

# Project Work

Elisa Baroni e Ginevra Del Bene Errico

CAF in Packaging Management

A.S. 2021/2022

# Contesto di partenza: Scatolificio Me-Cart e Cartotecnica Ellegi

**1966** ➔ nasce Scatolificio Me-Cart come azienda produttrice di imballaggi in cartone ondulato

**2017** ➔ l'azienda acquisisce Cartotecnica Ellegi per potenziare il portafoglio prodotti ed andare incontro alle nuove esigenze dei propri clienti

**OGGI** ➔ le due realtà insieme producono 110.000 pezzi al giorno, trasformando 26 mln di m<sup>2</sup> di cartone all'anno. Il mercato di competenza è quello del **B2B** ed i settori principali serviti sono **la logistica, il tessile, la metalmeccanica e l'alimentare.**

## Lo SPRECO ALIMENTARE continua ad essere un grande problema per la SOSTENIBILITA'.

La riduzione dello spreco alimentare è inserito come obiettivo nell'agenda 2030: la garanzia di un consumo e una produzione sostenibile passa anche dalla sua gestione e riduzione.



12.3: Entro il 2030, dimezzare lo spreco alimentare globale pro-capite a livello di vendita al dettaglio e dei consumatori e ridurre le perdite di cibo durante le catene di produzione e di fornitura, comprese le perdite del post-raccolto

Il costo economico, ambientale e sociale globale dello spreco alimentare è stimato a 2,6 trilioni di \$ (quasi uguale al PIL della Francia)\*.

In Italia, lo spreco vale più di 15 MLD di €, circa lo 0,88% del PIL 2017 (\*\*), di cui l'80% è generato nelle nostre case.

SEGMENTO FILIERA	Valore dello spreco lungo la filiera nel 2017 (€)	%
Spreco in campo	833.576.183 €	5,5%
Spreco nell'industria	1.050.724.941 €	7,0%
Spreco nella distribuzione	1.291.731.289 €	8,6%
Spreco domestico	11.858.314.935 €	78,9%
<b>TOTALE</b>	<b>15.034.347.348 €</b>	<b>100,0%</b>

0,88% del PIL 2017

(\*): fonte FAO 2014.

(\*\*): <https://www.sprecozero.it/comunicati-stampa/spreco-alimentare-in-italia-vale-quasi-16-miliardi-e-quasi-12-nelle-nostre-case-presentati-alla-fao-stamane-i-dati-waste-watcher-in-occasione-della-giornata-naz-di-prevenzione-dello-spreco-alimen/>

# Ma cosa accade nella Grande Distribuzione Organizzata?

**Attualmente la Grande Distribuzione Organizzata:**

- Ha un'area attrezzata con banchi frigo dove pone i prodotti a ridosso di scadenza a prezzi scontati.
- Appone etichette con sconti/ribassi sui prodotti a ridosso della scadenza.
- Ha attivato collaborazioni con piattaforme come «Too good to go» che promuovono l'acquisto e il consumo di prodotti in prossimità delle scadenze riducendo gli sprechi.



**Il modello «Too Good To Go», negli ultimi 3 anni, ha permesso ai suoi partner della GDO di evitare l'emissione nell'ambiente di oltre 3 milioni di kg di Co2, tramite la vendita di 1.215.000 Magic Box (\*).**

(\*): <https://www.gdoweek.it/too-good-to-go-6-milioni-e-mezzo-di-bag-anti-spreco-vendute/>; <https://www.foodweb.it/2022/03/too-good-to-go-festeggia-i-suoi-primi-tre-anni-in-italia/>

# Cosa andrebbe migliorato...

Proposte di «ribasso prezzi» poco educative e sensibili al tema «food waste»

Poca evidenza in punto vendita degli spazi adibiti a questa tipologia di acquisto

Mancanza di cura nel packaging

Poca consapevolezza nel consumatore di aver «salvato» prodotti destinati ai rifiuti

# Nuove idee... in cartone!

**Creare scatole in cartone da posizionare in aree dedicate dei punti di vendita GDO che hanno al loro interno prodotti a breve scadenza.**



Scatole (come «magic box» o «mystery box») che contengono più prodotti per più funzioni/momenti d'uso.



**Scatole pensate per il pranzo/cena che includono un pasto completo**

# Sviluppo della scatola

## Come dovrebbe essere?

- **In cartone onda bassa**
- **Portata max 3kg**
- **Impilabile**
- **Con maniglia per trasporto**
- **Di facile e veloce montaggio per l'operatore del punto vendita**
- **Con aperture laterali per visionare il contenuto**
- **Stoccabile a magazzino e di facile movimentazione in punto vendita**
- **Stampabile e personalizzabile**
- **MOCA**

# Applicabilità alla Carta Etica del Packaging

**01.RESPONSABILI:** sono gli imballaggi portatori di qualità, che coniugano tutela dell'ambiente e rispetto delle esigenze di tutti gli utenti.

**02.EQUILIBRATO:** è il packaging quando è pensato e progettato con una giusta relazione con il contenuto ed è il risultato di ciò che è necessario per una sua corretta diffusione.

**04.ACCESSIBILE:** è il packaging quando sa offrirsi all'utilizzo in modo semplice e intuitivo, e così tiene conto del diritto di ogni consumatore di poter avvicinare, comprendere e usare un prodotto.

**05.TRASPARENTE:** è il packaging quando è sincero, cioè quando dice il vero nel pieno rispetto delle norme, e lo fa in modo schietto. Attraverso la qualità della trasparenza riesce a sviluppare un rapporto di fiducia con il destinatario.

**09.EDUCATIVO:** Il packaging è uno strumento inserito nella quotidianità di noi tutti, in un dialogo costante con il proprio destinatario. Ha dunque una grande potenzialità educativa: la sua diffusione ne fa uno strumento molto potente anche su questo piano.

# Sviluppo della scatola



**3 proposte di packaging a bauletto**

# Video del montaggio bauletti



**Proposta 1:** bauletto con 4 finestrature, fondo ad incastro, chiusura laterale.  
**Positivo:** buona velocità di montaggio;  
**Negativo:** utilizzo maggiore di cartone



**Proposta 2:** bauletto con finestratura fantasia, fondo ad incastro.  
**Positivo:** comoda maniglia e minor utilizzo di cartone;  
**Negativo:** maggiore tempo di montaggio.



**Proposta 3:** bauletto con marchio insegna, fondo ad incastro.  
**Positivo:** facile montaggio;  
**Negativo:** maggiori costi di realizzazione per la forma.

# Grafica

- **Marchio insegna che può essere stampato o tagliato in negativo direttamente sulla scatola**
- **Messaggi educativi sul tema spreco alimentare (Es: consigli su come ridurre lo spreco domestico)**
- **Messaggi legati al tema spreco alimentare con dati da fonti verificate**
- **Messaggi di gratificazione per la scelta fatta**
- **Giochi interattivi per passare la pausa pranzo/cena**

RISPETTA IL CIBO

utilizza ciò che hai

CONSERVA IL CIBO CON ATTENZIONE

pianifica i tuoi pasti

**1/3**  
della produzione  
annua mondiale  
di cibo finisce  
nella spazzatura

Acquisto di **piccoli formati**



**LEGGI LE ETICHETTE**



riutilizza gli scarti alimentari se possibile

Acquisto **periodico** prodotti a **lunga scadenza**,  
**frequente** prodotti **freschi**

# Swat Analysis

## VANTAGGI

- Riduzione sprechi alimentari per l'insegna
- Minore costo per i consumatori
- Coinvolgimento del consumatore che è più invogliato ad acquistare le «box» e aumenta la sua sensibilità a questo tema
- Riutilizzabilità della scatola per altre funzioni

## SVANTAGGI

- Maggiori costi per l'insegna sia di materiali che di assemblaggio
- Riduzione spazio in punto di vendita
- Rischio di overpackaging

## OPPORTUNITA'

- Comunicazione e ritorno di immagine per insegna
- Packaging educativo per il consumatore
- Partnership con associazioni/aziende che aiutano a ridurre questo problema
- Cambio stili di consumo

## MINACCE

- Replicabilità
- Cambi legislativi verso un utilizzo ripetuto dello stesso packaging
- Cambio stili di consumo

# Analisi Competitiva

## COMPETITORS DIRETTI

- Altri scatolifici



## COMPETITORS INDIRECTI

- Altri produttori di packaging complementari (es: produttori di cassette in plastica o legno)



GRAZIE  
MILLE

SCATOLIFICIO

**ME·CART**  
s.r.l.

imballaggi in cartone ondulato

Società Unipersonale



CARTOTECNICA  
**ellegi**  
Società Unipersonale