

I “Nuovi Giovani” infondono nuova vita nei marchi di qualità

Sono passati i giorni in cui il nonno era felice di trascorrere la propria vita da pensionato facendo dei lavoretti in giardino e leggendo il giornale interrompendosi solo per mangiare le solite pietanze che la nonna continuava a preparargli da quando si erano sposati.

Al giorno d'oggi è più probabile che il nonno se ne vada in giro per il mondo seguendo la sua squadra di calcio preferita, se non addirittura giocando lui stesso a calcio, mentre la nonna sta girando il mondo in crociera con le sue amiche del golf club.

Le tendenze odierne delle abitudini dei consumatori stanno facendo crollare i presupposti tradizionali. Tanto per cominciare, il gruppo degli ultracinquantenni, i cosiddetti “nuovi vecchi” o “giovani anziani” o ancora, come preferisce chiamarli Infoil i “Nuovi Giovani”, sta cambiando e si è creata una generazione con maggiori disponibilità economiche, ma, in molti casi, meno tempo libero in quanto continuano a lavorare per più anni.

I “Nuovi Giovani” anche più sono disposti a sperimentare novità e pagare di più per avere cibi e bevande di qualità superiore e comodi, nonché prodotti che facciano bene alla salute. Dato che al giorno d'oggi sono molto indaffarati, desiderano fortemente dei pasti comodi almeno quanto i più giovani,



senza, però, sacrificare qualità, salute e gusti personali.

Per esempio, secondo un recente resoconto di Datamonitor, nel 2004, gli ultracinquantenni hanno inciso per il 26% sui 16,1 miliardi di euro del mercato europeo dei cibi pronti.

In Europa, i francesi sono quelli che spendono di più in pasti pronti (€1,27 miliardi), seguiti dagli inglesi (€1,18 miliardi), dai tedeschi (€1 miliardo) e dagli svedesi (€330 milioni).

Inoltre, questo gruppo rappresenta circa il 50% della popolazione dell'Europa occidentale, per cui i manager dei marchi dovrebbero tenere presenti alcuni fatti:

I “Nuovi Giovani” sono disposti a spendere più della media per alimenti di marca e cibi funzionali come quei prodotti che riducono il colesterolo.

Anche la qualità è un fattore chiave: i cibi pronti a buon mercato non fanno per loro; vogliono qualcosa di saporito e salutare da gustare con una buona bottiglia di vino.

Gli ultracinquantenni vogliono anche mantenersi in forma e attualmente incidono per circa il 40% su tutte le vendite europee di articoli per la cura della persona, più dei gruppi più giovani su cui hanno sempre puntato gran parte delle attività di marketing.

[Continua a pag. 2](#)

IN QUESTO NUMERO

I “Nuovi Giovani” **2**
- Cibi pronti
- Blister farmaceutici

Innovazione **3**
- Rivoluzione rotonda
- Protezione dei marchi
- Easy-open

Sostenibilità **4**
Tecnologia al plasma
L'EFA in Russia
Consegna dell'Alufoil Trophy

Ultima chiamata per le iscrizioni

Non perdetevi la vostra ultima occasione per iscrivervi all'Alufoil Trophy 2006, che premierà le soluzioni di imballaggio in foglio di alluminio elaborate in Europa caratterizzate da eccellenza nell'innovazione, praticità e responsabilità ambientale.

La data ultima per le iscrizioni è il 31 Ottobre 2005.

Potete trovare maggiori informazioni e i moduli di iscrizione su www.alufoil.org.



Domanda in aumento per il foglio

In base ai dati forniti dall'EFA per il primo semestre del 2005 le spedizioni di foglio di alluminio si sono mantenute sui buoni livelli raggiunti nel primo trimestre.

Le vendite del primo semestre sono lievemente aumentate dello 0,3% raggiungendo le 430.600 tonnellate. Le spedizioni nazionali hanno subito un lieve calo del 2%, ma le esportazioni sono cresciute del 13%. Secondo le aspettative dell'industria per tutto il 2005 si manterranno buoni livelli di vendita.

Per le ultime informazioni statistiche dell'EFA visitate www.alufoil.org.

I “nuovi giovani”



Continua da pag. 1

Secondo il Consumer Graphics Database di Datamonitor, i Nuovi Giovani sono anche ghiotti di dolci. I prodotti dolciari consumati dagli ultracinquantenni dell'Europa occidentale incidono per il 22% del valore dei 31 miliardi di euro del mercato dolciario della regione. C'è una tendenza sempre più diffusa a considerare quelli dolciari come dei prodotti di qualità, sfiziosi e adatti agli adulti, passando dai più gettonati negozi di dolci tradizionali al cioccolato più raffinato che incontra i gusti più sofisticati degli adulti.

Se le previsioni sono corrette il mercato degli ultracinquantenni diventerà più importante di quello dei giovani, ma questo gruppo è costituito da consumatori con una certa esperienza e che non si faranno certo attirare da specchietti per le allodole e a cui non si riuscirà a rifilare prodotti di bassa qualità.

Il tacito consenso degli ultracinquantenni ai blister

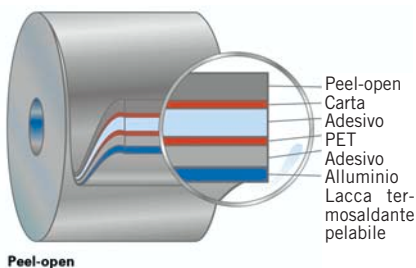
Il gruppo degli ultra-cinquantenni è in continua evoluzione ed è sempre più impellente il bisogno di creare una tipologia di imballaggio farmaceutico che soddisfi le sue esigenze. Per esempio, il Pharma Packaging Study (studio sugli imballaggi farmaceutici) dell'associazione di ricerca tecnica Faraday Packaging Partnership ha fornito alcuni risultati interessanti quando è stato chiesto ai consumatori qual era il loro tipo d'imballaggio preferito:

● il 50% predilige i blister

Sicuro e adatto agli ultracinquantenni

L'alluminio per blister farmaceutici non deve costituire alcun pericolo per i più piccoli e, secondo Alcan Packaging, la sua membrana per blister GUARDLID™ a prova di bambino offre sicurezza, garanzia e facilità d'uso.

Gli accoppiati a base di alluminio GUARDLID™, che incorporano un film di poliestere o di poliammide orientato e carta, offrono la necessaria resistenza alla punturazione e hanno la maggiore pelabilità



richiesta dalle normative statunitensi ed europee.

La società produce una vasta gamma di accoppiati per blister a prova di bambino nelle due varianti pelabile e peel-push, e sostiene di aver inventato i primi materiali di copertura per blister a prova di bambino.

Per garantire le necessarie caratteristiche peel-push, peel-open e tear-open richieste per il prodotto finale si ricorre a forze di adesione frutto di attente ricerche.

Pratici coperchietti per cibi pronti

Novelis OHLER Packaging Systems ha immesso sul mercato un pratico coperchietto in foglio di alluminio per vaschette di cibi pronti che si è rivelato facile da aprire tanto per gli ultracinquantenni quanto per qualsiasi altro consumatore.

Il nuovo Comfort Lid è provvisto di quattro grandi linguette da strappare ed è il risultato di un lavoro condotto in base alle indicazioni fornite dalla GGT (German Society of Geriatric Technology). La GGT rappresenta il settore di mercato del gruppo d'età degli ultra-cinquantenni e ha già operato per l'industria, i supermercati e aziende specializzate.

Il precedente coperchietto era caratterizzato da due piccole linguette a strappo sul lato corto della vaschetta con il cibo e una sul lato lungo, quello nuovo ha quattro grandi linguette a strappo, una su ogni lato, che facilitano la rimozione del coperchietto in un unico movimento ed evitano il contatto con il cibo caldo.

Questo nuovo coperchietto, solitamente di 48 micron, è stato testato in abitazioni private e case di riposo, dove si è fatto un confronto tra questo e quello già esistente. La maggior parte delle persone che hanno partecipato al trial hanno confermato che questa nuova tipologia è molto più facile da usare.



● il 33% ha scelto i flaconi con coperchietto “premi e gira”

● il 16% preferisce i flaconi con coperchietto “schiaccia e gira”

Tra tutte le tipologie di imballaggio farmaceutico, è per i blister che si prevede la maggiore crescita a livello mondiale, con una domanda che aumenta annualmente del 6,6% fino a raggiungere i \$4,9 miliardi nel 2007; secondo un resoconto Freedomia, sarà l'Europa occidentale ad offrire un mercato regionale particolarmente forte per i

blister in quanto ci sono delle normative che stabiliscono che la maggior parte dei farmaci prescritti direttamente a pazienti nei paesi dell'Unione Europea debbano essere forniti in imballaggi monodose.

Il rapporto continua facendo presente che tra gli altri motivi alla base della crescita dei blister vi è la loro notevole adattabilità al formato monodose, che può garantire una migliore sicurezza e osservanza delle norme ed essere di grande aiuto nella lotta contro la contraffazione.

La “rivoluzione rotonda”

I visitatori dell'Interpack 2005 avranno visto Cyclero, la novità di Huhtamaki Ronsberg, presentata come un rivoluzionario imballaggio flessibile multistrato di nuova generazione.

A detta della società, l'impresa più difficile è stata sviluppare un imballaggio flessibile a base di foglio di alluminio senza gli svantaggi di una lattina tradizionale o di un imballaggio in vetro o cartone. La creazione di Cyclero - la rivoluzione rotonda - è stata l'epilogo di un intenso lavoro di sviluppo e di collaborazione con produttori di macchine altamente selezionati.

Base, corpo e sistema di chiusura costituiscono le principali componenti dell'imballaggio. La varietà delle possibili combinazioni fa sì che al cliente venga fornito un prodotto fatto su misura. La base può essere flessibile o rigida, con o senza una barriera, mentre il corpo è composto da una combi-

nazione di materiali a 3 o 4 strati. L'alluminio è il materiale barriera preferito per Cyclero allo scopo di produrre accoppiati di OPP(o PP)/foglio di alluminio/PP in spessori da 100-200 micron a seconda dell'applicazione finale. Per imballare e riempire il prodotto può essere utilizzata una serie di procedimenti diversi tra cui riempimento aseptico, hot filling e sterilizzazione.

Il corpo rotondo è comodo da tenere in mano ed è stabile, senza contare che può essere schiacciato e viene usato come una bottiglia o una lattina. Apertura facilitata, richiudibilità, proprietà barriera e, in particolare, protezione igienica dell'apertura da cui si beve sono solo alcune delle caratteristiche offerte da questo tipo di chiusura. Questo imballaggio presenta anche vantaggi a livello ambientale tra cui il fatto che si usa molto meno materiale e il peso è notevolmente inferiore rispetto a quello di una bottiglia o di una lattina. Le possibili applicazioni sono praticamente illimitate: cibi pronti, snack o bevande isotoniche.



Lacca termosaldante

Hueck Folien e Honeywell hanno sviluppato una lacca termosaldante per alluminio per blister push-through che conferisce al prodotto una prolungata vita di scaffale e un aspetto allettante.

Questa nuova lacca è stata ideata per essere utilizzata con Aclar INTM di Honeywell. Proprio perché si tratta di una lacca, le stesse proprietà possono essere applicate ai fogli di alluminio utilizzati sia per la parte superiore che per quella inferiore; può essere usata a contatto diretto con il prodotto farmaceutico, soddisfa tutti i requisiti richiesti ed è approvata dall'FDA. L'ampio intervallo di saldatura della nuova lacca (180-250°C) garantisce ottime prestazioni nella lavorazione ad alta velocità su ogni tipo di macchina (saldatura a piastra o a rullo).

Semplice e immediato

Terolen è un nuovo materiale a base di foglio di alluminio accoppiato con apertura facilitata a strappo introdotto da Huhtamaki che si apre subito e facilmente; è adatto a una serie di accoppiati a base di poliolefina destinati a svariate applicazioni, tra cui buste stand-up, sacchetti pillow pack, buste saldate su tre o quattro lati, buste a base quadrata o involucri flow wrap. Si tratta di un materiale con una buona resistenza alla punturazione e una grande trasparenza, e per strapparli basta esercitare una forza leggerissima.

Una “filigrana” per la protezione dei marchi

Per produrre il foglio Cpl Security, Teich AG ha adottato un nuovo approccio per proteggere i marchi di prodotti farmaceutici e sanitari.

Considerato un'ottima soluzione per quantità da produrre medio-alte, il Cpl Security è un alluminio personalizzato con una superficie trattata meccanicamente che fornisce un effetto ottico



unico o una “filigrana di sicurezza”. Il vantaggio è che le immagini non possono essere rimosse dalla superficie senza distruggere il materiale e questo costituisce una protezione contro falsificazioni e imitazioni illegali.

Si fonda su una speciale tecnologia di laminazione del foglio che produce delle differenze di ruvidità nel raggio del nanometro. Le immagini possono essere evidenti o nascoste e possono essere incorporate in qualsiasi materiale da imballaggio contenente alluminio come fogli per blister, bustine o strip.

Questo nuovo Cpl Security non influisce sullo spessore dell'alluminio e la sua trasformazione è identica a quella dei fogli standard.

PeeliCan porta in tavola “pesce di giornata”

PeeliCan, un sistema completo di coperchietti per l'industria ittica, rappresenta un'alternativa moderna, pulita e facile da usare alle tradizionali scatolette di pesce con apertura ad anello.

Elaborata esclusivamente per Alupak AG (Svizzera), quest'invenzione di Alcan Packaging Rorschach e Alcan Packaging Singen consiste in:

- contenitori e coperchietti in alluminio (monocromatici o stampati a più colori)

- un concetto di macchina modulare (riempimento, saldatura a ultrasuoni e un sistema di controllo qualità integrato)

Le specifiche del foglio sia per i contenitori stampabili che per i coperchietti sono state pensate per rispondere ai requisiti specificamente richiesti per l'utilizzo finale. Alupak AG ha svolto un ruolo fondamentale nello sviluppo di questa nuova tecnologia di riempimento e saldatura.



Una rivoluzionaria iniziativa di riciclo

Alcoa Aluminio si è unita al gigante dell'imballaggio Tetra Pak, al produttore di carta Klabin e allo studio tecnico TSL Ambiental per inaugurare il primo impianto di riciclo di imballaggi per liquidi in cartone del mondo fondato sulla tecnologia al plasma situato a Piracicaba (Brasile).

L'utilizzo della tecnologia al plasma permette la totale separazione dell'alluminio e delle componenti plastiche dai cartoni. Questo procedimento così innovativo rappresenta un significativo passo avanti rispetto al procedimento di riciclo attualmente in uso per gli imballaggi in cartone per liquidi, che, fino ad oggi, hanno permesso di separare la carta, ma senza staccare la plastica dall'alluminio.

Il metodo al plasma apre una nuova strada per il riciclo, permettendo a tutte e tre le componenti dell'imballaggio di rientrare, come materie prime, nella catena di

produzione. Per esempio, Alcoa, che fornisce a Tetra Pak alluminio sottile per imballaggio asettico, per produrre nuovi fogli utilizza alluminio riciclato.

Il nuovo impianto di riciclo può trasformare ogni anno 8.000 t. di plastica e alluminio, pari al riciclo di circa 32.000 t. di imballaggi asettici. L'emissione di sostanze inquinanti durante il recupero del materiale è minima, in quanto viene condotto in assenza di ossigeno, senza combustione, con un tasso di rendimento energetico di quasi il 90%.

"Questo progetto sintetizza tutto ciò che di meglio può offrire la sostenibilità, sotto forma di partnerariato, innovazione tecnologica, miglioramento ambientale e sviluppo sociale. Alcoa è orgogliosa di prendere parte alla presentazione ufficiale di questa tecnologia pionieristica", dichiara Franklin Feder, presidente di Alcoa Latin America.



Novità

Momenti di gloria per i vincitori



I vincitori dell'Alufoil Trophy 2005 sono stati premiati durante l'Interpack allo stand dell'EAFA. Nella foto accanto, il direttore generale di Impress Group, Francis Labbé, riceve un trofeo da Ingrid Mühlböck, presidente PR dell'EAFA, e Stefan Glimm, direttore esecutivo dell'EAFA (a sinistra).

Il contributo EAFA alla Russia per l'imballaggio

L'EAFA ha sponsorizzato la conferenza intitolata "Aluminium in Packaging" svoltasi durante l'Alumpack 2005 nell'ambito della Rosupack, la più grande fiera russa dell'imballaggio, che si è tenuta a Mosca nel giugno di quest'anno. I delegati hanno seguito gli interventi

di Wilson Nicholl (Nicholl Food Packaging), il vice-presidente del Gruppo Contenitori dell'EAFA, e Guido Winsel, Manager Foil dell'EAFA, sull'industria dell'imballaggio in alluminio e sulle opportunità di crescita sui mercati internazionali.

Una soluzione ecologica

L'industria degli imballaggi metallici ha chiaramente gradito un recente studio inglese che dimostra i notevoli vantaggi economici che si possono ottenere includendo fogli e lattine di metallo nei programmi di raccolta strada per strada.

Questo studio, finanziato dal Ministero dell'Industria e del Commercio (DTI) del Regno Unito e condotto dalla Dott.ssa Julia Hummel di Eco Alternatives, ha esaminato gli impatti economici derivanti dall'aggiunta degli imballaggi metallici (barattoli in alluminio e acciaio per cibi e bevande, ma anche foglio di alluminio) nei vari programmi di raccolta di rifiuti domestici riciclabili giungendo alla conclusione che tali vantaggi economici possono essere quantificati.

Paul Martin, direttore generale di Alupro (Aluminium Packaging Recycling Organisation) sostiene che questo studio ha dimostrato che, anche a livelli bassi di recupero, la raccolta dei metalli può ridurre i costi globali di riciclo e smaltimento dei rifiuti.