

pro carton



Marketing: **10 importanti tendenze di consumo del 2013**

Marchi: **McDonald's: Leader del cambiamento globale**

Design/Premi: **Creatività a 360 gradi**

Eventi: **Packaging: un mezzo di comunicazione nell'era digitale**

Studi: **L'avvento di nuovi valori**

Sostenibilità: **La bella storia ambientalista di Pro Carton continua ...**



PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

Non ci sono ormai più dubbi sul fatto che il cartone e le confezioni in cartone oggi siano la forma di packaging più sostenibile. E la sostenibilità è la "briscola", che diventerà il fattore più importante della produzione negli anni a venire.



Cartone e confezioni in cartone presentano anche il vantaggio che la qualità di stampa e le possibilità di conversione danno carisma ai prodotti sugli scaffali. L'industria dei prodotti a marchio utilizza la confezione in cartone per promuovere attivamente i prodotti nel punto vendita.

Con un vasto studio, l'anno scorso siamo stati in grado di confermare che il packaging è anche un efficacissimo vettore pubblicitario, capace di produrre effetti multipli, sia nel punto vendita che in seguito, nella casa del consumatore. Il packaging soddisfa le aspettative dei consumatori in quanto a comunicazione e li invita ad utilizzare Internet tramite codici digitali, come i codici QR, che permettono loro di scoprire offerte speciali con un vero valore aggiunto, come ad es. informazioni supplementari, altre offerte, applicazioni, consigli per chi utilizza il prodotto, fan club e molto, molto altro.

Questa edizione della nostra rivista offre una selezione di alcune delle più importanti notizie che Pro Carton ha da diffondere su questi argomenti, sia come riferimento che da conservare, quali informazioni sulle nuove tendenze e sulle migliori idee di design, sui produttori di cartone e confezioni in cartone, sui proprietari di marchio, sul commercio al dettaglio e sui media.

La nostra newsletter elettronica viene pubblicata in inglese, francese, tedesco, italiano e spagnolo e viene letta da più di 9.000 iscritti in 41 paesi europei. Se non avete ancora usufruito del nostro servizio mensile di "E-News", dovreste cominciare subito! Registratevi adesso al nostro sito www.procarton.com/Notizie.

E buona lettura! Cordialmente,

Roland Rex, Presidente di Pro Carton

Tendenze di marketing

10 importanti tendenze di consumo del 2013

L'istituto "trendwatching.com" ha previsto dieci tendenze per il 2013, che contengono approcci interessanti per la progettazione del packaging: la sostenibilità sarà uno dei punti essenziali per la filiera della distribuzione, mentre la trasparenza, l'autenticità e la globalizzazione presenteranno nuove sfide al design del packaging.



Frank Rehme, Metro

In difesa del packaging

Frank Rehme, responsabile dei Servizi per l'innovazione di Metro Systems GmbH, vede l'esperienza dello shopping come la chiave del futuro del commercio stazionario. Poi parla degli ulteriori sviluppi dell'esperienza di acquisto e della componente emotiva del suo elemento centrale: il packaging. Pro Carton lo ha intervistato durante il Congresso ECR a Bruxelles.

10 CRUCIAL CONSUMER TRENDS FOR 2013



Il digitale è out?!

Chi utilizza la parola 'digitale' oggi potrebbe essere considerato una persona antica: il digitale è divenuto la norma. Il digitale è la 'nuova normalità', questo ci dice Peter Hinssen nel suo nuovo libro "The New Normal". Un fatto che ha conseguenze enormi su tutto il nostro sistema commerciale.

Roland Rex, Presidente di Pro Carton, osserva: "Il packaging sta svolgendo

funzioni nuove nel dialogo con i consumatori. Utilizzando vari meccanismi di risposta, non è più un mero veicolo di informazioni, ma sta diventando un mezzo in grado di stabilire un dialogo vero e proprio, sia nel punto vendita che a casa".

► Maggiori informazioni su www.procarton.com/Notizie

Marchi & Mercati

Grande sorpresa con l'uovo di Pasqua Nestlé: una confezione riciclabile al 100%

Pro Carton è lieta di annunciare che Nestlé è il primo grande marchio ad aver introdotto oggi una confezione riciclabile al 100% per tutte le uova di Pasqua di propria



produzione. In Inghilterra e in Irlanda Nestlé ha sostituito le 48 tonnellate di plastica rigida utilizzate nella confezione per sostenere l'uovo con cartone approvato dalla FSC (Forest Stewardship Council), il che significa che ora l'intera gamma dei prodotti pasquali è riciclabile. Inoltre, si utilizzerà una pellicola biodegradabile per le finestrelle, il che permetterà una riduzione del 30% del materiale per la confezione in tutto l'assortimento di uova pasquali su sostegno.

Leader del cambiamento globale

Servire 15 milioni di clienti ogni giorno in tutta Europa significa produrre tanto packaging... ma le iconiche confezioni di



McDonald's stanno diventando un simbolo di sostenibilità. "Siamo dotati di spirito pionieristico alla McDonald's" - afferma Jacqui Macalister, responsabile della sostenibilità nella distribuzione europea della catena McDonald's. "Vogliamo essere all'avanguardia nello sviluppo". Pro Carton le ha chiesto a che cosa sta lavorando attualmente il packaging team di McDonald's...

► Maggiori informazioni su www.pro-carton.com/Notizie

Design/Premi

Packaging strategico con il Packvertising

"Il packaging deve svolgere la funzione dello spot pubblicitario sullo scaffale, è per questo che parliamo di packvertising. L'80 per cento dei prodotti che troviamo nei supermercati non è pubblicizzato in TV,

sui cartelloni o con altri tipi di pubblicità in termini di comunicazione. Ed è qui che arriva il packaging a portare un tratto distintivo importante", afferma il Dott. Christian Scheier, amministratore delegato di decode

Marketingberatung. Pro Carton lo ha intervistato.

Winner Beverages Pro Carton/ECMA Award 2013: Remy Cointreau „Coeur de cognac"



Winner Confectionery Pro Carton/ECMA Award 2013: Ferrero Deutschland „tic tac Fan-Rassel"

Creatività a 360 gradi: la cerimonia di assegnazione del 16o premio Pro Carton/ECMA

Il premio annuale Pro Carton/ECMA è uno dei riconoscimenti più ambiti della sua categoria ed è giunto nel frattempo alla 16a edizione. Il premio viene assegnato al packaging che si è dimostrato vincente sul mercato. Per la prima volta, il concorso è stato aperto a tutti i partner della catena di fornitura: a

produttori di cartone e cartoncino, designer, proprietari di marchi e al settore del commercio al dettaglio. I vincitori dei premi sono stati presentati il 20 settembre al Congresso ECMA di Copenhagen. Il premio per il miglior packaging in cartoncino dell'anno è stato assegnato alla confezione dello champagne Taittinger Rose Lens ideata da Van Genechten.

► Maggiori informazioni su www.pro-carton.com/Notizie



Carton of the Year, Pro Carton/ECMA Award 2012: Taittinger „Rose Lens"



Eventi

Una nuova generazione di acquirenti

Al 16° Congresso ECR tenutosi all'inizio di maggio a Bruxelles, i maggiori esperti delle più importanti aziende europee del commercio al dettaglio si sono incontrati con i proprietari di marchio.



Moderatore Alex Thomson / Barney Burgess, COO Grocery Home Shopping, Tesco

I tre argomenti principali trattati sono stati la collaborazione nella supply chain, l'era digitale e la crescita sostenibile. Il programma e gli interventi, insieme a numerosi video, sono ben documentati nel sito web ecreuropeforum.net. Pro Carton ha selezionato per voi alcuni punti salienti.



Jan Zijdeveld, Presidente Unilever Europe

Dr. Andreas Blaschke, Presidente ECMA



La strada per il futuro

"Tracciare la strada del futuro" è stato il motto dei rappresentanti dell'industria del cartoncino e del cartone, che si sono incontrati dal 19 al 22 settembre a Copenhagen in occasione del Congresso ECMA. L'ampia gamma degli argomenti trattati includeva uno sguardo al futuro della società e del business in Europa, esempi attuali di sostenibilità e la "Guida alle Buone Prassi Produttive" (GMP, Good Manufacturing Practice). Il Presidente di ECMA, Dr. Andreas Blaschke, e Roland Rex, Presidente di Pro Carton, hanno presentato la 16a edizione dei premi Pro Carton/ECMA.



Packaging: un mezzo di comunicazione nell'era digitale

Il 9° Congresso di Pro Carton ha ospitato tantissime novità: il packaging sta assumendo un ruolo sempre più di rilievo nell'era digitale.

I consumatori vogliono vedere il packaging, anche se acquistano tramite Internet, e toccarlo! E quasi tutti coloro che possiedono uno smartphone vogliono acquisire le informazioni sul prodotto tramite una scansione.

Cosa viene offerto con le scansioni varia a seconda del settore commerciale e del prodotto, ma una buona campagna pubblicitaria può aumentare sensibilmente le vendite.

► Maggiori informazioni su www.procarton.com/Notizie

Studi

Il packaging: un mezzo di comunicazione molto potente

È stato appena condotto lo studio "Packaging: un mezzo di comunicazione molto potente", che ha paragonato l'efficacia e la capacità di raggiungere il proprio target di 23 canali di comunicazione. Lo studio è stato commissionato da Pro Carton e FFI, ed è stato condotto da Pointlogic International Media Consultants. Per la prima volta sono stati prodotti numeri veri: la scatola di cartone non è solo un'opzione per confezionare i prodotti, ma un vero e proprio strumento di marketing ed un canale pubblicitario proprio come la TV, la stampa o Internet.



L'avvento di nuovi valori

Un nuovo studio condotto dalla catena distributiva britannica Sainsbury's dimostra chiaramente che, nonostante le misure di austerità, i consumatori non sono pronti a sacrificare la sostenibilità e attendono nuove idonee proposte dal mondo dell'industria e del commercio. Lo studio ha individuato cinque nuove tendenze di consumo, che hanno tutte una cosa in comune: danno molta importanza al ruolo del packaging, soprattutto quello degli astucci pieghevoli di cartoncino.

► Maggiori informazioni su www.pro-carton.com/Notizie



Sostenibilità

"Il packaging in cartoncino: una risorsa ed una soluzione per il confezionamento a bassa emissione di carbonio" – È uscita la nuova brochure di Pro Carton

L'ultima brochure di Pro Carton spiega l'approccio alla sostenibilità, al risparmio



di risorse e all'impronta ecologica degli imballaggi in cartone. Essa dimostra che le scatole di cartone hanno una storia ambientale molto forte da raccontare e sottolinea i vantaggi della scelta del packaging in cartone in termini di emissioni di carbonio.

La bella storia ambientalista di Pro Carton continua ...

L'impronta ecologica del cartone oggi è di 915 kg di CO₂ fossile equivalente per tonnellata. La nuova cifra aggiornata mostra una riduzione del 5% in 3 anni. Dal 2005 Pro Carton raccoglie e pubblica regolarmente i dati sull'impatto ambientale dei processi industriali di produzione del cartone e delle scatole di cartone in Europa. L'ultimo rapporto presenta i dati sul ciclo di vita del cartone a partire dal 2011, compreso il cartone fatto con fibra vergine e riciclata e le scatole di cartone stampate.



Carta e cartone sono i materiali per il packaging più riciclati in Europa

Carta e cartone, incluso il cartoncino, hanno raggiunto un tasso di riciclaggio del 78% nel 2010, secondo i calcoli di CEPI (Confederation of European Paper Industries, Confederazione europea delle industrie cartarie) basati su dati Eurostat. Questo dato recente conferma la tendenza all'aumento dal 63,8% raggiunto nel 2000 al 73,3% raggiunto nel 2005, e supera di gran lunga l'obiettivo del 60% stabilito dalla direttiva sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio.

► www.resource-efficiency.procarton.com



Scegliere il cartone per uno stile di vita sostenibile

Che sia dovuta alle buone credenziali ambientali o al ruolo svolto nella prevenzione dello spreco, la scelta delle confezioni in cartone aiuta a rendere più sostenibile la catena di fornitura e aiuta i consumatori ad adottare stili di vita più sostenibili.



Winner Sustainability, Pro Carton/ECMA Award 2013: Green Packaging „Ja! Natürlich“

Gli imballi in cartoncino aiutano a prevenire lo spreco alimentare

Lo spreco di cibo è sempre più spesso visto come una problematica ambientale e sociale di enorme importanza. Il packaging riveste un ruolo essenziale nell'ambito della catena di fornitura alimentare per aiutare a prevenire gli sprechi alimentari e la perdita di risorse utilizzate per coltivare o produrre il prodotto confezionato. Se non esistesse il packaging, il cibo e altri beni andrebbero sprecati a causa dei danni dovuti alla manipolazione, alla carenza di igiene e alle informazioni insufficienti sull'uso del prodotto. Il packaging aumenta la sostenibilità della catena alimentare proteggendo il cibo dai danni durante il trasporto dalla fattoria e dall'azienda, attraverso i rivenditori e fino al consumatore finale.

L'impatto ambientale della produzione dei prodotti confezionati è notevolmente

superiore all'impatto ambientale della produzione del loro confezionamento e i produttori di packaging, come i produttori di imballi in cartoncino, hanno tutto l'interesse ad utilizzare solo la giusta quantità di imballo, poiché così facendo si riducono i costi e si protegge l'ambiente. In Europa il 62% degli astucci pieghevoli prodotti viene utilizzato per confezionare alimenti e, insieme ad altri tipi di packaging, contribuiscono a risolvere il problema dello spreco alimentare.

Continuare a migliorare la prestazione ambientale

L'industria delle confezioni in cartone ha una bellissima storia ambientalista da raccontare ed è in grado di rassicurare i consumatori sul fatto che il cartone è la scelta migliore per l'ambiente. L'ultimo rapporto di Pro Carton presenta i dati sul ciclo di vita del cartone a partire dal 2011, compreso il cartone fatto con fibra vergine e riciclata e le scatole di cartone stampate. La comparazione tra i dati relativi al 2011 e quelli raccolti nel 2008 ha rivelato dei miglioramenti nelle principali categorie di impatto ambientale sotto elencate. Gran parte di questi miglioramenti sono legati ad un maggior risparmio energetico



Tabella dei miglioramenti

I cambiamenti relativi nelle principali categorie di impatto ambientale dal 2008 ad oggi sono stati:

Consumo di risorse non rinnovabili (depauperamento abiotico)	-1%
Emissioni che possono causare piogge acide (acidificazione)	-4%
Emissioni che possono portare a una perdita di ossigeno (eutrofizzazione)	-6%
Emissioni che possono danneggiare lo strato di ozono (riduzione dello strato di ozono)	-8%
Riduzione dell'impronta del carbonio	-5%



dovuto a un uso più efficiente dell'elettricità, a un maggior utilizzo di bioenergia e a prassi più efficaci di misurazione e controllo dell'utilizzo dell'acqua.

La riduzione dell'impronta del carbonio

L'impronta del carbonio di Pro Carton è di 915 kg di CO₂ equivalenti per una tonnellata di cartone prodotto e convertito

Utilizzando i dati sul ciclo di vita di Pro Carton, gli esperti hanno calcolato l'impronta del carbonio dei settori industriali del cartone e cartoncino nel 2005, 2008 e 2011. L'analisi dei dati più recenti raccolti nel 2011 ha mostrato che l'impronta del carbonio aggiornata per i cartoni è di 915 kg di CO₂ equivalenti per tonnellata di cartone prodotto e convertito e che l'impronta del carbonio per i cartoni si è ridotta del 5% dal 2008. Questi nuovi dati sull'impronta del carbonio confortano la tendenza di miglioramento continuo nella performance ambientale del settore.

Il carbonio biogenico nella scatola di cartone

Nel 2009 l'istituto di ricerca ambientale svedese "IVL" ha sviluppato una metodologia per il calcolo del carbonio biogenico presente nell'impronta del carbonio delle scatole di cartone.

La materia prima per il cartoncino è la fibra di legno che si ottiene da foreste gestite in modo sostenibile, i cui alberi assorbono e immagazzinano il carbonio. La metodologia di IVL misura il carbonio biogenico presente nelle scatole di cartone mettendo in relazione i vantaggi offerti dalla materia prima naturale con le confezioni in cartone.

L'istituto IVL sottolinea l'esistenza di un legame positivo tra il sequestro netto di carbonio nei boschi gestiti in modo sostenibile e il consumo di scatole di cartone:

la domanda di cartone dei consumatori stimola la domanda di legname (fibra di legno per la produzione del cartone), che a sua volta incoraggia una gestione sostenibile delle foreste.

Lo studio suggerisce che, per via della domanda di scatole di cartone da parte del mercato, in Europa vengono rimossi dall'atmosfera 730 kg di biossido di carbonio biogenico per tonnellata media di scatole di cartone. Dunque, la scelta della confezione in cartone alimenta la cattura di anidride carbonica per la produzione di un materiale rinnovabile e dimostra il contributo positivo che le scatole di cartone stanno dando al dibattito sul cambiamento climatico e sull'ambiente. Il lavoro dell'istituto integra i dati di Pro Carton, che ha misurato gli equivalenti di anidride carbonica emessi dai combustibili fossili usati nei processi di produzione dall'industria (nell'arco dell'intero ciclo di vita del prodotto).

Per il 2011 l'impronta del carbonio di Pro Carton è stata di 915 kg di CO₂ equivalenti per tonnellata di cartone prodotto e convertito. Secondo l'approccio "cradle to gate" (dalla prima all'ultima fase del ciclo di vita), l'emissione di 915 kg di CO₂ equivalenti per tonnellata di cartone prodotto e convertito è decisamente compensata dai -730 kg di sequestro di CO₂ di origine biogenica.

Utilizzare le risorse in modo responsabile

Le credenziali ambientali del cartone europeo si basano sull'uso di materia prima proveniente da boschi gestiti in modo sostenibile. Non solo si tratta di una risorsa rinnovabile, ma ogni anno il numero di nuove piante in crescita supera la quantità di legna abbattuta di un'area equivalente a 1,5 milioni di campi di calcio.

Per ottenere questo risultato i proprietari e gli operatori di boschi europei si atten-

gono a una combinazione di norme nazionali, europee ed internazionali e ai Piani di certificazione forestale, quali FSC® e PEFC™. Per dimostrare che il legno usato per fare il cartone in Europa proviene da fonti legali e tracciabili verrà emesso un certificato della sua "Catena di custodia" (Chain of Custody). I produttori di merci possono così informare i consumatori sui vantaggi ambientali presentati dalle scatole in cartone tramite un marchio che dimostra che la confezione in cartone proviene da fonti responsabili.

In Europa l'approvvigionamento responsabile delle materie prime con cui si produce il cartone utilizzato per la produzione di scatole da confezione riguarda tanto il legno quanto la carta recuperata.



L'industria della carta e del cartone è dotata di una solida infrastruttura di recupero in Europa. I cartoni vengono raccolti a domicilio o dai cassonetti oppure portati ai punti di raccolta, quindi vengono inviati tramite gli operatori del settore della carta di scarto alle cartiere per il riciclo.

Circa il 60% delle scatole di cartone in Europa è costituito da cartone riciclato. Nel 2010 le confezioni in carta e cartone hanno raggiunto un tasso di riciclaggio del 78%, divenendo il materiale di packaging più riciclato nella UE, in base ai dati Eurostat.

Le prove parlano chiaro: la scelta del cartone aiuta i consumatori a seguire stili di vita più sostenibili, favorendo così l'ambiente.

► Per ulteriori informazioni, visitate la sezione "Efficienza delle risorse e sostenibilità Pro Carton" nel sito web www.procarton.com



Pro Carton - Una piattaforma di marketing e di comunicazione

Pro Carton è la piattaforma europea di marketing e comunicazione dei produttori di cartone e confezioni in cartone. Il compito principale di Pro Carton è comunicare i vantaggi e le potenzialità del cartone e delle confezioni in cartone.

Le confezioni in cartone costituiscono un fondamentale strumento di marketing e rappresentano la più sostenibile tra tutte le soluzioni di packaging. Esse sono il mezzo di comunicazione pubblicitaria più decisivo nel punto vendita e, in seguito, nelle case dei consumatori. Ma, oltre che nel punto vendita, esse stanno diventando sempre più importanti come collegamento tra il mondo virtuale e il mondo reale.

Pro Carton - Informazioni sul design e sul marketing

Pro Carton informa tutta la filiera del packaging - l'industria del cartone e dei pieghevoli, ma anche i disegnatori, i proprietari di marchio e tutto il commercio al dettaglio - e i loro clienti in tutta Europa sui recenti sviluppi del design e del marketing attraverso:

- il sito web www.procarton.com
- la newsletter "E-news" che viene inviata a più di 9.000 soggetti interessati in tutta Europa;
- il premio "Pro Carton/ECMA Award" (www.procartonecmaaward.com)
- la presentazione del premio internazionale per il design "Pro Carton Design Award" (www.procartondesignaward.com)
- il congresso Pro Carton;
- studi su argomenti professionali specifici;
- collaborazioni con partner in vari paesi europei.

Pro Carton - Una rete per ogni domanda sul packaging

Pro Carton è una piattaforma di messa in rete ed una fonte primaria di informazioni per ogni domanda sul packaging. Pro Carton collega tutti i partner della filiera del packaging - produttori e designer di cartone e confezioni in cartone, titolari di marchio e il mondo del commercio al dettaglio - fra loro e al mondo dei media e della politica.

Design e notizie di Marketing

Ogni mese la newsletter "E-News" di Pro Carton viene inviata a più di 9.000 soggetti che hanno ruoli decisionali nel marketing, nel design e nel packaging. Ottenete le informazioni desiderate in pochi secondi: basta un click del mouse per conoscere studi, leggere interviste e relazioni congressuali, studi di mercato, analisi della concorrenza e molto di più.

Vantaggi particolari: sarete i primi a ricevere le notizie più aggiornate sulle nuove ricerche e potrete così utilizzarle per primi nelle vostre strategie a lungo termine. Non potrete che trarne beneficio, come confermato dai nostri lettori del settore del packaging, dell'industria dei prodotti a marchio e del mondo del commercio al dettaglio, dislocati in ben 41 paesi europei.

Iscrivetevi SUBITO a www.procarton.com e abbonatevi al Servizio "ENews" per ricevere gratuitamente da due a tre notiziari aggiornatissimi dal mondo del marketing, del design e del packaging ogni mese.

In programma i seguenti argomenti per le E-News del 2013:

Interviste con gli esperti
Relazioni congressuali
Studi di mercato
Tendenze di marketing
Studi di casi per il marketing
Sostenibilità
Concorsi del 2013,

Impressum

Editore: Pro Carton, Suzanne McEwen – Head of Marketing and Communications, mcewen@procarton.com, Jennifer Buhaenko – Head of Public Affairs, buhaenko@procarton.com, Pro Carton c/o AC Fiduciaire SA, Todistrasse 47, Postfach 1507, 8027 Zürich, Schweiz, **Design:** W&W Grafik & Design, **Stampa:** Starzengruber, 1200 Wien. La ristampa è permessa citando la fonte. Si prega gentilmente di inviarcì copia della bozza.

La presente versione stampata della rivista Pro Carton viene pubblicata una volta l'anno in forma di "Review" da leggere o da conservare.

E comunque: i vostri suggerimenti e le vostre idee sono sempre molto apprezzati nel nostro servizio di posta elettronica, dunque comunicateceli inviando un'e-mail a:



Suzanne E. McEwen
 Head of Marketing and Communications
mcewen@procarton.com



Jennifer Buhaenko
 Head of Public Affairs
buhaenko@procarton.com



PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

POB 36, 1020 Vienna
 Telephone and Fax + 43 /1/ 218 69 18
office@procarton.com, www.procarton.com