

## **Design, sicurezza, sostenibilità: il packaging è strategico per la Marca del Distributore**

Un convegno promosso dallo IED e il Premio ADI Packaging Design Award pongono il tema del confezionamento a MarcabyBolognaFiere  
Bologna, 16 e 17 gennaio 2019

Il primo impatto sul consumatore nasce anche dall'appeal della confezione sullo scaffale. Nel largo consumo il packaging però è strategico anche per altri precisi motivi: l'integrità del prodotto, la sicurezza e la capacità di garantire la "shelf life", il suo essere "carta d'identità" del contenuto, grazie alle informazioni di cui è veicolo, anche in termini di tracciabilità; e, ancora, il suo contributo all'economia circolare, con l'impiego di materiali eco-compatibili e la possibilità di essere facilmente riciclato.

Temi di grande attualità per la grande distribuzione nel cui ambito lo sviluppo dei prodotti Mdd (Marca del Distributore) è sempre più legato alla capacità di offrire soluzioni originali ed efficaci

Per questo il packaging sarà uno dei temi al centro di MarcabyBolognaFiere, il Salone Internazionale dedicato ai prodotti a Marca del Distributore, organizzato da BolognaFiere in collaborazione con Adm, Associazione Distribuzione Moderna, che si terrà il 16 e 17 gennaio prossimi, attraverso una serie di iniziative.

Di confezionamento si parlerà in più momenti e con diverse declinazioni, a partire dal convegno dal titolo **Il packaging e l'innovazione: metodi, marche, mercati**, in programma il 16 gennaio, organizzato dallo IED di Milano. Ci sarà, poi, il Premio ADI Packaging Design Award, sempre legato al packaging, che valorizzerà, durante la manifestazione, le soluzioni più innovative.

L'importanza del tema è alla base della collaborazione fra l'Istituto Europeo di Design e MarcabyBolognaFiere per l'attivazione, nel prossimo anno accademico, di un corso di alta formazione dedicato ai progettisti e professionisti del packaging, per aiutarli a gestire correttamente le procedure richieste dall'innovazione continua del settore.

*"Quando si parla di confezionamento, i copacker stanno percorrendo le nuove strade dell'innovazione e diventando sempre più protagonisti - spiega Carlo Branzaglia, Coordinatore Scientifico Scuola Postgraduate dello IED Milano -. Oggi il copacker è diventato un anello sostanziale della catena del packaging, chiamato a governare l'innovazione; diventato interlocutore attivo della grande distribuzione, è sollecitato anche a parlare direttamente al consumatore. Ciò significa che, al suo interno, deve essere in grado di sistematizzare la propria capacità tecnologica e che deve assolutamente essere in grado di lavorare su design e branding".*

*"Il Packaging è uno dei temi emergenti – dichiara Marco Momoli, Direttore Commerciale BolognaFiere - per gli aspetti che coinvolge (dalla sicurezza alla sostenibilità, dalla sua strategicità commerciale all'innovazione). Per questo abbiamo ritenuto opportuno dare a questo ambito il giusto contesto di approfondimento. MarcabyBolognaFiere sarà l'occasione per verificare i trend e per apprezzare l'alto indice di innovazione che caratterizza le tecnologie e i materiali utilizzati"*

Design, sicurezza, sostenibilità. *“Partiamo da quest’ultima: finalmente è reale e non più declamata - commenta il prof. Branzaglia -: penso alla diminuzione degli ingombri, agli imballaggi secondari, alle soluzioni di smart packaging, al sottovuoto”*. Sulle altre due tematiche, ormai i copacker si avvalgono di specialisti che, alle competenze tecniche per sicurezza e tracciabilità del prodotto da veicolare sulle confezioni, abbinano oggi anche una intensa ricerca sul design: per i prodotti Mdd il mutamento del packaging attraverso l’adozione di materiali e soluzioni originali è indicato fra i fattori chiave dell’innovazione. La capacità di proposte sempre più autonome rispetto ai prodotti dell’industria di marca, acquista ancora maggiore significato se associata alle tipologie di prodotti più in crescita nella Mdd: premium (+17,9% a valore), bio-eco (+10,5%) e funzionale (+10,2%) (fonte: Rapporto Marca 2018).

*“Al suo ruolo di appuntamento di riferimento per la Marca del Distributore, MarcabyBolognaFiere – prosegue Marco Momoli - associa la centralità delle sue coordinate geografiche, nella regione che ospita sia la <packaging valley> sia la <food valley italiana>: in questo contesto, il Salone è il luogo nel quale davvero la filiera si dipana e ogni interlocutore può dialogare con gli altri, oltre che riconoscere-identificare il sistema che lo governa”*.

Nel confronto con gli altri Paesi europei, in riferimento al settore packaging, l’Italia si contraddistingue per competenza tecnica e, anche, per la capacità di trovare soluzioni innovative e diversificate per la biodiversità dei nostri prodotti. Contestualmente, è ulteriormente sviluppabile l’attenzione al rapporto fra Packaging primario e secondario e anche, all’usabilità degli oggetti in riferimento a target di consumatori (ad esempio gli anziani) i cui bisogno dovranno diventare primari nell’agenda dell’innovazione. Spunti significativi, anche questi, che troveranno confronto e risposte nella prossima edizione di MarcabyBolognaFiere.

Responsabile Ufficio Comunicazione Prodotto ed Eventi  
Isabella Bonvicini, tel. 051 282920 – cell. 335 7995370  
isabella.bonvicini@bolognafiere.it

Ufficio stampa BolognaFiere SpA  
Gregory Picco, tel. 051 282862 - cell. 334 6012743  
gregory.picco@bolognafiere.it

Ufficio stampa MarcabyBolognaFiere  
Enrico Sbandi - e.press srl - 335.8027972  
esbandi@me.com