifici episodi e quindi imputare a pratiche diffuse possibili occasioni di contagio. Tuttavia, il packaging è per natura un oggetto che si tocca. E se a toccarlo sono gli operatori del canale HORECA, la domanda di igiene chiesta all'operatore è maggiore.

In particolare, fra i packaging più manipolati vi sono lattine (di alluminio e acciaio), bottiglie in vetro e bottiglie in PET, che rappresentano oltre il 95% di forme e formati di consumo fuori casa di bevande analcoliche.

Poiché è frequente la modalità di consumo diretta (le labbra a contatto con il collo della bottiglia o col bordo della lattina) proteggere questi punti del contenitore costituisce un buon intervento di prevenzione: perché proteggerli? Perché in tutti e tre i casi le dita dell'operatore HORECA si appoggiano per aprire ed offrire oppure per aprire e mescolare in un bicchiere. In aggiunta a questa sequenza, nel caso della lattina c'è il rischio che l'ambiente di conservazione o la sua manipolazione abbiano contaminato la parte dove si appoggeranno le labbra.

L'effetto Covid-19 ha già creato interesse per una soluzione specifica dedicata appunto alle lattine: si tratta di Ecocap's del gruppo Cassoli che nel 2003 ha brevettato un sistema di aggraffatura di una capsula di alluminio termosaldato che protegge da formazioni di umidità e muffe e dal deposito di polveri. Si tratta di una soluzione automatica che si presta anche alla personalizzazione di questo componente ai fini di promozione e marketing. Inoltre, resta solida al top della lattina, risultando conforme alla



direttiva SUP sul requisito dei tappi e coperchi solidali (devono restare uniti al collo o al bordo del contenitore).

Il ritorno della lattina

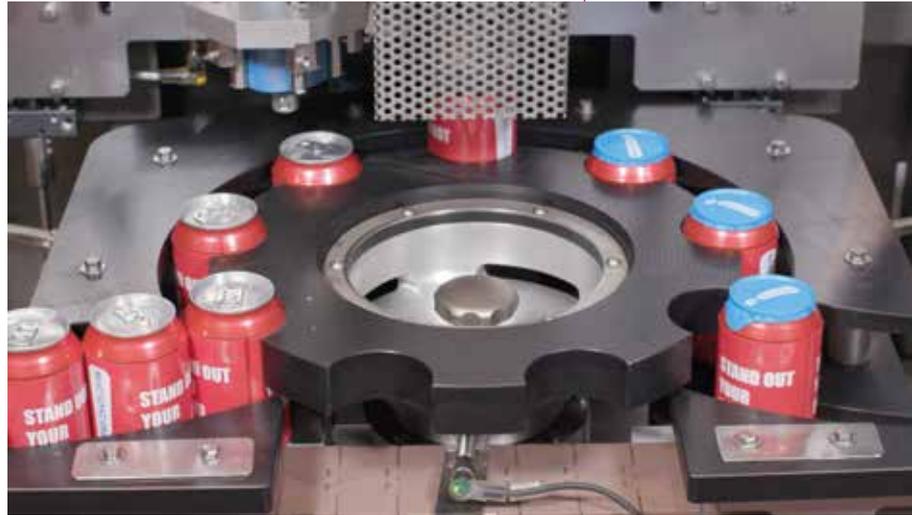
“Una prima tendenza che abbiamo riscontrato è che le consegne a domicilio stanno crescendo e la lattina è preferita per praticità, rapidità nel refrigerarsi, infrangibilità – premette Jacopo Cassoli General Manager – L’attenzione alla funzione igienica del nostro brevetto è aumentata in modo diretto da marzo in poi: vi sono tre tipologie di aziende che si stanno rivolgendo a noi: gli entusiasti, aziende in difficoltà che vorrebbero rilanciarsi ma non hanno budget e i leader di mercato che tentennano per paura dei costi. Ma la motivazione trainante è quella della maggiore visibilità a scaffale: cattura molto a livello visivo e motiva all’acquisto.”

Se prima di Covid-19 la motivazione igienica veniva dopo l’eye-catching, oggi se la contendono quasi alla pari. Prevalgono aziende medio-grandi fra i clienti, perlopiù di aree extra UE; si segnala anche il sostegno dal governo degli EAU.

“In realtà, il timore dei maggiori costi va ridimensionato – spiega Cassoli – Abbiamo numerosi casi di aumenti delle vendite del 15% nei primi 18 mesi dall’introduzione sul mercato. Inoltre, la parte interna del topsyl può offrire un’opportunità di fare marketing, con la stampa di concorsi a premi.”

Le chiusure avvolgenti

Nel caso di bottiglie, l’etichetta a calza termoretraibile può costituire una valida protezione e fungere da eccellente indicatore di effrazione che apporta al consumatore un chiaro segnale se la capsula è stata manipolata prima della mescolata. “Al momento ci sono richieste di maggior sicurezza degli imballi primari, come nel caso dei prodotti dedicati all’HORECA ma anche in altri settori della distribuzione selettiva – precisa Alessandro Manini, Direttore commerciale Italia della multinazionale Sleever International – È



probabile che questa tipologia di richieste aumenti nel breve/medio periodo, in particolare se riusciremo ad estendere le prerogative per questo tipo di chiusure. Il gruppo sta lavorando sul fronte sia della multifunzione dell’etichetta tubolare, sia della sua sostenibilità in vista anche dell’importante traguardo che attende tutta la filiera: la questione della Direttiva SUP relativa alle chiusure degli imballaggi che devono rimanere solidali al contenitore.” Ci sono quattro anni di tempo (3 luglio 2024) per adeguarsi al dettato dell’articolo 6 della Direttiva 904/2019, che obbliga i sistemi di chiusura in plastica a rimanere uniti agli imballaggi (di qualsiasi materiale siano fatti). ■

