

**interpack 2017: Articolo tecnico n. 1**

**Packaging per bevande: individualità ed efficienza in armonia**

*Quando si tratta di bevande, il settore del packaging deve saper prendere due piccioni con una fava: da un lato gli utenti si aspettano confezioni dal design individuale e meglio ancora se con funzioni aggiuntive; dall'altro i consumatori di bibite e affini, sempre più attenti all'aspetto ecologico, richiedono contenitori prodotti nel rispetto delle risorse e dell'ambiente. Il settore riesce a conciliare sempre meglio queste esigenze con nuovi concetti di imballaggio e tecniche di produzione più efficienti.*

Quando siamo invitati, portare in omaggio una bottiglia di spumante o di vino pura e semplice è out. Saper regalare con classe e suscitare emozioni con materiali nuovi e ricchi di particolari è l'ultimo grido in fatto di confezioni per regali. Le ditte in questo segmento inventano astucci in fustellato e scatole pieghevoli, cesti, cofanetti in legno, elementi decorativi e sacchetti particolari per conferire agli omaggi un effetto speciale. Le bottiglie di vino o spumante trovano posto ad esempio in esclusive cassette regalo simili alla vista e al tatto al vero legno. Oppure le confezioni contengono attraenti sorprese, come un piccolo abat-jour pronto a trasformare la bottiglia, una volta vuota, in una decorativa lampada da tavolo. Esclusività e fantasia sono risorse preziose per il packaging di regali.

Ciò che vale per questo tipo di confezioni, può essere esteso anche a tutto il mercato delle bevande: vino, spumante o birra, proposti in normali bottiglie, non bastano più a catturare l'interesse del consumatore. La scelta di bevande alcoliche, miscelate o aromatizzate, e di conseguenza anche la gamma di bottiglie

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 TO 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM**

  
Messe  
Düsseldorf


Messe Düsseldorf GmbH  
Postfach 10 10 06  
40001 Düsseldorf  
Messeplatz  
40474 Düsseldorf  
Germany  
Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01  
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68  
Internet [www.messe-duesseldorf.de](http://www.messe-duesseldorf.de)  
E-Mail [info@messe-duesseldorf.de](mailto:info@messe-duesseldorf.de)


Geschäftsführung:  
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)  
Hans Werner Reinhard  
Joachim Schäfer  
Bernhard Stempfle  
Vorsitzender des Aufsichtsrates:  
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63  
USt-IdNr. DE 119 360 948  
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der  
Messe Düsseldorf:

 The global  
Ufi Association of the  
Exhibition Industry

 AUMA  
Ausstellungs- und  
Messe-Ausschuss der  
Deutschen Wirtschaft

 FKM  
FKM – Gesellschaft zur  
Freiwilligen Kontrolle von  
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:  
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.  
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

originali, si è ormai talmente allargata che il consumatore può concedersi il lusso di fare lo schizzinoso. Chi vuole conquistare l'acquirente, deve emergere dalla massa con il suo prodotto fin dal primo sguardo. "L'estetica, e dunque l'aspetto emotivo, rimbalza con maggior forza in primo piano e riveste un ruolo sempre più decisivo per il consumo di beni. In un mondo complesso, questo concetto fa ancora più presa, perché si risparmia tempo se a dettare le decisioni è l'istinto e non la ragione", afferma Andreas Steinle dello Zukunftsinstitut, un think-tank per le analisi di trend e prospettive future.

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 TO 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM**

### **Il trend del momento: individualità e differenziazione**

Il marchio di acque minerali evian, ad esempio, distribuito da Danone Waters, spende enormi energie per sottolineare l'unicità dei propri prodotti. Per le sue prestigiose bottiglie in plastica, Danone utilizza la nuova tecnologia "Nature MultiPack", un'innovazione di packaging dove le singole bottiglie in PET vengono allineate e incollate l'une alle altre con particolari adesivi, pur rimanendo facilmente distaccabili al bisogno. Anche per quanto riguarda il design, Danone batte strade inconsuete: per la nona volta dal 2008, evian lancia una Limited Edition con bottiglie disegnate da famosi stilisti di moda. Per l'edizione 2016, il fashion designer americano Alexander Wang ha raccolto il tema del codice a barre riproponendolo sottoforma di linee bianche o nere sulle bottiglie di vetro. Gli spazi fra le linee e il design pulito hanno lo scopo di evidenziare la purezza naturale di evian. Ma individualità e differenziazione non sono soltanto una prerogativa dei marchi di lusso. Sono sempre più numerosi i produttori di bevande a proporre acque minerali o limonate anche in bottiglie con vuoto a rendere da 0,5 litri, per invitare all'acquisto anche nuclei familiari di poche persone, oppure ad offrire i propri prodotti anche in eleganti bottiglie sfaccettate, per fare breccia, ad esempio, nei ristoranti di prestigio.

  
Messe  
Düsseldorf

Tuttavia, le confezioni stravaganti, accanto a tutti questi aspetti positivi, comportano anche degli svantaggi. Più un prodotto si presenta in veste individuale e multiforme, più complessa e costosa sarà la produzione della confezione. I maggiori costi di produzione si traducono alla fin fine in prezzi superiori che vengono trasmessi al cliente – un aspetto spesso criticato dalle associazioni di tutela dei consumatori. Inoltre i procedimenti di realizzazione dispendiosi e i vuoti a perdere incidono negativamente sull'ambiente. Per ridurre questo impatto, alcuni Paesi si sono posti come obiettivo percentuali di riutilizzo alquanto ambiziose. La Germania, ad esempio, intende raggiungere l'80 per cento, ma dal 2004 la quota è invece scesa da due terzi al 45 per cento. Al tempo stesso, la quantità di rifiuti generata da vuoti a perdere di bevande è aumentata di circa il 30 per cento. Secondo i dati attuali del Governo Federale tedesco, il consumo di imballaggi è passato dalle quasi 465.000 tonnellate di allora alle 600.300 tonnellate del 2014. Le cause del boom di confezioni a perdere vengono individuate nel commercio e presso i produttori. Proprio per quanto concerne l'acqua minerale, la guerra dei prezzi si combatte nei supermercati e nelle rivendite di bibite, ma le offerte speciali funzionano solo con i vuoti a perdere, perché raccogliere, lavare e riempire nuovamente le bottiglie di plastica è un'impresa costosa. I politici chiedono dunque, fra le altre cose, di trasformare la cauzione sui vuoti a perdere in una tassa dissuasiva e di estendere l'obbligo di cauzione anche a succhi e nettari di frutta.

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 <sup>TO</sup> 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM**

  
Messe  
Düsseldorf

## **La domanda del momento: tecnologie di packaging attente alle risorse**

Anche i produttori di imballaggi sono chiamati a fare la loro parte. Da un lato devono trovare i mezzi per concepire confezioni che facciano colpo e raccolgano i favori dei consumatori, dall'altro risparmiare materie prime e ridurre l'impatto sull'ambiente. Con questo aumentano anche i requisiti richiesti alle macchine d'imballaggio. "Una gestione responsabile delle risorse naturali e attività economiche rispettose dell'ambiente sono concetti che i produttori di macchinari per il settore alimentare e del packaging tengono in alta considerazione. Sanno infatti che i clienti sono molto attenti ai processi di produzione sostenibili", spiega Vera Fritsche, portavoce dell'Associazione macchine per alimenti e confezionatrici della Federazione tedesca dei costruttori di macchine e impianti (VDMA). Tecnologie di comando e automatizzazione intelligenti accanto a propulsori, compressori, ventilatori o pompe a bassi consumi rappresentano le soluzioni classiche per risparmiare corrente e mezzi produttivi ed incrementare l'efficienza energetica. Motori efficienti, perfettamente adattati ai movimenti e alle fasi di accelerazione delle macchine, riducono il consumo di corrente. Inoltre, processi innovativi e ottimizzati abbassano il consumo di acqua ed energia, mentre concetti meccanici innovativi prolungano gli intervalli di manutenzione e la durata, risparmiando a loro volta energia, afferma Fritsche.

All'interpack, che si svolgerà dal 4 al 10 maggio 2017 a Düsseldorf, i visitatori avranno occasione di informarsi sulle strategie e i prodotti ideati dalle aziende per sopperire alle esigenze del mercato. Anche la manifestazione complementare "components – special trade fair by interpack", organizzata per la prima volta nel 2014 e riproposta per l'interpack 2017 con un concetto rivisitato, offrirà interessanti rassegne sulle più avanzate

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 <sup>TO</sup> 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM**

  
Messe  
Düsseldorf

tecnologie di produzione. La “components” si rivolge soprattutto ai fornitori dell’industria del packaging e ad aziende che si occupano di tecnologie di trasmissione, controllo e sensori, prodotti per l’elaborazione industriale delle immagini, tecniche di manipolazione, software e comunicazione per l’industria nonché sistemi completi di automazione per macchine d’imballaggio. Sono inoltre interpellati anche i produttori di elementi, componenti e accessori per macchine e di dispositivi periferici nonché di parti e materiali ausiliari per il packaging.

### **Upcycling – una seconda vita per gli imballaggi**

Come la tutela dell’ambiente nel settore delle bevande sia ormai diventata un fattore determinante e possa essere addirittura una fonte di guadagno è dimostrato sull’esempio del produttore di smoothie True Fruits. Contrariamente a molti altri concorrenti, True Fruits propone i propri drink non in confezioni di plastica bensì in bottiglie cilindriche di vetro da 250 o 750 millilitri con stampa ceramica, per trasmettere con un design pulito valori sentiti come onestà, purezza, pregevolezza e trasparenza. Affinché le bottiglie, una volta consumata la bevanda, non vadano a finire nel container per raccolta del vetro, il team di True Fruits ha riflettuto sulle possibilità di riutilizzo. La soluzione è stata trovata nell’upcycling che prevede di trasformare il materiale usato per creare un nuovo prodotto. True Fruits ha sviluppato particolari accessori, facilmente applicabili alle bottiglie vuote: il programma comprende finora tappi di chiusura permanenti, spargizucchero, spargisale o spezie, dosatori per olio, aceto o salse, così come un colino da tè. La combinazione fra vitamine, originalità e sostenibilità incontra a quanto pare i favori del pubblico: True Fruits è ormai diventato uno dei leader nel mercato degli smoothie.

Un ulteriore approccio per bevande in confezione ecologica è offerto dalle bioplastiche. Lo scorso anno, Coca Cola ha presentato la nuova generazione di “PlantBottle™”, composta al 100 per cento da materie prime rinnovabili, annunciandone l'imminente lancio sul mercato. Per la produzione di questi materiali biologici della cosiddetta “First Generation” è previsto a lungo andare l'impiego di biomasse, come ad esempio scarti di legno. Scienziati dell'Università di Hohenheim (Germania) stanno conducendo esperimenti con un altro promettente materiale naturale per la produzione di bottiglie: le radici di indivia belga, finora utilizzate per generare biogas. Queste radici non commestibili formano il 30 per cento della pianta. Da qui i ricercatori ricavano idrossi metil furfurale (HMF) impuro, utilizzabile per produrre le cosiddette bottiglie in PEF.

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 TO 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM**

### **Potenziale di innovazione in produzione**

Prima che le bottiglie vegetali rimpiazzino gli esemplari in PET è necessario ancora molto lavoro di ricerca. Ma un elevato potenziale per il contenimento dei costi non si cela soltanto nei materiali bensì anche negli impianti di produzione. Per questo l'industria sta lavorando con grande scrupolo al fine di migliorare i metodi produttivi. Un esempio in questo senso è offerto dalla fabbrica di tè della ditta turca Dogus Cay di Izmir, equipaggiata con macchinari della società Krones. Nel 2015, la Dogus Cay ha messo in funzione presso i propri stabilimenti di Izmir/Ödemiş un cosiddetto impianto NitroHotfill della Krones, con un rendimento di 22.500 contenitori l'ora. Un anno dopo l'installazione, un team di Krones ha svolto sul posto un esperimento per migliorare il sistema ad aria compressa dell'impianto. Dopo un upgrade e una semplice ottimizzazione della soffiatrice Contiform 3, l'impianto è stato rimesso normalmente in funzione. Secondo le dichiarazioni dell'azienda, da un ciclo di prova sono emersi risultati straordinari: a parità di qualità dei contenitori,

  
Messe  
Düsseldorf

l'intervento ha portato a un risparmio sui consumi di aria compressa pari al 44 per cento. L'upgrade fa risparmiare fior di soldi: circa 40.000 euro l'anno sulla base di 6.000 ore annue di lavoro effettivo dei macchinari.

Anche la ditta KHS di Dortmund (Germania) dimostra che il potenziale innovativo degli impianti di produzione è tutt'altro che esaurito. Dal 2007, la società Mineralbrunnen Teinach GmbH utilizza per la produzione di bottiglie in PET la macchina a stiro-soffiatura automatica InnoPET Blomax Serie III della KHS. Per abbassare il consumo energetico dell'impianto, gli esperti della KHS hanno modificato il forno nel quale le preforme PET vengono riscaldate prima di passare alla stiro-soffiatura. L'effetto? La Mineralbrunnen Teinach GmbH ha ottenuto un risparmio energetico di più del 40 per cento. Questo risultato è stato ottenuto tramite nuovi riflettori in moderna ceramica e a modifiche di precisione della geometria all'interno del modulo di riscaldamento, spiega Frank Goebel, Head of Service Engineering presso KHS. Grazie alla loro particolare struttura, le proprietà fisiche degli elementi in ceramica hanno migliorato notevolmente la distribuzione dell'energia, cosicché ne occorre meno per riscaldare le preforme. I riflettori e i radiatori a infrarossi sono inoltre concepiti in maniera tale da non riscaldare inutilmente la delicata zona filettata del collo della bottiglia. In più, è stato possibile ridurre il raffreddamento di quest'area, consentendo ulteriori risparmi di energia all'azienda di Teinach. "Migliorando l'efficienza, spesso è possibile accorciare la zona di riscaldamento", spiega Goebel. Quindi, se nel forno occorrono meno elementi scaldanti, diminuisce di conseguenza anche il consumo energetico dovuto ai radiatori a infrarossi.

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 TO 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM**

  
Messe  
Düsseldorf

Foto di corredo:

*Foto 1:*

Marchio di lusso: con le sue bottiglie individuali, evian è in pieno trend.

(Foto: Danone Waters)

*Foto 2:*

Multitalento: il coperchio degli smoothie firmati True Fruits può essere svitato e rimpiazzato con uno spargisale o un colino per il tè. Un upcycling che piace ai clienti. (Foto: True Fruits)

*Foto 3:*

Esemplari unici: la stampa realizzata direttamente sulla bottiglia è un metodo sicuro per attirare il cliente con motivi individuali. (Foto: KHS)

*Foto 4:*

Risparmio energetico: le moderne macchine di produzione come la Contiform AseptBlock di Krones incrementano l'efficienza con un consumo sempre più ridotto di acqua ed energia. (Foto: Krones)

*Foto 5:*

Tre in uno: con la KHS InnoPET TriBlock, la ditta KHS ha introdotto sul mercato una soluzione per il riempimento e imballaggio di bottiglie in PET che integra una stiro-soffiatrice, un'etichettatrice e una riempitrice. (Foto: KHS)

*Il materiale fotografico a corredo di questo articolo tecnico è disponibile online al sito:*

[www.interpack.com](http://www.interpack.com) > Press > Technical Articles

DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 TO 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM

  
Messe  
Düsseldorf



**Ufficio stampa Packaging and Processing Portfolio**

Sebastian Pflügge

Apostolos Hatzigiannidis (Assistente)

Tel.: +49 (0) 211/4560-464/-544

Fax: +49 (0) 211/4560-8548

E-mail: PflueggeS@messe-duesseldorf.de

HatzigiannidisA@messe-duesseldorf.de

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
04 <sup>TO</sup> 10  
MAY  
2017  
INTERPACK.COM**