

# L'ortofrutta in cartone

*Materiale green per eccellenza, nel settore è sfruttato per i trasporti e per l'esposizione, grazie anche alle sue proprietà di igiene, resistenza, conservazione e comunicazione.*

di Chiara Porzio



Percurso di lettura:  
[www.largoconsumo.info/ImballaggioCarta](http://www.largoconsumo.info/ImballaggioCarta)

Stando agli ultimi dati forniti da Eurostat, l'industria cartotecnica dell'Unione europea è costituita da 17.400 imprese che impiegano 482.000 addetti e nel 2016 ha realizzato 101,7 miliardi di euro di fatturato, che cresce dello 0,3%, mentre la produzione è in calo dello 0,8%. In ambito nazionale, secondo il report elaborato dall'Istituto italiano imballaggio "Imballaggio in cifre, edizione 2017", gli imballaggi in cartone ondulato, per quanto riguarda la componente del peso, incidono per il 73,4% sul totale del packaging, con una produzione che nel 2016 è arrivata a 3.719 t (+2,7% rispetto al 2015).

Il cartone ondulato è molto utilizzato per realizzare imballaggi da trasporto e questo impiego sostiene la crescita del comparto. Anche l'incremento di vendite on line, nel 2016 aumentate del 10%, ha dato un impulso favorevole al mercato del cartone ondulato. L'area di destinazione degli imballaggi di questo materiale è composta per la maggior parte dal comparto alimentare (food, bevande e ortofrutta). L'aumento della domanda di prodotti ecologici, il boom delle transazioni commerciali on line e la tendenza nell'individualizzazione e tracciabilità delle catene di fornitori contribuiscono all'aumento del volume produttivo del cartone ondulato e teso. Lo sviluppo tecnologico di macchine, processi e sistemi per la produzione e conversione di ondulato si rivela più rapido rispetto a un decennio fa e la digitalizzazione si impone tra i maggiori elementi trainanti di questa industria.

Per quanto riguarda i consumi di frutta e verdura, stando ai dati forniti dalle rilevazioni GfK elaborate da Cso Italy (Centro servizi ortofruttilicoli)

per "Macfrut Consumers' Trend", all'inizio del 2017 si sono attestati come i migliori degli ultimi 17 anni, con frutta al +4% e ortaggi al +5%. Ammontano infatti a 1,3 milioni di tonnellate gli acquisti domestici di ortofrutta di gennaio e febbraio, nonostante il maltempo, con frutta a più di 711.000 t e verdura oltre le 590.000 t. La produzione lorda vendibile di ortofrutta in Italia è pari a più di 12 miliardi di euro (il 24% dell'agricoltura italiana) e il nostro Paese si distingue tra i primi al mondo con oltre 10 milioni di tonnellate di prodotti all'anno e quasi 6 milioni di tonnellate di ortaggi.

**“ I dati di acquisto di frutta e verdura del 2016 sono decisamente in crescita ”**

Anche i consumi domestici si sono rivelati in ripresa con un +1,4% nel fresco. Nel 2016 l'acquisto di ortofrutta è stato pari a 8,27 milioni di tonnellate, con una spesa di più di 13,7 miliardi di euro, considerando anche la rivoluzione nei prezzi medi di acquisto verificatasi negli ultimi 10 anni: da 1,55 euro/kg a 1,66 euro/kg (+6,8%). Il cartone ondulato consta di 6 miliardi di metri quadri prodotti ogni anno in Italia, pari a più di 10 miliardi di scatole e 61 kg consumati



pro capite (fonte: Gifco, Gruppo italiano fabbricanti di cartone ondulato). Il cartone è un prodotto naturale e rinnovabile al 100%, che dalla natura proviene e a questa ritorna, chiudendo perfettamente il ciclo ecologico. Gli imballaggi sono fatti con cartone riciclato per l'80% e per il 20% con fibra vergine di primo impiego per motivi alimentari. In Italia si recupera, secondo Comieco (Consorzio nazionale recupero e riciclo degli imballaggi a base cellulosica), oltre il 90% degli imballaggi in cartone ondulato immessi sul mercato e la fibra vergine è ottenuta dalla gestione sostenibile delle foreste.

Bestack è il consorzio di promozione e ricerca che raggruppa più del 95% della produzione delle aziende di imballaggi in cartone ondulato con specializzazione nell'ortofrutta in Italia. Svolge attività di ricerca per migliorare servizi e funzioni dell'imballaggio in cartone ondulato nell'interesse dei propri soci. In tal senso il consorzio ha brevettato un innovativo imballaggio in cartone ondulato attivo, Attivo!, che permette di ridurre di almeno il 10% gli scarti di frutta, e verdura e lo ha messo a disposizione dei propri soci i quali lo venderanno sul mercato. L'imballaggio attivo, grazie all'aggiunta di una miscela di oli naturali abbinati al cartone ondulato, consente di realizzare confezioni in grado di rallentare significativamente il processo di deterioramento dei prodotti ortofruttilicoli. Lo scorso anno Bestack, in collaborazione con l'Università di Bologna, ha svolto dei test sulla frutta primaverile ed estiva (fragole, albicocche e nettarine), ottenendo risultati sorprendenti. Già brevettato, il packaging Attivo! propone questa soluzione concentrata di oli essenziali naturali che aumentano la shelf life del prodotto, riducono lo scarto risparmiando, secondo le prime stime, circa 1 miliardo di euro e 850.000 t di frutta e verdura all'anno. L'impiego di questo tipo di imballaggio consente di contrastare la proliferazione di organismi degradativi e la quantità di prodotto da scartare si riduce dall'8 al 13% per le fragole, dal 18 al 13% per le albicocche e dal 25 al 20% per le nettarine. Aumenta, contemporaneamente, la shelf life del prodotto che mediamente, con l'imballaggio Attivo!, dura 1/1,5 giorni in più, permettendo un miglior risultato nella raccolta e sostenibilità ambientale. Bestack è

anche in prima linea in materia di responsible forest management. Il consorzio si è presentato assieme a FSC (Forest Stewardship Council) all'ultima edizione di Ecomondo a Rimini, promuovendo anche un convegno che ha evidenziato come il cartone ondulato sia l'imballaggio green per eccellenza. Inoltre, Bestack da anni sviluppa attività mirate a orientare il settore verso processi produttivi sempre più sostenibili in collaborazione con **Wwf Italia**.

Degno di nota anche il progetto, svolto nel reparto ortofrutta di **Dimar**, che prevede il ripensamento del format espositivo in modo da rendere più emotiva la shopping experience con l'ausilio del cartone ondulato nell'esposizione del reparto ortofrutta. La struttura si presenta con più piani inclinati con uno sviluppo verticale per favorire l'accoglienza del cliente e per rendere più chiara l'esposizione per categoria. Questo ha consentito un incremento delle referenze trattate dal 10 al 15% e un aumento delle vendite fino al 10%. Il nuovo format espositivo migliora quindi la shopping experience e rende il prodotto più attrattivo. «Collaboriamo con l'Università di Bologna dal 2011 – spiega **Claudio Dall'Agata**, direttore di Bestack –. L'imballaggio attivo è stato identificato nel 2014 dal dipartimento di Cesena e l'anno dopo abbiamo fatto richiesta di brevetto. Il 2017 è stato l'anno in cui Attivo! è stato impiegato in casi reali. Per il 2018 ci aspettiamo, oltre al rilascio brevettuale, anche un'importante diffusione». Per Bestack, la sostenibilità ambientale è un prerequisito: «Per quanto ci riguarda, dal 2011 al 2016, le carte vergini certificate dei nostri soci sono passate dal 75 a oltre il 90% e il nostro obiettivo è quello di raggiungere il 100% nei prossimi 5 anni – continua Dall'Agata –. Sostenibilità significa mettere in campo attività e processi che riducono gli impatti della produzione e la sfida dell'imballaggio è di ridurre l'impatto ambientale aumentando la possibilità di consumare il prodotto che contiene». Per quanto riguarda il ripensamento del format espositivo del reparto ortofrutta, il consorzio auspica di replicare il successo ottenuto con Dimar, anche con altri attori della grande distribuzione: «La strategia espositiva è cambiata negli ultimi 3 anni – conclude Dall'Agata –. Oggi si guarda a quanto è calda un'esposizione. Con Dimar abbiamo pensato un'esposizione più empatica, ac-

## Ideale anche per le mele Vi.p

La Val Venosta è il territorio mitico e fertile dove vengono prodotte le mele di altissima qualità di **Vi.p**; grazie al suo clima e a una produzione nel rispetto dell'ambiente, la coccinella si rivela il suo simbolo ideale.

«Utilizziamo come materiale di imballaggio il cartone ondulato per la maggior parte dei nostri prodotti – dichiara **Markus Niederegger**, responsabile area per il mercato tradizionale Italia Vi.p –. Naturalmente ci atteniamo scrupolosamente alla normativa di legge vigente per quanto riguarda la stabilità. A tal fine richiediamo ai nostri fornitori regolarmente di fornire test sulla stabilità del cartone e sottoponiamo i valori a controllo dei laboratori esterni certificati. Ai nostri clienti offriamo il prodotto nell'imballaggio richiesto. Nel caso di molti prodotti è possibile utilizzare come imballaggio solamente il cartone, il legno per esempio per molti prodotti non è possibile. Negli ultimi anni abbiamo notato che il cartone è in diminuzione mentre aumenta l'uso di cassette a rendere in plastica».

cogliente, ergonomica, cercando di dare anche una legenda cromatica di indicazione della segmentazione dell'offerta, con i risultati che abbiamo visto».

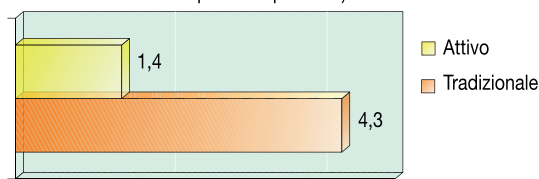
«Per **Smurfit Kappa Italia** il mercato dell'ortofrutta rappresenta un volume significativo al quale ci rivolgiamo con impianti dedicati di nuovissima generazione a cui si affiancano centri di montaggio che ci permettono di servire in modo capillare il territorio – dichiara **Corrado Morsiani**, sales and marketing director di Smurfit Kappa Italia –. Le caratteristiche necessarie per questo mercato sono l'alimentarietà e la capacità di resistere all'umidità delle celle frigo». In tema di utilizzo di vassoi a diretto contatto, sia frutta, come mele, kiwi, uva o pesche, sia verdura, come i pomodori, sono adatte a essere trasportate ed esposte in cartone ondulato. «Questo offre – continua Morsiani – un grande plus: essendo un packaging monouso garantisce condizioni igieniche ottimali riducendo al minimo le cariche batteriche a tutela della salute dei consumatori». La crescita delle esportazioni dell'ortofrutta italiana, rende sempre più necessario un cartone adatto ai lunghi

trasporti via mare. «Sul punto di vendita vediamo una tendenza verso 2 estremi: da una parte la richiesta di imballi sempre più grandi per contenere i grossi quantitativi sfusi – conclude Morsiani – e dall'altra imballi più piccoli ed esteticamente curati, adatti alle piccole porzioni preconfezionate».

Per **Carton Pack** le caratteristiche richieste al cartone ondulato per ortofrutta sono molteplici: ecosostenibilità, protezione del prodotto, valorizzazione del marchio e velocità di commercializzazione. «Si tratta di una tipologia di imballaggio molto versatile, che ben si adegua a una filiera che richiede sempre maggiore flessibilità e diversificazione, sia dal punto di vista espositivo, sia in termini di trasporto e conservazione – precisa l'ufficio marketing di Carton Pack –. L'imballaggio in cartone ha raggiunto una quota di mercato del 35% e una produzione di 600 milioni di pezzi annui in ragione della sua ecosostenibilità e flessibilità». In particolare, l'export è l'attività più interessata: «In questo ambito si trovano i principali utilizzatori di cartone ondulato per via di esigenze logistiche di funzionalità ed economia – continua l'Ufficio Marketing –. Sulle lunghe distanze gli imballaggi monouso sono più economici, sostenibili e meno complessi da gestire, oltre che più adatti a proteggere e conservare adeguatamente il prodotto, specie in transit-time, superando i 20 giorni di trasferimento». La divisione dell'azienda che produce e distribuisce imballaggi in carta e cartone registra un fortissimo interesse per questo tipo di soluzioni. «Sostenibilità e facilità di smaltimento sommate alle nuove tecniche di stampa ecologica, ai materiali resistenti all'umidità e agli stress meccanici – concludono ►

### IMBALLAGGIO IN CARTONE ONDULATO PER ORTOFRUTTA: STORE LIFE ATTIVI VS TRADIZIONALI, LA % DI CONSUMATORI CHE HANNO BUTTATO IL PRODOTTO\*

Fragole (% di rispondenti che hanno buttato parte del prodotto)



\* Mi può dire se ha buttato una parte delle fragole acquistate o se le ha mangiate tutte?

Fonte: Consorzio Bestack, *I nuovi paradigmi competitivi degli imballaggi in cartone ondulato nel largo consumo confezionato*.

**Largo Consumo**



– sono alcune delle caratteristiche apprezzate oggi dal mercato. La stampa ad alta definizione conferisce un nuovo valore al brand e ampi margini per la comunicazione di marketing».

Tra i produttori di cartone ondulato per ortofrutta c'è anche **Ghelfi Ondulati**. «Parliamo di una produzione annuale pari a circa l'85% del nostro fatturato – precisa **Roberta Bottà**, responsabile marketing di Ghelfi Ondulati –. Le caratteristiche che contraddistinguono il nostro imballaggio sono l'elevata qualità in termini di stampa raggiunta sia attraverso i processi standard flessografici, sia attraverso la nuova tecnologia a getto d'inchiostro a base di acqua». Per l'azienda, gli imballaggi per ortofrutta devono soddisfare i requisiti più restrittivi in termini di utilizzo di materie prime (carta) a base di fibra vergine e devono avere caratteristiche di resistenza al trasporto della merce contenuta, soprattutto nelle condizioni di umidità e temperature critiche. «Spesso il prodotto ortofrutta è destinato anche ai mercati oltre oceano – continua Bottà – quindi abbiamo sviluppato soluzioni tali da rendere trasportabile la merce in contenitori di cartone ondulato in completa sicurezza. Il nostro modello brevettato di scatola Esa si presta a queste esigenze e, oltre a garantire la tenuta di accatastamento e resistenza, permette anche una maggiore ventilazione e refrigerazione della merce». La domanda sta portando sempre più all'utilizzo di cartone per le confezioni primarie. «Tuttavia anche l'imballaggio secondario deve essere attrattivo e identificativo – conclude Bottà – per valorizzare la filiera. È il vero biglietto da visita. Noi siamo in grado di proporre imballaggi in cartone ad hoc per ogni esigenza».

Nel 2017 la **Mauro Benedetti** ha prodotto 4 milioni di metri quadri di cartone ondulato destinato al mercato ortofrutta, pari a circa 7,5 milioni di imballi. «Il cartone è prodotto utilizzando carta con fibra vergine (kraft e semichimica scandinava) proveniente da Scandinavia, Est Europa e Nord America – dichiara **Maria Pia Benedetti**, consigliere di amministrazione e responsabile risorse umane di Mauro Benedetti –. Il cartone, in fase di lavorazione, è trattato con additivi antimido ed emulsioni di pa-

raffina a freddo che aumentano la resistenza alle alte percentuali di umidità subite dagli imballi finiti durante il trasporto verso le piattaforme dei mercati ortofrutta in Italia, Europa e spesso anche oltre oceano». Tutte le varietà di frutta e verdura possono essere confezionate, almeno per la fase di trasporto, su cartone ondulato.

**“ L'imballaggio attivo riduce almeno del 10% gli scarti di frutta e verdura ”**

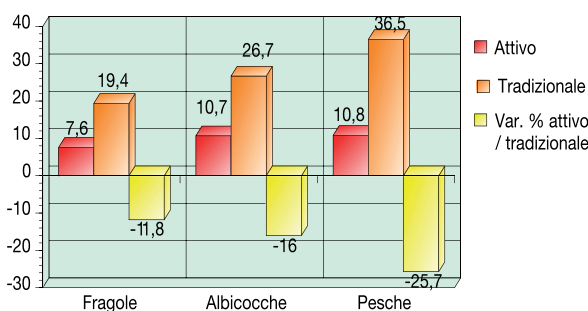
«Esistono poche eccezioni, come carciofi o finocchi – precisa Benedetti – che per la loro particolare caratteristica di dover essere tenuti costantemente bagnati anche dopo il raccolto non si prestano a essere confezionati in imballi di cartone ondulato. Essendo questo un materiale ecologico di facile smaltimento, con percentuali di riciclo molto ele-

vate, ne promuoviamo l'utilizzo come packaging principale. La lavorazione con tecnologie di ultima generazione permette in molti casi il suo utilizzo come packaging unico, sia per il trasporto che per la commercializzazione nel punto vendita». «L'impiego di cartone ondulato per la confezione di parte dei nostri prodotti è oramai scelta consolidata in **Apo Scaligera** nei limiti posti dall'impiego di casse di plastica a sponde abbattibili nei circuiti della grande distribuzione italiana con cui sviluppiamo il 60-65% del nostro fatturato – afferma **Gianluca Bellini**, ufficio commerciale di Apo Scaligera –. I prodotti che vengono bagnati subito dopo la confezione, cetriolo e lattughe in particolare, sono spediti in legno o plastica; fragole, mele, kiwi e ortaggi quali pomodori, zucchine e melanzane sono invece normalmente lavorati in cartone. Gli imballi sono sottoposti a un controllo interno che ne ver-

rifica resistenza a manipolazione e trasporto oltre che tenuta in ambienti ad alta umidità. Analisi di laboratorio determinano la composizione dei materiali e le conformità alle indicazioni di legge. Consideriamo il cartone esclusivamente quale packaging primario il cui impiego si sta in ogni caso progressivamente riducendo in ragione del sempre maggior ricorso a casse riutilizzabili quali cpr, ifco, steco e polymer».

«Il 70% della nostra ortofrutta viene confezionata in cartone. Il resto in casse di plastica riutilizzabili – afferma **Marco Rivoira**, amministratore delegato di **Rivoira** –. Chiediamo ai nostri fornitori di cartone di adeguarsi alla normativa di legge per uso alimentare e per noi è importantissima la resistenza, avendo bisogno di cartoni in grado di sostenere viaggi in nave superiori ai 30 giorni». Il cartone ondulato viene utilizzato per valorizzare il marchio, per veicolarlo. «Il settore è oramai collaudato e snello – conclude Rivoira – con tecnologie nuove, pigmentazione di colori a base naturale. Le cartiere, per stare al passo con i tempi, hanno fatto veramente degli investimenti importanti per quanto riguarda la stampa e la sostenibilità del packaging. Inoltre, la plastica a noleggio viene a costare più dei cartoni e non è igienica. I cartoni invece sono pulitissimi, arrivano già impilati e stesi e non prendono polvere». ■

**IMBALLAGGIO IN CARTONE ONDULATO PER ORTOFRUTTA: STORE LIFE\* E % DI SCARTO SUL PDV (attivi\*\* Vs tradizionali, in %)**

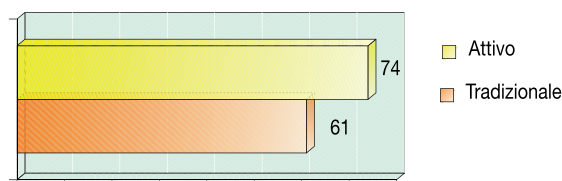


\* 2 giorni sul pdv + 2 giorni a casa del consumatore  
\*\* Imballaggi che hanno superato il processo di audit del Consorzio Bestack e sono in grado di svolgere un'azione regolatrice e posticipare i processi di marcescenza.

Fonte: Consorzio Bestack, *I nuovi paradigmi competitivi degli imballaggi in cartone ondulato nel largo consumo confezionato.* **Largo Consumo**

**IMBALLAGGIO IN CARTONE ONDULATO PER ORTOFRUTTA: STORE LIFE ATTIVI VS TRADIZIONALI, LA % DI CONSUMATORI CHE DICHIARA UNA MIGLIORE CONSERVAZIONE RISPETTO AL PROPRIO STANDARD**

Fragole (% di rispondenti si)



\* \*Rispetto alle fragole che acquista di solito, queste si sono mantenute meglio?

Fonte: Consorzio Bestack, *I nuovi paradigmi competitivi degli imballaggi in cartone ondulato nel largo consumo confezionato.* **Largo Consumo**