

pro carton

Completare i testi di tutte le e-news in 5 lingue e le foto in qualità stampa su www.procarton.com - Notizie.



In questo numero

- 2 Breve intervista a Øystein Aksnes
Semplificate la catena di fornitura con i nuovi codici ECMA
- 3 Studio: Consumo etico
Progetto in blu: la storia Barilla
I decision maker globali: La responsabilità aziendale è sempre più importante
- 4 Studio Pro Carton: Il packaging sostenibile è importante?
Ridotto l'impatto del packaging stagionale
Siate ispirati!
- 5 L'industria europea del cartoncino riduce l'impronta del carbonio del 7 % in 3 anni
Scatola pieghevole – Un'esperienza unica
La prossima generazione: Sostenibilità tramite prodotti "eco-intelligenti"
- 6 Affari Pubblici "Sostenibilità e packaging in cartoncino"



PRO CARTON

Associazione dei produttori europei di cartone e cartoncino



Solo un anno fa, il servizio di notizie di Pro Carton ha visto un avvio straordinario. Oggi, le nostre e-mail vengono pubblicate in inglese, tedesco, francese, italiano e spagnolo, raggiungendo i lettori in 38 paesi europei. Le ricerche mostrano un elevato livello di accettazione e un pubblico di lettori fedele e in crescita.

Già nel suo primo anno, il servizio di e-mail di Pro Carton si è affermato come importante mezzo di settore per un packaging creativo e sostenibile. Indubbiamente l'importanza della sostenibilità in tempi di recessione economica ha contribuito notevolmente. È diventato virtualmente impossibile bypassare le questioni ambientali: il recente studio condotto da GfK per conto di Pro Carton ma dimostrato quanto sia importante questo argomento per i consumatori.

I consumatori sanno che il cartone è un materiale di confezionamento sostenibile e supportano in misura sempre maggiore questo tipo di imballo, la cui immagine ha attraversato un processo dinamico negli ultimi anni: il design innovativo e coinvolgente mostra una crescente preferenza per il cartone e le numerose e sempre nuove idee continuano a impressionare positivamente in occasione delle varie competizioni di design, specialmente il premio Pro Carton/ECMA per nuove idee di successo che si propongono sul mercato.

Questo numero della nostra newsletter stampata vi offre una selezione delle notizie più importanti del nostro servizio di e-mail, da usare come riferimento o da archiviare, e include molte informazioni essenziali per il lavoro quotidiano di designer, produttori di cartone e di astucci pieghevoli, costruttori di prodotti proprietari e per il commercio al dettaglio, nonché per la stampa di settore. È decisamente vantaggioso registrarsi al servizio di notizie Pro Carton, per ottenere in anticipo informazioni approfondite sul mercato in termini di design, marketing e sull'intera catena distributiva!

Cordialmente,
Stéphane Thiollier, Presidente di Pro Carton



Publicato il 29 giugno 2010 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Breve intervista a Øystein Aksnes

Øystein Aksnes è stato nominato Presidente di CEPI Cartonboard, l'associazione che riunisce la maggior parte dei produttori di cartone europei e anche alcuni dagli Stati Uniti. Dopo aver passato gran parte della sua carriera all'ex MoDgroup e alla Iggesund Paperboard, Øystein è entrato in Stora Enso nel 2008 e attualmente ricopre il ruolo di Vicepresidente, Vendite e Marketing, settore cartone. Di seguito una chiacchierata con Richard Dagleish su CEPI Cartonboard e sui suoi progetti per il prossimo futuro.

"Le esigenze dei nostri membri sono la nostra principale priorità e farò tutto que-

llo che posso per garantire che essi ricevano vantaggi concreti e durevoli dalla loro appartenenza all'associazione. Il mio ruolo di membro del gruppo direttivo di Pro Carton inoltre, mi offre l'opportunità di ricercare e aiutare a implementare nuove iniziative per assicurare che l'intera catena del confezionamento riceva più informazioni possibili sui vantaggi dell'uso del cartone. Questa è una sfida che accetto con piacere e sono lieto di poter contribuire alla guida della CEPI Cartonboard nei prossimi anni."



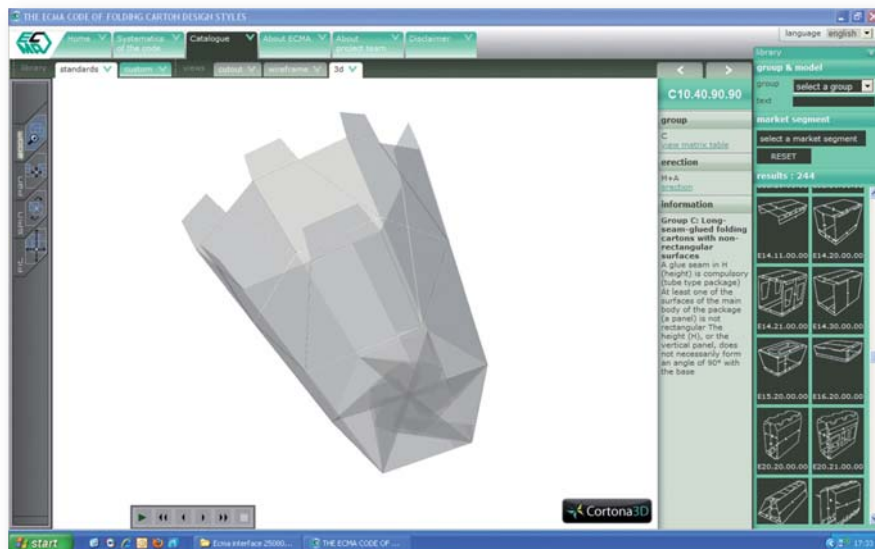
Øystein Aksnes

Publicato il 26 maggio 2010 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Semplificate la catena di fornitura con i nuovi codici ECMA

Uno dei maggiori problemi da risolvere è sempre stato quello della comunicazione. Qualunque sia il vostro background e la vostra cultura, avrete sempre difficoltà a spiegare i vostri pensieri e le vostre idee con una precisione del 100%.

All'interno dell'industria del packaging circolano milioni di diversi progetti di design per packaging. Trovarne uno adeguato ai vostri clienti e ai loro diversi prodotti può richiedere molti incontri. Inoltre, anche spiegare il problema all'interno della vostra stessa organizzazione richiede un certo impegno. È in questi casi che il nuovo Codice ECMA per i progetti di astucci pieghevoli diventa molto utile!



Pubblicato il 29 aprile 2010 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Studio: Consumo etico

Un nuovo studio del Trendbüro di Amburgo indica che il consumo etico mostrerà una crescita anche superiore alla media in futuro. Nonostante l'attuale crisi economica, ha il potenziale per diventare uno dei principali fattori di spinta del futuro. Ormai l'argomento della sostenibilità ha preso piede in modo stabile anche nel settore dell'industria. Il Prof. Peter Wip-

permann, Trendbüro di Amburgo, riassume nel modo seguente l'importanza del cartone e delle scatole in cartoncino: "Il cartone è un materiale eccellente, da anni viene riciclato e offre qualità sensoriali ottime. Tuttavia, quando si pensa al cartone si tende a visualizzare semplici scatole quadrate. Vi è un'enorme richiesta di soluzioni più intelligenti con una maggiore attrazione emotiva e un'ampia varietà di forme per soddisfare la tendenza alla differenziazione nei mercati di massa. È ri-

chiesto un maggiore impegno di sviluppo per ottenere un maggiore effetto".



Studio condotto dal Trend Bureau di Amburgo

Pubblicato il 24 febbraio 2010 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Progetto in blu la storia Barilla

Luca Uva, direttore della business unit Meal Solutions per lo sviluppo europeo del marchio Barilla, racconta a Pro Carton la storia di Barilla e la storia della famosa scatola di cartone blu. Un mito moderno del marketing! "Per motivi sia storici sia ambientali la scatola di cartone è la scelta privilegiata in termini di packaging, soprattutto per la nostra Pasta Barilla. Tre vantaggi principali ci hanno portato a scegliere la scatola come tipo di confezione preferita, che rappresenta anche un innegabile collegamento storico al marchio:

- elevato livello di servizio per i rivenditori, con decorazioni fisse e una gestione ordinata dello scaffale
- elevato livello di servizio per le persone in genere, grazie a semplici sistemi di apertura, alla possibilità di richiudere le confezioni e a una gestione ordinata della dispensa
- ampia gamma di progettazione strutturale

La confezione blu fu introdotta nel 1954. In termini generali, la scatola blu è un bene immobile per il marchio. Inoltre, la scatola e il colore blu vengono riconosciuti dai consumatori come elementi chiave che differenziano il prodotto sullo scaffale

del negozio, infatti i prodotti Barilla vengono sempre indicati come il "muro blu" nei punti vendita".



Pubblicato il 25 marzo 2010 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

I decision maker globali: La responsabilità aziendale è sempre più importante

Il Consumer Goods Forum recentemente ha pubblicato l'ultima indagine Top of Mind Survey, che rivela le priorità di 345 dirigenti chiave con responsabilità decisionali nelle società di distribuzione di beni di consumo in 46 Paesi. Le priorità per l'industria dei beni di consumo sono le seguenti: le società continuano a contrastare gli effetti della crisi finanziaria, eppure mettono ancora le responsabilità

sociali e ambientali in secondo piano. Il Direttore Jean-Marc Saubade, ha commentato: "Questi dati dimostrano che, rispetto a una mentalità dello sconto che può prevalere al di là dei periodi di recessione, l'industria dei beni di consumo ha riconosciuto questa ottima opportunità per ispirare nuovamente i consumatori. Adesso i consumatori si aspettano qualità elevata a prezzi bassi e il modo per rispondere alle loro esigenze è promuovere un'importante innovazione di marchi e formati di distribuzione. Allo stesso tempo, è incoraggiante vedere che la respon-

sabilità aziendale non solo ha resistito alla pressione della crisi economica, ma quest'anno ha persino acquisito maggiore importanza, a dimostrazione del fatto che la sua influenza sull'agenda delle aziende è destinata a perdurare".



Jean-Marc Saubade, Amministratore delegato del "Consumer Goods Forum"

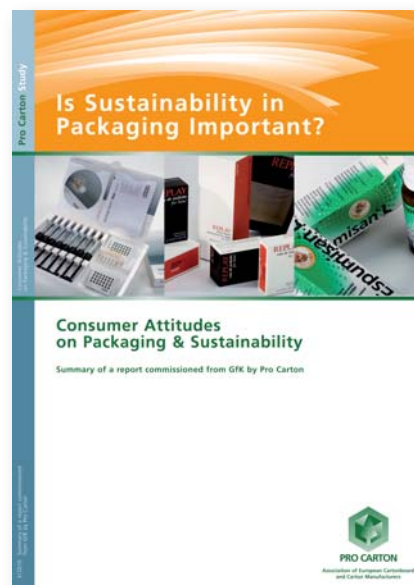


Publicato il 24 febbraio 2010 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Studio Pro Carton: Il packaging sostenibile è importante?

Atteggiamento dei consumatori su packaging e sostenibilità: un nuovo rapporto di Pro Carton commissionato da GfK mostra inequivocabilmente che la sostenibilità nel packaging è importante e che i consumatori si interessano e si preoccupano per il problema. Più del 64% degli intervistati ha affermato che il packaging dovrebbe essere composto di materiale ecologico e più del 55% ritiene che il packaging dovrebbe includere meno plastica possibile.

I consumatori sono disposti a pagare di più per un packaging sostenibile? Ai 2.500 intervistati è anche stato chiesto se concordano con l'affermazione "Sono disposto a pagare un prezzo maggiore per una confezione ecologica". Complessivamente, il 15,8% di tutti gli intervistati ha affermato di essere completamente d'accordo o semplicemente d'accordo, ma ancora una volta si è osservata una differenza netta tra i vari gruppi di consumatori. I "consumatori responsabili" e i "consumatori critici" hanno concordato maggiormente con l'affermazione e il numero delle persone disposte a pagare di più era quasi triplo rispetto al gruppo "famiglia responsabile".



Publicato il 21 dicembre 2009 e il 29 aprile 2009 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie



Ridotto l'impatto del packaging stagionale

Nel Regno Unito il gigante alimentare Nestlé e il gruppo dolciario Cadbury stanno applicando le loro iniziative in termini di sostenibilità nell'ambito del confezionamento stagionale per rispondere alla domanda dei consumatori per un Natale "verde" e una Pasqua sostenibile.

Le due aziende stanno adottando un approccio simile: sostituire i materiali di

confezionamento solitamente usati con il cartone. Questo comporta dei chiari vantaggi. Questo materiale può essere facilmente riciclato e per questo verrà accettato positivamente dai consumatori.

Le materie prime che costituiscono il cartone possono essere rinnovate in infiniti modi e allo stesso tempo le confezioni in cartone sono più leggere, il che riduce i costi di spedizione.

Publicato il 21 dicembre 2009 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Siate ispirati!

Il design non è solo rendere le cose più attraenti. Il design è tutto ciò che è soluzione dei problemi, integrità e coraggio di essere differenti. Il Dr. Alexander Schubert (The Brand Union) ha evidenziato il significato della sostenibilità nel design di oggi in occasione del Congresso Pro Carton del 2009 e ha presentato una serie di esempi di Buone Pratiche.



Publicato il 30 novembre 2009 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

L'industria europea del cartoncino riduce l'impronta del carbonio del 7 % in 3 anni

L'industria europea del cartone e del cartoncino ha registrato notevoli progressi nei suoi impegni ambientali, in base a quanto riporta una valutazione sull'impatto del ciclo di vita commissionata da Pro Carton. L'impronta del carbonio media dell'industria europea è stata ridotta del 7% e sono stati registrati miglio-

menti anche in altre categorie che hanno un impatto sull'ambiente.

I risultati indicano un forte impegno teso a un progresso continuo. Le cartiere mirano a utilizzare meno legno e meno energia e a utilizzare le risorse in modo sempre più efficace. Per la produzione sono stati utilizzati meno carburanti fossili ed è aumentato l'uso di biomasse. Ciò ha portato a un minor consumo di risorse fossili e a una riduzione delle emissioni di anidride carbonica, biossido di zolfo e ossido



Cartiera

di azoto. Sono diminuite anche le emissioni in acqua.

Publicato il 31 agosto 2009 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Scatola pieghevole – Un'esperienza unica

Il "Magnum" è in assoluto il gelato di maggior qualità prodotto dalla società Unilever. Sin dal suo lancio, circa 20 anni fa, il prodotto è stato continuamente promosso ai valori più elevati. La conseguenza logica: una scatola pieghevole.

Nel 2008 è stato lanciato il Magnum "Temptation", il gelato Magnum più lussuoso di sempre. Un'altra eccezionale esperienza del Magnum in un pacchetto argenteo, realizzato da Van Genechten con

del cartoncino fornito dalla M-Real, come tutte le scatole pieghevoli Magnum. Le ragioni alla base di tale decisione sono state l'alta qualità del cartoncino e la sostenibilità del materiale di confezionamento. Il marchio offre performance esemplari, restando sempre un passo avanti alla concorrenza. "Magnum non è stato affatto colpito dalla crisi", dichiara Wilfried Duijvenvoorden, European Supply Manager della Unilever. "Le vendite hanno già superato quelle dell'anno scorso, e le nostre aspettative per il prossimo anno sono estremamente elevate."

Publicato il 28 ottobre 2009 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

La prossima generazione: Sostenibilità tramite prodotti "eco-intelligenti"

All'evento di marketing 2009 di Pro Carton a Vienna e al Congresso di Pro Carton di Düsseldorf, Wolfgang Wimmer e Stefan Gara hanno dato un chiaro messaggio: che un ambiente in evoluzione può produrre cambiamenti radicali nei modelli di business e che tenere in considerazione questo fattore può ripagare molto. "Quando pensiamo al concetto di "eccellenza" dovremmo seguire gli esempi che ci for-

nisc la natura. Quando parliamo di packaging ci vengono subito in mente le noci o le banane, che rappresentano forme ideali di packaging. Il riciclaggio inerente è parte della loro evoluzione. Idealmente, questi sarebbero i tipi di prodotti richiesti in una società industriale "educata" ".

Come possiamo preparare le aziende a queste sfide? Non stiamo parlando di singoli prodotti, stiamo parlando di eccellenza del business. Abbiamo sviluppato un modello che si concentra su quattro settori principali: (1) nuovo modo di pensare,



Dr. Wolfgang Wimmer, professore universitario

(2) nuove azioni basate su nuove strutture, (3) identificazione di nuovi potenziali e (4) integrazione di nuove conoscenze all'interno dell'azienda.



Affari pubblici

"Sostenibilità e packaging in cartoncino"

Il tema della sostenibilità è uno dei principali fattori di spinta nel settore del packaging oggi, ed è per questo motivo che le industrie del cartone e degli astucci pieghevoli rimangono ottimistiche e prevedono una crescita, anche nell'attuale difficile clima economico.

"Ci aspettiamo che le confezioni in cartone assumano un ruolo di sempre maggiore importanza nel campo dei prodotti a marchio e nel commercio al dettaglio" afferma Stéphane Thiollier, Presidente di Pro Carton. "perché questa materia prima convince in termini di sostenibilità".



Sostenibilità

Stéphane Thiollier si pronuncia in modo molto chiaro rispetto al ruolo centrale della sostenibilità nel mercato odierno: "La

sostenibilità è uno dei principali fattori di spinta per la nostra catena distributiva e Pro Carton ha stabilito come una delle proprie priorità quella di spiegare i vantaggi dell'uso del packaging in cartone in termini di sostenibilità. La ricerca che Pro Carton ha incaricato GfK Germania mostra che la sostenibilità è di sempre maggiore importanza anche per i consumatori: il 64% degli intervistati ha affermato che il packaging dovrebbe essere composto da materiali ecologici. Il cartone soddisfa a pieno questo requisito.

Sviluppo sostenibile significa lavorare per raggiungere obiettivi economici, ambientali e sociali, e questo è ora una parte centrale della strategia di business di produttori e rivenditori. "Alla Pro Carton siamo convinti che il packaging in cartone possa aiutare le aziende a raggiungere i loro obiettivi di sostenibilità" spiega Stéphane Thiollier. "L'uso degli astucci pieghevoli per confezionare i prodotti presenta molti vantaggi, specialmente per l'ambiente".

Uno dei vantaggi principali del confezionamento dei prodotti con il cartone è che questo materiale è riciclabile. Il settore della carta e del cartone ha un'infrastrut-

tura di recupero già affermata in Europa e dopo l'uso il cartone può essere raccolto dai consumatori in molti modi: ad esempio piattaforme di raccolta oppure raccolta porta-a-porta. Il cartone recuperato viene inviato alla cartiera per il riciclaggio. Nel 2007, i packaging in carta e cartone hanno raggiunto un livello di riciclaggio dell'80% in Europa, e il 60% del cartone in Europa viene prodotto da cartone riciclato.



La materia prima del cartone è in cartoncino, che è fatto di fibre di legno. Le foreste europee usate dall'industria della carta e del cartone sono sostenibili, in quanto ogni anno la crescita dei nuovi alberi supera la quantità di legno raccolto. In Europa la superficie boschiva si sta allargando di 510.000 ettari all'anno.

Inoltre il cartone viene prodotto in maniera sempre crescente con energie rinnovabili. Circa il 50% di tutta l'energia primaria usata nell'industria europea della pasta di cellulosa, della carta e del cartone si basa sulla biomassa, e i sottoprodotti del legno del processo produttivo forniscono elettricità e vapore, evitando in questo modo l'uso di fonti di energia non rinnovabile come il petrolio a base fossile, il carbone o il gas.

Impronta del carbonio

Le impronte di carbonio e il come misurarle rimane un argomento chiave nel dibattito sulla sostenibilità. Attualmente non esiste un approccio standard per la misurazione del carbonio, e mentre il dibattito prosegue le industrie dei prodotti delle foreste, compresa l'industria del



cartone, hanno un attributo unico da apportare alla discussione sull'impronta del carbonio.

Stéphane Thiollier spiega: "La materia prima per il cartoncino è la fibra di legno, che deriva dalle foreste a gestione sostenibile, i cui alberi assorbono e immagazzinano il carbonio; questo processo viene misurato in termini di carbonio biogenico. Pro Carton ha collaborato con l'Associazione europea dei produttori di cartone (ECMA) e con l'istituto scientifico IVL per sviluppare una metodologia per misurare il carbonio biogenico nel cartone.¹

Questa metodologia mette in relazione i vantaggi in termini di carbonio della nostra materia prima naturale al packaging in cartone e mostra il contributo positivo che l'uso del cartone può apportare al dibattito sul cambiamento climatico".

Lo studio condotto dall'Istituto svedese per l'ambiente IVL illustra il collegamento tra le foreste a gestione sostenibile e il cartone come segue: 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 l'immobilizzazione netta biogenica nella foresta è di 730 kg di equivalenti di anidride carbonica per ogni tonnellata di produzione media di cartone sul mercato. Questi calcoli coprono l'immobilizzazione e le emissioni di anidride carbonica nella produ-



zione del cartone e nella quantità di cartone prodotto e in uso in Europa.

Thiollier riconosce che l'impronta del carbonio solitamente è la misurazione della quantità di equivalenti di anidride carbonica emessi dai carburanti fossili. E chiarisce che Pro Carton è stata attiva anche in questo campo. "Abbiamo calcolato un'impronta del carbonio per il cartone su questa base, come media dell'industria al livello europeo, prima nel 2005 e recentemente, per la seconda volta. Confrontando i dati all'origine dei due risultati, siamo lieti di presentare un miglioramento del 7% nelle prestazioni ambientali dell'industria".

Dalla prima misurazione della loro prestazione ambientale nel 2005, i membri di Pro Carton hanno lavorato per migliorare le loro prestazioni e hanno misurato le loro emissioni fossili nuovamente nel 2008. Confrontando i risultati dalle due serie di dati dello stesso campione di cartiere, si evidenzia un miglioramento nel 2008: nella produzione delle cartiere sono stati usati meno carburanti fossili e più biomassa. Ciò ha portato a un minor consumo di risorse fossili e a una riduzione delle emissioni di anidride carbonica, biossido di zolfo e ossido di azoto.

Usando questo dati è stato eseguito un calcolo dell'impronta del carbonio, iniziando dalla foresta (culla) per finire alla

porta di uscita del convertitore di cartone (cancello). Questo calcolo copre le emissioni derivanti dall'uso delle risorse di carbonio fossile come gas ed elettricità, in ogni fase della produzione e della conversione di una tonnellata di cartone.

L'impronta del carbonio di Pro Carton è di 964 kg / tonnellata di emissioni di equivalenti di CO₂ fossile da cartone prodotto e convertito.

Guardando al futuro

Il Presidente di Pro Carton, Stéphane Thiollier, riassume le prospettive per l'industria del packaging in cartone in modo ottimistico, "La sostenibilità sta supportando gli sviluppi nel settore del packaging, e gli astucci pieghevoli sono le confezioni più versatili per soddisfare i requisiti. Non solo dal punto di vista ambientale, ma anche perché il cartone fornisce soluzioni di packaging innovative, con design accattivante, che facilitano la vita moderna. Le cartiere lavorano costantemente per diventare più efficienti in termini di risorse e collaborano con i produttori di cartone per migliorare le prestazioni del packaging in cartone per rispondere alle esigenze del mercato".

¹"Carbon Footprint of Cartons in Europe – Carbon Footprint methodology and biogenic carbon sequestration" (Impronta del carbonio del cartone in Europa – metodologia dell'impronta del carbonio e immobilizzazione del carbonio biogenico), Istituto svedese di ricerca ambientale IVL



Informazioni su Pro Carton

Pro Carton è l'associazione europea di produttori di cartone e cartoncino. Obiettivo principale dell'associazione è la promozione del cartoncino e del cartone come materiale da imballaggio equilibrato dal punto di vista economico ed ecologico.

Pro Carton è attiva in tutta Europa e informa l'intera catena del packaging sugli ultimi sviluppi dell'industria e dei mercati. Pro Carton sponsorizza anche il "Premio Pro Carton/ECMA" e commissioni di studio su argomenti specifici.

Pro Carton ha i seguenti obiettivi:

- promuovere l'uso del cartone e del cartoncino
- dimostrare che il packaging è uno strumento di marketing fondamentale, specialmente nei punti vendita
- mostrare il cartone come la migliore soluzione di packaging sostenibile, con un elevato potenziale creativo
- offrire una piattaforma di rete per tutti i partner della catena distributiva
- posizionarsi come fonte di informazione preferita per gli argomenti relativi al packaging

I gruppi target principali sono i designer, i produttori di merci a marchio, il settore del packaging e il commercio al dettaglio, nonché le relative istituzioni scolastiche e accademiche e la stampa. Pro Carton offre anche ai politici una completa base di informazioni a livello nazionale e internazionale.

Publicato il 29 giugno 2010 | Per saperne di più: www.procarton.com/Notizie

Servizio estremamente aggiornato

Il numero stampato delle newsletter Pro Carton viene pubblicato annualmente come "revisione" delle e-news di Pro Carton, ovvero un servizio di informazione aggiornata sugli argomenti marketing, design e packaging; con esempi pratici, interviste con gli esperti, relazioni di congressi, studi di mercato, analisi competitive e molto altro.

Iscriviti a questo servizio sul sito www.procarton.com e ricevi gratuitamente due o tre aggiornamenti al mese.

Il servizio di e-mail offre vantaggi significativi: spesso riceverete la ultime novità e potrete regolare di conseguenza, in anticipo, la vostra strategia a lungo termine rispetto ai nuovi sviluppi. Inoltre non vi chiediamo troppo tempo: le e-news sono bre-

vi, in modo che possiate decidere subito se un determinato argomento sia di vostro interesse, e in questo caso è sufficiente fare clic sul testo dettagliato, comprensivo di immagini pronte per la stampa.



Registrarsi può essere solo vantaggioso, come dimostrato dalle numerose iscrizioni effettuate durante il primo anno! E comunque: i suggerimenti per il nostro servizio di e-mail sono sempre ben accetti.

2010

In previsione per il 2010:

- Interviste con esperti
- Riepiloghi di congressi
- Studi di mercato
- Tendenze di marketing
- Studi di caso di marketing
- Sostenibilità
- Premi 2010
- Design packaging

Colophon

Editore: Pro Carton, Suzanne McEwen – Responsabile Marketing e Comunicazioni, mcewen@procarton.com, Jennifer Buhaenko – Responsabile Affari Pubblici, buhaenko@procarton.com, Pro Carton c/o AC Fiduciaire SA, Todistrasse 47, P.O. Box 1507, 8027 Zurigo, Svizzera, **Design:** W&W Grafik & Design, **Stampa:** Starzengruber, 1200 Vienna. La riproduzione è permessa citando la fonte. Si prega di fornire copie del voucher.



PRO CARTON

Associazione dei produttori europei di cartone e cartoncino

PO Box 36, 1020 Vienna,
tel. e fax +43 1/1 218 69 18
office@procarton.com, www.procarton.com