

# pro carton

Informazioni aggiornate sul cartone e gli imballi

Edizione 01/09

[www.procarton.com](http://www.procarton.com)



- In questa edizione**
- 2 Europa senza confini / Premessa
  - 2 La Rivoluzione dell'autentico – Simonetta Carbonaro
  - 3 Packaging, design e marketing – 8° Congresso di Pro Carton (Düsseldorf/Germania, 25–26/11/2009)
  - 3 Eleganza, cura e vera innovazione – 13ª edizione del premio Pro Carton / ECMA Awards
  - 4 Design per il futuro – International Pro Carton Design Award 2009/2010
  - 4 Il villaggio globale – 14° Congresso ECR sulla “Risposta efficiente al consumatore”
  - 5 Lunga vita al cartone! – Due esperti discutono il futuro degli imballi in cartoncino
  - 5 Studio”BrainPacs” – Il packaging emotivo vende!
  - 6 Sezione Affari Pubblici: Ruolo maggiore per gli Affari Pubblici di Pro Carton, progetti del settore Affari Pubblici: impronta del carbonio per il cartone, sostenibilità, impronta dell’acqua, sito Web “Cartoncino e ambiente”
  - 8 Postfazione



**PRO CARTON**

Association of European Cartonboard  
and Carton Manufacturers

PREMESSA / 1 SETTEMBRE 2009

## Europa sin fronteras



**Stéphane Thiollier**  
Presidente de Pro Carton

Sin dalla primavera del 2009 Pro Carton offre informazioni su marketing, design e packaging in tutti i Paesi europei in cinque lingue, con esempi di esperienze nei singoli Paesi e su argomenti internazionali. Una breve e-mail mensile offre una panoramica sulle notizie più importanti in pochi secondi, con esempi di marketing, resoconti di importanti congressi e studi di mercato. Informazioni di base e foto sono a un solo clic di distanza nel sito Web [www.procarton.com](http://www.procarton.com). Le cifre confermano l'apprezzamento per questo nuovo servizio: da aprile 2009 più di 8.500 persone interessate in 35 Paesi europei hanno ricevuto le nostre e-news mensili. Qual è la novità? La newsletter con un riepilogo stampato dei resoconti per la prima metà dell'anno e un'anteprima sulla seconda metà. In tal modo gli

abbonati possono mantenere una visione d'insieme e trovare anche informazioni rilevanti in modo semplice in un secondo momento.

Gli attuali argomenti del giorno: il congresso internazionale di Pro Carton che si terrà nel novembre 2009 e l'edizione dei Pro Carton-ECMA-Awards per il packaging di maggior successo che verrà presentato durante il congresso.

Sono convinto che valga la pena iscriversi alle e-news. La procedura di registrazione è semplice, tramite il sito [www.procarton.com](http://www.procarton.com). In tal modo sarà possibile trovare informazioni non immediatamente disponibili altrove... spesso ancor prima che vengano pubblicate altrove.

Chi non vorrebbe essere informato in anticipo sugli ultimi sviluppi?

**Cordiali saluti, Stéphane Thiollier**  
Presidente di Pro Carton

INTERVISTA CON L'ESPERTA CARBONARO / PUBBLICATA IL 1° SETTEMBRE 2009 / ULTERIORI INFORMAZIONI SU [WWW.PROCARTON.COM/NOTIZIE](http://WWW.PROCARTON.COM/NOTIZIE)

## La Rivoluzione dell'Autentico

*Con le sue idee che stravolgono il marketing tradizionale, negli ultimi tempi, Simonetta Carbonaro sta creando un discreto tram-busto. Ricercando quelli che sono i valori dell'odierna società dei consumi, la Carbonaro ha scoperto onestà, autenticità e diversità. Non sembra affatto una novità questa - eppure lo è!*

Simonetta Carbonaro, nata a Milano, ha studiato psicologia in Italia, ha lavorato nell'ambito delle scienze industriali in Germania nonché nel settore giornalistico negli USA. Tornata in Italia nei primi anni '80, si è unita al movimento "Radical Design" e ai designer del gruppo Memphis.

Oggi la Carbonaro è docente di Marketing Umanistico e Gestione del Design all'università di Borås in Svezia, nonché di Design Direction alla Domus Academy di Milano. Dirige l'agenzia di consulenza gestionale "Realise - Strategic Consultants" insieme a Christian Votava. Prima di fondare "Realise", la Carbonaro ha lavorato per ben 10 anni per la Wolff Olins, una delle compagnie britanniche più rinomate nell'ambito delle strategie di marca.

Le sue idee si basano sulla teoria secondo cui la gente sarebbe scontenta del consumo eccessivo che caratterizza il mondo di oggi - per tale concetto lei usa l'espressione "Civiltà della Prosperità". La gente vuole fare esperienza dei propri valori personali aiutando a modellare il mondo, partecipando ed assumendo responsabilità. "L'idea chiave è quella di passare dal singolo individuo alla società nella sua interezza."

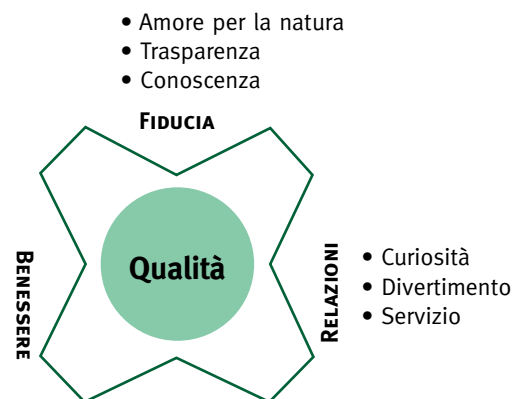
- Socievolezza
- Gusto
- Multisensualità

**Carbonaro: "I clienti percepiscono il forte potenziale di identificazione delle marche e dei prodotti come il loro vero valore aggiunto, per il quale sono disposti a pagare un prezzo più alto. Pertanto, nei mercati saturi il marketing è destinato ad assumere sempre più il ruolo di un "processo di attribuzione di valore ai sensi."**



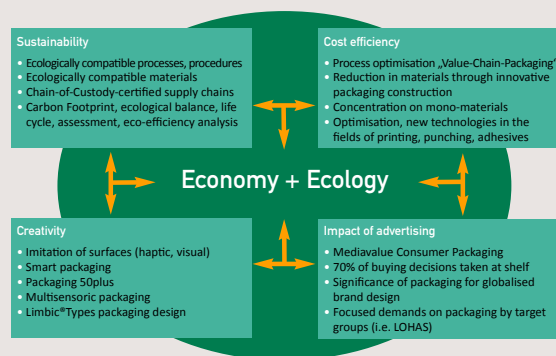
Nel corso di una conferenza tenuta al "Trendbuero" di Amburgo, la Carbonaro ha dichiarato: "Attualmente tutti parlano della crisi. Ma questa crisi non è altro che il segnale evidente della necessità di un cambiamento nelle nostre società ricche e orientate al consumatore. I consumatori continueranno a cercare i loro oggetti del desiderio. La novità, però, è che essi non vorranno più soltanto soddisfare i propri bisogni individuali, bensì indirizzare anche le proprie aspettative sui valori."

### Modello socioculturale del consumo



## Packaging, design e marketing

L'8° congresso di PRO CARTON si terrà il 25 e il 26 novembre 2009 a Düsseldorf, presso il Centro Congressi CCD (Congress Center Düsseldorf). Poiché la sostenibilità è sempre più una delle forze che determinano l'innovazione, la crescita e il valore del marchio, il nostro congresso si concentrerà su questo argomento. L'attenzione si concentrerà sul "packaging della catena del valore: Packaging sostenibile dei prodotti di consumo per aumentare i valori dei marchi."



Il congresso si concentrerà su "Packaging della catena del valore: Packaging sostenibile dei prodotti di consumo per aumentare i valori dei marchi".

Prendendo in considerazione le affermazioni di molti leader del mercato, il programma pianificato per il nostro congresso evidenzierà i legami tra le quattro aree mostrate nel grafico, dimostrando l'interazione positiva dei membri del "packaging della catena del valore" per ottenere un packaging dei prodotti ottimale in termini economici ed ecologici.

I partecipanti al congresso, che è divenuto il punto di incontro delle persone interessate al "packaging della catena del valore", non solo potranno ascoltare informazioni da speaker di alto livello che operano all'interno del settore, ma avranno anche ampie opportunità di creare reti informali di rapporti.

Un evento di intrattenimento sarà la "Notte del packaging", con la 13ª presentazione dei premi Pro Carton/ECMA Carton Awards alle squadre vincitrici. Prevediamo circa 300 partecipanti (come agli ultimi congressi) che rappresenteranno un interessante spaccato dei settori dell'industria alimentare e non alimentare, pubblicità e design di packaging, commercio, industria del cartone, produttori e finitori di cartoncino, pre-stampa, stampa, post-stampa, inchiostri e adesivi. Per ricevere ulteriori informazioni e l'invito, inviare un breve messaggio e-mail a Pro Carton: [info@procarton.com](mailto:info@procarton.com)

## Eleganza, cura e vera innovazione

Le iscrizioni alla 13ª edizione dei premi Pro Carton / ECMA Awards hanno mostrato tutte le potenzialità di innovazione e sostenibilità del packaging in cartoncino. Una ricca scelta di nuove idee e soluzioni in tutte le categorie.

L'eleganza e l'inventiva dei produttori di cartone e cartoncino in tutta Europa era ben rappresentata quando, all'inizio di luglio, si è iniziato ad assegnare gli annuali premi Pro Carton / ECMA Carton Awards. Quest'anno si è giunti alla 13ª edizione del concorso e il 2009 non ha assolutamente deluso. In una delle edizioni con il più alto livello degli oggetti in concorso mai visto da anni, sono stati iscritti 122 prodotti in cartoncino da non meno di 12 paesi che sono stati giudicati in diverse categorie.

Tre anni fa, dietro richiesta dei giurati, è stata introdotta una nuova categoria per gli imballi in cartone con le migliori caratteristiche di sostenibilità. Come ha affermato Satkar Gidda, Presidente della giuria: "La sostenibilità è al primo posto dell'agenda e riteniamo che sia utile assegnare uno specifico premio annuale che riconosca questa realtà. Nel 2009 siamo stati felici di osservare un numero anche maggiore di iscrizioni di oggetti con caratteristiche evidenti di sostenibilità." Oltre a selezionare otto vincitori di altrettante categorie e il vincitore per la categoria della sostenibilità, i giurati hanno anche scelto il Cartoncino dell'Anno e l'oggetto in concorso che mostrava la maggiore innovazione o un nuovo utilizzo del cartone. Durante il Congresso di ECMA, che si terrà a settembre a Istanbul, verranno annunciati tutti i finalisti delle varie categorie, mentre l'annuncio dei vincitori sarà dato in occasione del Congresso di Pro Carton, "La notte del packaging", che si svolgerà a Düsseldorf il 25 e il 26 novembre.

Un giorno di lavoro intenso a studiare in modo accurato le idee, a discutere con fervore i diversi progetti e ad apprezzare l'input creativo in generale. Sopra: i membri della giuria Burgunde Uhlig (rivista Brigitte, Germania), Guido Brosius (Carrefour), Pascal van Beek (Unilever). Sotto: Satkar Gidda, Presidente della giuria (agenzia di design Siebert Head) con Uhlig e Brosius.



INTERNATIONAL PRO CARTON DESIGN AWARD 2010/ PUBBLICATO IL 29 GIUGNO 2009/ ULTERIORI INFORMAZIONI SU WWW.PROCARTON.COM/NOTIZIE

## Design per il futuro

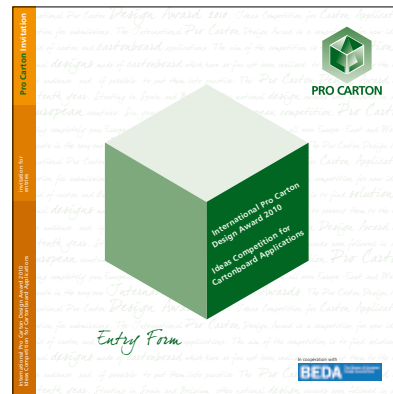
*Il premio International Pro Carton Design Award guarda al futuro: studenti di design sono stati invitati a creare un design sostenibile per un materiale sostenibile: il cartoncino. Il noto concorso si tiene ogni due anni e nel 2010 verrà organizzata la terza edizione. Per la prima volta il premio viene assegnato senza fasi preliminari e si estende a tutta l'Europa: orientale e occidentale.*

L'International Pro Carton Design Award è un concorso che premia le idee di design nuove e non ancora realizzate nel settore delle applicazioni in cartoncino e cartone. L'obiettivo del concorso è quello di scoprire soluzioni non realizzate in tutta Europa, per renderle pubbliche e, se possibile, metterle in pratica.

Quest'anno sono stati invitati a partecipare studenti da oltre 450 scuole di design in 22 paesi europei. Sono già stati ricevuti molti riscontri positivi.

Il concorso viene organizzato ogni due anni da Pro Carton International e contempla due categorie: "Packaging in cartoncino" e "Altri utilizzi del cartoncino" (ad esempio, direct mailing, materiali per espositori/punti vendita). Le domande di iscrizione devono pervenire entro il 11 marzo 2010, i vincitori e i concorrenti classificati al secondo e terzo posto verranno presentati durante la cerimonia di premiazione che si svolgerà nella primavera del 2010. Ci saranno un vincitore e un secondo e terzo classificato per ogni categoria.

*La partecipazione è gratuita per i designer che frequentano ancora corsi di istruzione/formazione. Moduli di iscrizione in formato PDF su [www.procarton.com](http://www.procarton.com)*



**Il premio ha attirato molto interesse, soprattutto poiché a vincitori e secondi e terzi classificati viene concessa l'opportunità di incontrare i principali designer e produttori e in tal modo di aumentare in modo significativo le possibilità di una futura collaborazione. I premi includono una settimana di attività pratiche presso una nota agenzia di design europea e una settimana di formazione con esperti da tutti i settori della catena di fornitura, incluse sessioni pratiche in aziende leader di cartoncini e astucci pieghevoli.**

14° CONGRESSO ECR SULLA "RISPOSTA EFFICIENTE AL CONSUMATORE"/ PUBBLICATO IL 29 GIUGNO 2009 / WWW.PROCARTON.COM/NOTIZIE

## Il villaggio globale

*Il villaggio globale sta diventando sempre più una realtà economica ed ecologica. È praticamente impossibile fare qualunque cosa senza incidere su molte altre durante il processo. Pertanto, l'industria e il commercio intendono cooperare più strettamente in futuro per migliorare la sostenibilità e rispondere più velocemente alle esigenze dei clienti.*



**Il congresso ECR annuale ha riunito circa 900 persone: sono rappresentati praticamente tutti i principali rivenditori e proprietari di marchi e l'elenco dei partecipanti apre una finestra su questi settori.**

Il 14° Congresso ECR (Efficient Consumer Response, risposta efficiente al consumatore) si è tenuto a Barcellona all'inizio di giugno. Questo congresso, che viene organizzato ogni anno, ha riunito circa 900 persone, principalmente rappresentanti del settore delle vendite al dettaglio e dei proprietari di marchi.

### L'accento sulla sostenibilità

Mentre il tema del congresso di quest'anno riguardava il cambiamento e il titolo era "Our World is changing and our shoppers are more demanding" (Il nostro mondo sta cambiando e i nostri acquirenti sono più esigenti), ci si è anche soffermati molto sui temi della sostenibilità che interessano questi settori industriali. Durante questa sessione Pro Carton ha presentato un profilo delle scoperte di un rapporto recentemente commissionato assieme a ECMA (l'associazione dei produttori europei di cartone). Questo studio tecnico analizza in dettaglio l'accumulo di carbonio nelle foreste e il conseguente accumulo di carbonio durante il ciclo di vita degli imballi in cartoncino.

### Collaborazione e cooperazione

La presentazione fondamentale è stata fatta da Lars Olofsson, CEO di Carrefour, che ha descritto in modo dettagliato il modo in cui la sua azienda si sta adeguando e sta cambiando per soddisfare le nuove esigenze dei consumatori. Ha nuovamente sottolineato l'esigenza di cooperazione in tutta la catena di fornitura per assicurare che le aspettative dei consumatori siano completamente soddisfatte.

## Lunga vita al cartone!

*Franz Rappold, membro del consiglio di amministrazione di Mayr-Melnhof Karton e Presidente di CEPI Cartonboard (associazione europea dei produttori di cartone), e Per Lundeen, Presidente e Amministratore delegato di A&R Carton nonché Presidente di ECMA (European Carton Makers Association, associazione europea dei produttori di cartone), hanno entrambi espresso fiducia nel futuro durante la nostra intervista. Le innovazioni dinamiche nella catena di fornitura e nei prodotti, unite a una sostenibilità eccellente continueranno in futuro a offrire vantaggi di mercato competitivi al cartoncino e alle confezioni in cartoncino.*



Franz Rappold

**L'innovazione è sempre stata una delle chiavi per accedere a nuovi mercati. Quali sono secondo voi i nuovi mercati in cui è possibile entrare?**

PL: I nostri clienti sono ancora alla ricerca di innovazione per quanto riguarda il packaging. Questo elemento continua dunque a rappresentare dal loro punto di vista una buona spinta alla differenziazione e all'aumento delle vendite. Al momento è possibile addirittura notare un aumento di interesse nei confronti dell'innovazione, e questo vale per molti settori del mercato.

**Siete ottimisti sul futuro delle vendite di cartone e cartoncino nei prossimi 12 - 24 mesi?**

FR: Saremmo dei "pessimi manager" se non vedessimo delle possibilità in questo periodo così difficile, ma allo stesso modo non ignoriamo i pericoli. La cosa da fare è un marketing intelligente basato su un dialogo stretto con l'intera catena di fornitura. I produttori e i trasformatori di cartone che sono in grado di offrire soluzioni logistiche intelligenti di packaging e trasporto su base paneuropea sono decisamente avvantaggiati. Fornitura e qualità costanti, insieme a team di marketing e di vendita competenti, garantiranno un vantaggio competitivo e offriranno una "USP" (Unique Selling Proposition, proposta unica di vendita) rispetto ad altri settori del packaging.



Per Lundeen

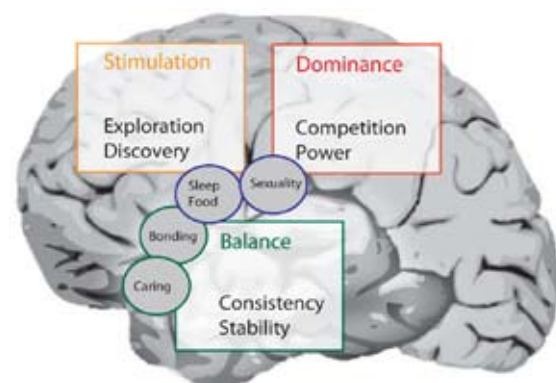
## Il packaging emotivo vende!

*Lo studio "BrainPacs" condotto da Gruppe Nymphenburg Consult AG e commissionato da Pro Carton è stato pubblicato in tedesco nel 2008. Ora Pro Carton mette a disposizione la versione in inglese dei rivoluzionari risultati dello studio: le persone basano le proprie decisioni sulle emozioni. E, ancor più significativo per il marketing: esistono cluster emotivi differenti tra i quali si può (e si dovrebbe) scegliere.*

La più recente tecnologia di imaging medico è in grado di localizzare con precisione quelle zone del cervello le cui risposte vengono attivate da segnali di marketing. Risultato: viene attivato il sistema limbico (il centro delle nostre emozioni), non le parti del cervello responsabili delle decisioni razionali. Lo studio ha rivelato sette cluster emotivi principali ("tipi limbici") dai quali è stata derivata una tipologia di utente basata su principi scientifici: Avventuriero (non-conformista, spontaneo, ama essere "diversamente"), Disciplinato (preferisce l'approccio diretto e lineare), Gaudente (spendaccione, atteggiamento positivo e orientato agli eventi), Armonizzatore (molto emotivo e orientato all'armonia), Edonista (egocentrico, orientato alla tendenza), Protagonista (attivo, orientato alle prestazioni, incline al prestigio) e Tradizionalista (fedele al marchio, apprezza la praticità e la sicurezza).

L'utilizzo del cartoncino può aumentare in modo notevole gli effetti emozionali: le sue proprietà materiali e la stimolazione dei vari sensi (tatto, udito, olfatto) generano risposte emotive addirittura maggiori dai gruppi target.

L'utilizzo del cartoncino può aumentare in modo notevole gli effetti emozionali: le sue proprietà materiali e la stimolazione dei vari sensi (tatto, udito, olfatto) generano risposte emotive addirittura maggiori dai gruppi target.



Lo studio ha rivelato sette "tipi limbici" dai quali è stata derivata una tipologia di utente basata su principi scientifici: Avventuriero, Disciplinato, Gaudente, Armonizzatore, Edonista, Protagonista e Tradizionalista.



**L'utilizzo del cartoncino può aumentare in modo notevole gli effetti emozionali: le sue proprietà materiali e la stimolazione dei vari sensi (tatto, udito, olfatto) generano risposte emotive addirittura maggiori dai gruppi target.**



## Ruolo maggiore per gli Affari Pubblici di Pro Carton

*Dopo la riorganizzazione di Pro Carton in gennaio, l'importanza delle questioni relative agli Affari Pubblici (politica e leggi ambientali che influenzano il cartone e gli imballi in cartoncino) è notevolmente aumentata.*

Negli ultimi anni il Responsabile degli Affari Pubblici, Jennifer Buhaenko, ha controllato e riferito in merito agli sviluppi legislativi. Tuttavia, da gennaio il suo ruolo si è sviluppato e adesso non è più solo una fonte di informazioni ma può anche utilizzare la propria competenza per comunicare informazioni ambientali. Pertanto, assieme al programma di marketing, Pro Carton sta sviluppando sistemi per spiegare le questioni ambientali ai membri e creare strumenti di marketing. Parallelamente, Pro Carton sta espandendo il proprio sito Web con due nuovi siti colmi di informazioni su cartone e imballi in cartoncino: "Sostenibilità" e "Cartone e ambiente".

**Jennifer Buhaenko**

*Responsabile degli Affari Pubblici, Pro Carton*

## Progetti degli Affari Pubblici

*Il compito più importante per gli Affari Pubblici è la ricerca di un ciclo di vita del cartone e degli imballi in cartoncino e la scoperta di prove a sostegno delle affermazioni sulla sostenibilità ambientale senza eguali dei pack in cartoncino rispetto ai prodotti concorrenti.*

L'attività implica un'analisi delle foreste e dei vantaggi derivanti dall'utilizzo di una risorsa rinnovabile, la valutazione dei processi produttivi del settore e delle relative emissioni nell'aria e nell'acqua, l'osservazione dell'impronta di carbonio del settore e anche la preparazione delle prossime questioni relative all'impronta dell'acqua e, infine, la discussione sulla sostenibilità del pack in cartoncino.



### Impronta del carbonio per gli imballi in cartoncino

**Pro Carton ha redatto una breve brochure sull'impronta degli imballi in cartoncino nel 2008. Ma si tratta di un'area molto dinamica ed è già necessario un aggiornamento.**

Pro Carton si impegna su due fronti per sviluppare una nuova brochure "Impronta del carbonio per gli imballi in cartoncino": innanzitutto, aggiornando i dati relativi alla produzione di cartone e cartoncino, quindi anche cooperando con ECMA (l'associazione dei produttori europei di cartone) e con un istituto di ricerca svedese per trovare un sistema che consenta a cartone e cartoncino di guadagnare credito dall'isolamento del carbonio nelle foreste.

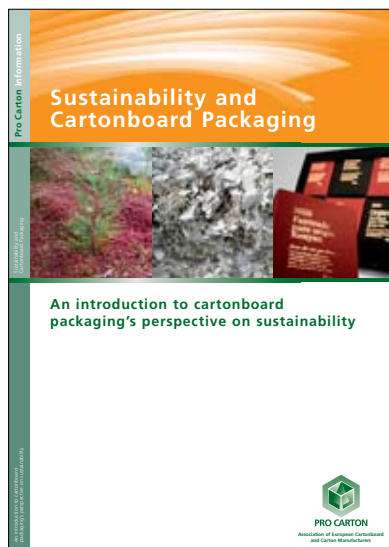
Con l'aiuto di esperti tecnici provenienti da cartiere e trasformatori, Pro Carton sta compilando un elenco di dati ambientali sulle emissioni nell'aria e in acqua causate dai processi produttivi del settore.

Pro Carton ha compilato il primo database di questo tipo e ha redatto il primo rapporto di informazioni ambientali sulla produzione di cartone e cartoncino nel 2005. Lo scopo era quello di fornire agli esperti sul ciclo di vita i migliori dati possibili dal settore, in modo da assicurare la maggiore accuratezza possibile alle loro analisi e ai loro studi. Pro Carton è attualmente impegnata nell'aggiornamento di tale rapporto con i dati del 2008 e i risultati saranno pronti alla fine di settembre 2009.

L'obiettivo è sempre quello di fornire agli esperti dati precisi e aggiornati, ma è previsto anche un confronto tra i dati del 2005 e quelli del 2008. I calcoli iniziali si dimostrano ottimistici per quanto riguarda i miglioramenti nelle prestazioni ambientali. Il settore desidera mostrare che prende sul serio le proprie responsabilità ambientali e che è alla ricerca di continui miglioramenti. I risultati verranno pubblicati nei comunicati stampa sul sito Web di Pro Carton. Pro Carton coopera anche a stretto contatto con ECMA e IVL (istituto svedese per la ricerca sull'ambiente) per sviluppare uno studio che cerchi di stabilire un collegamento tra i flussi di carbonio nelle foreste e il cartone. I risultati dello studio saranno pronti a settembre e un rapporto completo sarà disponibile nel sito "Sostenibilità", nella sezione relativa all'impronta del carbonio.

**Con l'aiuto di esperti tecnici provenienti da cartiere e trasformatori, Pro Carton sta compilando un elenco di dati ambientali sulle emissioni nell'aria e in acqua causate dai processi produttivi del settore.**





## Sostenibilità

**Lo sviluppo sostenibile è l'impegno a raggiungere obiettivi economici, ambientali e sociologici. Adesso è una parte centrale della strategia aziendale di produttori e rivenditori e assume sempre maggiore rilievo tra i consumatori. Lo sviluppo di un approccio alla sostenibilità aiuta le aziende a ridurre i costi, diventare più efficienti, innovarsi e aumentare la fedeltà dei clienti.**

Pro Carton ha pubblicato "Sostenibilità e imballi in cartoncino", una brochure di 8 pagine per presentare la prospettiva di sostenibilità degli imballi in cartoncino. Una versione in formato PDF è disponibile per il download nel sito [www.procarton.com](http://www.procarton.com), in inglese, tedesco, francese, italiano e spagnolo. Inoltre sono disponibili copie in formato cartaceo in inglese.

Un nuovo sito dal titolo "Sostenibilità", all'interno del sito Web di Pro Carton, verrà inaugurato alla fine di agosto. In base alla brochure di presentazione, fornirà maggiori dettagli su ciascuno dei pilastri della sostenibilità: ambiente, economia, società e il loro rapporto con gli imballi in cartoncino. Per dimostrare come gli imballi in cartoncino rispettino l'ambiente, il sito Web contiene descrizioni dettagliate su recupero e riciclaggio degli imballi in cartone, compo-

staggio, gestione sostenibile delle foreste, utilizzo dell'energia e dell'acqua. La sezione sulla società spiega come gli imballi in cartoncino facilitino la vita odierna e il motivo per cui ai consumatori piace il cartone. Il terzo pilastro, l'economia, viene affrontato con una descrizione del modo in cui il cartone e l'industria del cartoncino creano valore nella catena del packaging, nonché di come il settore sia alla continua ricerca di nuove tecnologie e introduca innovazioni per migliorare le prestazioni e rispondere alle esigenze del mercato.

**Il ruolo del packaging che ne emerge è quello di un elemento che aiuta le aziende manifatturiere e i rivenditori a soddisfare i propri obiettivi aziendali di sostenibilità. Il cartone e gli imballi in cartoncino godono di buona considerazione in questo settore e questo dovrebbe rappresentare un vantaggio nel momento in cui i dirigenti con responsabilità decisionali devono considerare quale tipo di packaging privilegiare.**

## Impronta dell'acqua

**Il network dedicato definisce l'impronta dell'acqua come "il volume totale di acqua dolce utilizzata per produrre le merci e i servizi consumati dal singolo o dalla comunità oppure prodotti dall'azienda".**

La discussione sul metodo per valutare un'impronta dell'acqua e il suo impatto sull'ambiente è ancora in corso. È importante comprendere che il rilevamento dell'impronta dell'acqua non è ugua-

le a quello dell'impronta del carbonio, ma è chiaro che c'è un rapporto tra acqua, carbonio ed energia, pertanto è necessario definire un equilibrio che favorisca l'ambiente.

L'idea di fornire un'impronta dell'impiego di acqua sta acquisendo sempre maggiore importanza e presto, dopo il carbonio, l'acqua sarà con molta probabilità la successiva risorsa che l'industria della carta e del cartoncino dovrà considerare. Per prepararsi a questo scenario, l'associazione mantello dell'industria della carta, la CEPI (Confederation of Paper Industries, confederazione delle industrie cartiere) è divenuta membro del network dedicato all'impronta dell'acqua e di altre associazioni, per contribuire allo sviluppo della metodologia e per condividere l'esperienza ottenuta dal coinvolgimento nella certificazione forestale.



**Pro Carton coopera a stretto contatto con la CEPI e provvederà all'aggiornamento dei dati relativi all'argomento nel sito Web di Pro Carton.**

## Sito Web "Cartoncino e ambiente"

**Una nuova sezione del sito [www.procarton.com](http://www.procarton.com) dedicato agli Affari Pubblici è attualmente in costruzione. Intitolato "Cartoncino e ambiente", verrà inaugurato in autunno.**

**Il sito è strutturato in due parti:**

- un centro informazioni sugli imballi in cartoncino e l'ambiente aperto a tutti i visitatori;
- un forum separato solo per i membri, dedicato a chi è interessato ad argomenti relativi agli Affari Pubblici.

Il centro informazioni sulle questioni ambientali è progettato per aiutare i visitatori del sito a trovare molto facilmente risposte a domande sugli imballi in cartoncino e sull'ambiente. Ad esempio, sotto forma di domande e risposte:

D: "Gli imballi in cartoncino possono essere riciclati all'infinito?"

R: "Le fibre di legno possono essere riciclate fino a 5-7 volte, ma non possono essere riciclate all'infinito. Le fibre perdono forza e lunghezza ed è necessario aggiungere nuove fibre vergini per mantenere le proprietà del cartone."



# pro carton

Informazioni aggiornate sul cartone e gli imballi

POSTFAZIONE/ 1 SETTEMBRE 2009

[www.procarton.com](http://www.procarton.com)

## Cinque punti per voi

1. Speriamo che abbiate apprezzato la prima edizione della nostra nuova newsletter "Pro Carton" con informazioni su marketing, design e packaging.
2. Per assicurarci che siate sempre tra i primi a ricevere le nostre e-news mensili, consigliamo di eseguire la registrazione al sito [www.procarton.com](http://www.procarton.com). È possibile scegliere tra cinque diverse lingue europee.
3. Le e-news saranno brevi: in pochi secondi potrete visualizzare in anteprima i brevi resoconti e scoprire se trattano argomenti di vostro interesse. In caso positivo, basterà un clic del mouse per ottenere maggiori informazioni e immagini stampabili.

4. Inoltre, riceverete la nostra newsletter in formato cartaceo due volte l'anno. La pubblicazione contiene un riepilogo degli argomenti precedenti e offre la possibilità di consultare importanti idee e informazioni del passato.
5. Registratevi per ricevere le nostre e-news e passate parola anche ai vostri colleghi. Vi promettiamo notizie aggiornate, fresche di stampa e rilevanti per la vostra azienda!

**Suzanne E. McEwen**  
*Responsabile del Marketing e delle Comunicazioni,  
Pro Carton*

**A proposito: siamo sempre lieti di ricevere proposte e suggerimenti sul servizio e-mail e sulla nuova newsletter di Pro Carton.**

**P.S. Registratevi al sito [www.procarton.com](http://www.procarton.com) in tempo per il congresso di Pro Carton che si terrà a Düsseldorf alla fine di novembre!**



## Altre novità in arrivo nel 2009

- Cartoncino e prestigio: il gelato Magnum
- Inaugurazione della sezione di Affari Pubblici e della sezione Sostenibilità nel sito Web di Pro Carton
- Relazione sul Congresso di ECMA
- Nomine per il premio Pro Carton/ECMA Award
- Pubblicazione dei risultati dei dati di inventario
- Intervista a Stéphane Thiollier – Presidente di Pro Carton
- Pubblicazione della brochure aggiornata sull'impronta del carbonio
- Nuovo studio presentato al congresso di Pro Carton
- Pubblicazione del libretto sulla sostenibilità
- Interviste ai vincitori dei premi Pro Carton/ECMA
- Relazione sul congresso di Pro Carton

**PROPRIETARIO ED EDITORE:** Pro Carton, Suzanne McEwen – Responsabile del Marketing e delle Comunicazioni, [mcewen@procarton.com](mailto:mcewen@procarton.com), Jennifer Buhaenko – Responsabile degli Affari Pubblici, [buhaenko@procarton.com](mailto:buhaenko@procarton.com)  
Pro Carton c/o AC Fiduciaire SA, Todistrasse 47,  
P.O. Box 1507, 8027 Zurich, Svizzera  
**DESIGN E PRODUZIONE:** Mediendesign, 1020 Vienna, elaborato da Stefan Wassak, designer. **STAMPA:** Starzengruber, 1200 Vienna.  
È consentita la riproduzione, purché venga citata la fonte.  
Fornire copie voucher.

**PRO CARTON**  
**ASSOCIAZIONE DEI PRODUTTORI EUROPEI**  
**DI CARTONE E CARTONCINO**

PO Box 36, 1020 Vienna, Österreich  
telefono e fax++43 1 218 69 18  
[office@procarton.com](mailto:office@procarton.com)  
[www.procarton.com](http://www.procarton.com)

K2AT-900084: Stampato su Ensogloss 220 g/m2  
materiale di cartoncino a base di fibre rinnovabili di

STORAENSO