

SPECIALE PRODOTTI CASEARI

– ne conserva il valore nutritivo ed il sapore con particolare stile!

Le informazioni qui riportate confermano il motivo della sua scelta per gli alimenti che appartengono a questo importante settore alimentare.



ALL'INTERNO...

- Resoconto sui coperchietti
- Fatti sul foglio
- Notizie sui contenitori
- Cartoni per liquidi
- Nuovo incarto per burro
- Stampa



In ultima pagina :

Allan Boyle della Nestlé sfida i produttori di imballaggio di alluminio a promuovere di più ...

www.alufoil.org

Più di 7.000 visite
al mese

“Tendenza al rialzo” per il foglio di alluminio

Sebbene si sia registrata una riduzione del 4 % nelle spedizioni del primo semestre del 2002, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (373.500 t. contro 390.000 t.), nella zona* coperta dalle cifre dell'EAFAs, a livello di tonnellaggio si è avuto un notevole aumento del 6 % rispetto ai sei mesi precedenti.

A giustificare la riduzione sul totale è la diminuzione negli spessori più grossi, molti dei quali vengono usati per applicazioni tecniche, per esempio negli scambiatori di calore.

La domanda degli spessori più sottili, usati principalmente per l'imballaggio flessibile, si è mantenuta costantemente forte nella prima metà del 2002, anche in confronto allo stesso periodo del 2001.

Il Presidente dell'EAFAs, Livio Frigerio, commenta: *“I membri laminatori dell'EAFAs confermano un notevole numero di ordini ricevuti per il terzo trimestre, il che rappresenta una buona tendenza al rialzo della domanda. In considerazione di questo, sono convinto che il 2002 si rivelerà un altro anno positivo per il foglio di alluminio”.*

*UE, Repubblica Ceca, Ungheria, Svizzera e Turchia

La rivista di Carrefour riflette la fiducia riposta nell'alluminio

Carrefour, la più grossa catena di distribuzione in Europa e la seconda su scala mondiale, ha onorato l'industria del foglio pubblicando una presentazione dettagliata dell'alluminio in una recente edizione della sua rivista per i clienti che si intitola “Le journal de Carrefour”.



Resoconto sui coperchietti

Continuano le innovazioni nel settore specializzato dei coperchietti in foglio di alluminio:

Coperchietti con forza di adesione regolabile

La Alucoat ha lanciato un nuovo foglio laccato che offre ai clienti la possibilità di stabilire il grado di adesione più adatto a qualsiasi processo termico affinché il consumatore possa facilmente aprire le confezioni.

Un sistema di saldatura di ottima performance per bottiglie in PET

E' ora disponibile un nuovo laminato in foglio pelabile per bottiglie in PET. Il nuovo materiale, chiamato "Top-Peel" è stato sviluppato dalla VAW Flexible Packaging e costituisce una variante del sistema già offerto per le bottiglie in HDPE, usate comunemente per molti prodotti caseari come il latte (sterilizzato, UHT e fresco) e lo yogurt. Il Top-Peel è in sintonia con la crescente richiesta di imballaggi di monoporzioni easy-open e quindi soddisfa l'attuale stile di vita dei consumatori, che optano sempre di più per snack e cibi da passeggio.



Coperchietti in foglio richiudibili

La Teich AG ha riprogettato il coperchietto da usare per confezioni con apertura larga come quelle per la panna liquida o i vasetti per le bevande, facendo in modo che il prodotto possa essere chiuso temporaneamente in qualsiasi momento finché non venga esaurito. Grazie alla caratteristica flessibilità del foglio di alluminio, è sufficiente ripiegare la linguetta sul bordo per fissare il coperchietto.



Sviluppo di imballaggi sigillati per bevande di facile utilizzo per il consumatore

Un'altra invenzione della VAW Flexible Packaging è un coperchietto per prodotti liquidi provvisto di una linguetta peel-off; si combinano così la facilità di utilizzo e le proprietà di resistenza e di barriera del foglio di alluminio. Il rovesciarsi le bibite addosso bevendo da un contenitore ad apertura larga dovrebbe rimanere solo un ricordo del passato.



I coperchietti in foglio liscio sono stati molto apprezzati dai principali utilizzatori

La Teich AG ha introdotto dei coperchietti lisci che in un secondo momento hanno avuto un impatto significativo sul mercato del settore caseario. Alfons Thumbach della Molkerie Bauer, Germania, ha dichiarato: "Passando dai coperchietti goffrati a quelli lisci abbiamo potuto aumentare considerevolmente il nostro fatturato."

Il commento di Ulf Schottl della Berglandmilch, Austria, è stato: "Siamo passati ai nuovi coperchietti lisci. I vasetti saldati con questi coperchietti hanno una migliore pelabilità."

Nuove opportunità di marketing per i coperchietti lisci stampati su entrambi i lati

La Hueck Folien ha modificato le lacche speciali che erano fondamentali per i coperchietti in alluminio liscio in modo che adesso possano essere utilizzate per la stampa di loghi, testi, messaggi, concorsi, ecc. Sul



mercato ci sono già dei prodotti con questi coperchietti. Ecco il lato interno dell'imballaggio di un formaggio francese con la stampa del marchio di fabbrica del prodotto.

Imballaggio richiudibile per le monoporzioni di panna per caffè della Nordmilch

Sebbene tutti già lo conoscano, è interessante il caso della panna Miram della Nordmilch, presentata in un ingegnoso vasetto richiudibile all'incontrario. Il vantaggio del resistente coperchietto in laminato Al/PE/Al è che può essere utilizzato senza difficoltà sulle tradizionali macchine di riempimento e di saldatura. In questo modo, oltre a riempire i vasetti con la panna per caffè, lo stesso impianto può anche essere usato per riempire altri vasetti, come quelli della panna montata o fermentata.



Incarti per il burro

Siete di quelli che tagliano il burro ?

Recentemente è stato introdotto un incarto "non lacerabile" e questa costituirà una gran bella notizia per coloro che tagliano il burro. Ci vogliono da una a tre settimane per consumare un panetto di burro. Nella maggior parte dei casi, una volta tagliata la quantità utile per il fabbisogno giornaliero, il burro viene riavvolto nel foglio di alluminio e rimesso nel frigorifero.

Dalla Francia arriva la gradita notizia che la Pechiney Sopraril Flexible Europe ha introdotto un materiale accoppiato molto forte - foglio di alluminio/OPP - che resiste al taglio del coltello e che permette ai consumatori di proteggere meglio il burro rimasto evitando che si secchi e che diventi rancido. Con questo materiale vengono incartati i panetti di burro della Elle & Vire. (Il 60% delle 160.000 tonnellate di burro che vengono consumate annualmente in Francia viene venduto in pani incartati).



Incarti per il burro a prova di ghiaccio

"ICE PROOF", il nuovo incarto per il burro resistente sia al congelamento che allo scongelamento, lanciato dalla Haendler & Natermann, risolve il problema della delaminazione che può verificarsi quando un incarto realizzato con la tradizionale combinazione foglio/carta viene scongelato. Vanta un prezzo più basso dell'incarto accoppiato Al/PE.



Gli incarti ICE PROOF sono già stati scelti dai clienti sia in Francia che in Irlanda.

Il nuovo design della Country Life utilizza la brillantezza del foglio di alluminio

Sugli scaffali dei supermercati britannici, il burro incartato in foglio significa qualità. Country Life, il numero uno dei marchi inglesi produttori di burro, ha utilizzato l'imballaggio in foglio di alluminio come parte intrinseca della sua identità di marchio per più di trent'anni. Infatti quando sarà il momento di aggiornare la grafica, una cosa rimarrà invariata: il richiamo visivo del foglio di alluminio, rimasto intatto per così tanto tempo! Esempio fornito dalla Alcan Packaging (Lawson Mardon Star).



Stampa

Problemi per la stampa di quantitativi limitati:
ora un ricordo del passato

La Hueck Folien ha sviluppato un nuovo inchiostro termoresistente (HF Digital Print) che risolve i problemi dell'utilizzo del sistema di stampa digitale su materiali da sottoporre a saldatura a caldo. Ora, nel giro di due settimane possono essere forniti disegni di ottima qualità commerciale stampati fino a sei colori e in quantità da 1 a 100.000 pezzi.

La frequente richiesta di campionature per effettuare prove di mercato, promozioni ecc. non dovrebbe più essere un problema. Adesso anche gli hotel più piccoli possono chiedere di stampare il loro "marchio" sui prodotti caseari che utilizzano, come yogurt per la prima colazione, porzioni di panna, burro, ecc. senza che il costo dei coperchietti stampati rappresenti un ostacolo.



Il Sig. Ferdinand Rogge, Direttore dell'ufficio acquisti della Nordmilch, la più grande società produttrice di prodotti caseari, ritiene che la possibilità di utilizzare la stampa digitale costituisca un grande vantaggio "Il coperchietto in foglio di alluminio rimane il nostro preferito per la fornitura di prodotti caseari sicuri e di alta qualità.



Inoltre ora possiamo sfruttare le maggiori possibilità che la stampa digitale offre al nostro marketing. Ci permette di realizzare piccole quantità senza essere penalizzati dai costi, come succedeva in precedenza. Non si devono fare grossi investimenti in cilindri o in piastre per la stampa flexo e i nostri ordini hanno un ciclo più rapido." – commenta – *"Ora possiamo fare delle prove di mercato per i nuovi prodotti con imballaggi originali molto più liberamente di prima".*

Un altro sistema per tagliare i costi delle stampe di piccoli quantitativi

Il membro EAFA VAW Flexible Packaging ha adottato un altro sistema per offrire ai clienti la possibilità di ottenere la stampa di piccoli quantitativi di materiale a costi ragionevoli. Si raggruppano differenti immagini o etichette in una stessa operazione di stampa flexo o roto assicurando comunque una buona qualità commerciale. I costi delle piastre di stampa sono bilanciati dai ridotti costi di setup.

Una volta stampate, le singole immagini vengono separate al momento della marchiatura e impilate nei loro raccoglitori. Il processo di lavorazione è chiamato Eco-Design-Mix® e la VAW è convinta che sia particolarmente adatto per le esigenze dell'industria casearia.

Contenitori

La storia segreta del successo della Ladhuie Dairy

Un esempio leggendario di come un imballaggio innovativo e l'intuito imprenditoriale abbiano portato al successo commerciale è rappresentato dalla storia della Ladhuie Dairy in Francia.

Avendo incontrato serie difficoltà con il suo fornitore di latte, questo piccolo caseificio, sotto la direzione del Sig. Enio Martin, si è imbarcato nello sviluppo di un prodotto ingegnoso coinvolgendo la Ekco Emballages, il suo fornitore di imballaggi. Insieme hanno sviluppato un nuovo prodotto e una nuova formula di imballaggio. E' stata così creata una gamma di prodotti che vanno a integrare la tradizionale crema all'uovo e sono dotati di un vasetto innovativo con bordo liscio e coperchietto in foglio di alluminio. Questa combinazione vincente ha contribuito all'aumento delle vendite, che sono salite da 10 milioni a circa 100 milioni di unità. La piccola società casearia è ora cresciuta e fa parte della Besnier Lactalis Group, che vanta un'unità produttiva ultramoderna. (La Ekco Emballages fa ora parte di Plus Pack, una società membro della EAFA).

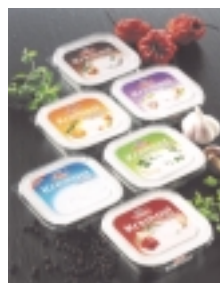


Nuovi sviluppi in Spagna

Creare innovazioni è tipico del mercato dei contenitori in foglio di alluminio. Alcuni clienti spagnoli della Palco, sussidiaria della Alberico Packaging, stanno valutando una nuova generazione di contenitori a pareti lisce. Questi sono stati progettati per avvicinarsi il più possibile alle caratteristiche e alla performance dei contenitori rigidi, e offrono una gamma di invitanti lacche colorate.

Rilancio dei formaggi Tine in contenitori molto invitanti

Un altro esempio di innovazione nel campo dei contenitori in foglio di alluminio è il rilancio da parte di Tine – il fabbricante norvegese di prodotti caseari – della sua gamma di formaggi spalmabili. E' stato scelto un contenitore di alluminio progettato



appositamente dalla Plus Pack AS con un coperchietto peel-off, anche questo in foglio di alluminio, vivacemente decorato e ricoperto da una chiusura in plastica. I consumatori gradiscono molto le novità.

Fatti sul foglio

Perché utilizzare il foglio di alluminio per l'imballaggio dei prodotti caseari?

Il foglio di alluminio soddisfa le richieste speciali di imballaggio di prodotti caseari come latte, yogurt, formaggio, panna, burro ed altri alimenti grassi e da spalmare. I suoi ben noti ottimi risultati continuano ad ampliarsi grazie a:

□ **Effetto barriera:** gli alimenti contenenti oli o grassi perdono valore nutritivo e gusto se esposti alla luce. Il sottilissimo strato del foglio di alluminio nell'imballaggio blocca questa alterazione, rappresentando così anche una completa barriera contro la perdita di umidità e sapore nonché contro la contaminazione.

□ **Proprietà meccaniche:** Leggero ma forte, il foglio di alluminio dà vita a contenitori resistenti ed è l'ideale per incarti e superfici con disegni goffrati grazie alla sua esclusiva flessibilità.

□ **Accoppiamento immediato con altri materiali:** il foglio di alluminio esalta le proprietà degli altri materiali da imballaggio e permette di fabbricare laminati più sottili risparmiando risorse.

□ **Potenziale decorativo:** la brillantezza metallica del foglio di alluminio e la sua compatibilità con tutte le tipologie di stampa lo rendono ideale per un disegno grafico d'effetto e un'ottima presentazione su scaffale.

□ **Igiene e sicurezza:** Il foglio di alluminio viene consegnato sterilizzato e pulito grazie al processo di ricottura ad alta temperatura a cui viene sottoposto.

□ **Buon impatto ambientale:** il foglio di alluminio aiuta a conservare prodotti caseari di qualità riducendo così lo spreco di materiali ed energia. Il foglio che finisce nella pattumiera domestica può essere riciclato o almeno può essere efficacemente recuperato. L'alluminio può essere riciclato ripetutamente ad una frazione del suo originale costo energetico.

□ **Resistenza al calore e conduttività:** Il foglio di alluminio può essere scaldato ad alte temperature senza che si verifichino deformazioni o fusioni, ed è quindi ideale per la sterilizzazione e i processi di saldatura a caldo.

Per una completa analisi delle proprietà del foglio di alluminio visitate www.alufoil.org/facts/properties.htm

Cartoni per liquidi Novità

Gli imballaggi innovativi conducono ad un immediato aumento delle vendite

I cartoni per liquidi SIG Combibloc, che sono largamente usati per i prodotti caseari, stanno dimostrando il potere dell'innovazione.

Il nuovo cartone "Combifit" e la nuova chiusura "CombiTwist" sono stati adottati dalla Bischofszell Nahrungsmittel AG per il loro marchio Actilife. Il risultato è stato immediato: un incremento delle vendite del 30% nel primo trimestre rispetto all'anno precedente.

La Migros, che in Svizzera ha i diritti di vendita esclusivi per i succhi Del Monte, ha introdotto il marchio nel nuovo imballaggio e si prevedono risultati altrettanto buoni.

Il cartone Combifit offre numerosi vantaggi: il design ergonomico combina forma e funzionalità. Ha un buon impatto visivo in fase di vendita ed è comodo da maneggiare sia al momento della distribuzione che in casa, dove la larga apertura inclinata e la chiusura CombiTwist permettono di versare il liquido con facilità e di controllare il flusso.



La "crème" dell'imballaggio

La Elle & Vire, leader del mercato francese per panna UHT, ha lanciato "Saveur Onctueuse", la prima panna che contiene solo il 15% di grassi e che trattiene il gusto della crème fraîche della Normandia.

Per contenere questo prodotto è stato scelto il nuovo imballaggio Tetra Stream 20cl, creato dalla Tetra Pak. Il foglio di alluminio in cartoni composti permette una vita di scaffale di 4 mesi mentre la forma a mattone ed il disegno "Vichy" garantiscono il massimo impatto visivo.



Il mercato della panna francese UHT sta prosperando con un valore delle vendite superiore ai 150 milioni di euro dell'anno scorso e un tasso di crescita di circa il 13%. I cartoni (contenenti foglio di alluminio) dominano il mercato con una quota superiore all'85%.

Un nuovo studio conferma:

"I consumatori francesi amano il latte nei cartoni accoppiati con foglio"

Ogni anno i francesi consumano più di 2,5 miliardi di litri di latte UHT, contenuto in cartoni, che rappresenta una media di 43 litri pro-capite. Il foglio di alluminio è presente nel 100% di questi cartoni e nonostante



Imballaggio per formaggi: mantenere fresco il prodotto ed anche il suo marchio

Gli invitanti imballaggi in foglio di alluminio continuano ad attirare l'attenzione dei consumatori nel reparto dei prodotti da conservare in frigorifero. Per molti marchi famosi, la brillantezza del foglio di alluminio è parte integrante del prodotto e del suo indice di gradimento.

costituisca in media solo il 5% del peso dell'intero imballaggio garantisce una fondamentale funzione di barriera.

Da un recente studio sui comportamenti dei francesi in relazione con il latte, intrapreso per conto della Tetra Pak dall'Istituto GfK, risulta che i consumatori riconoscono i vantaggi dei cartoni asettici: facili da immagazzinare (85%) e da tenere in frigorifero (82%), buona protezione del prodotto prima della sua apertura (81%), buon impatto ambientale (71%). Lo studio conferma inoltre che il cartone possiede ulteriori potenzialità di sviluppo su questo mercato.



Etude Tetra Pak/GfK/Sofema, "Marché du lait, étude Usage & Attitude" réalisée en 2002 auprès de 441 foyer acheteurs du lait UHT. Pour plus d'information sur l'étude contact louside.chapdelaine@tetrapak.com

Novità sul sito

www.alufoil.org
www.alucontainers.org

Più di 7000
visitatori al mese
(con un aumento di più del 40 %
rispetto allo stesso periodo
dell'anno scorso)

Consultato da 70 paesi

Aggiornamento sullo studio
"volatilità dei prezzi"

Nuovo kit di presentazione per
il foglio di alluminio

Visitate il sito dell'EFA per avere
le ultime notizie

Dalla prima pagina

Il capo del design della Nestlé richiede urgentemente una maggiore promozione per un "eccellente materiale da imballaggio"



La presentazione che Allan Boyle, capo del Design alla Nestlé SA, di Vevey, ha esposto alla Conferenza della EAA in occasione dell'Interpack 2002, ha dato lo spunto per rafforzare la promozione del ruolo che il foglio di alluminio può svolgere nell'imballaggio. Ne riportiamo alcuni passaggi:

"La concorrenza tra tanti materiali eccellenti è molto forte e l'alluminio ha delle qualità molto positive, ma i fornitori non stanno ancora vedendo nessun risultato in termini di benefici economici."

"Sono convinto che l'alluminio sia visto dai consumatori come un materiale da imballaggio molto moderno, efficiente ed invitante, ma non mi risulta che l'industria dell'alluminio ne abbia tratto un grande vantaggio con marchi commerciali come la Nestlé. Sono sicuro che, se gli si conferisce il giusto trattamento grafico, il foglio di alluminio, per esempio, può contribuire alla creazione e al rafforzamento delle identità di marchi di alta qualità. Ma perché non deve essere l'industria dell'alluminio stessa a far capire tutto ciò ai consumatori? Perché non si attiva per convincere i proprietari di marchi ad aggiungere un logo "alufoil" allorché le imbattibili proprietà di barriera del materiale aggiungono valore al prodotto?"