

L'Istituto Italiano Imballaggio ha supportato UNI nella realizzazione del nuovo servizio "UNICoNTO Packaging", che offre le norme tecniche sul packaging, riorganizzate in maniera sistematica. Il servizio è online dal 7 luglio scorso e prevede diversi tipi di accesso.

NORME TECNICHE A PORTATA DI MANO

Corso di Laurea in Scienze e Tecnologia del Packaging, programma di aggiornamento professionale Packaging Education, "il" manuale tecnico scientifico Packaging Technology, fondamenti di tecnologia del packaging: questi sono i canali ormai consolidati attraverso i quali l'Istituto Italiano Imballaggio esprime da tempo il proprio

impegno nella diffusione della cultura scientifica del packaging. In questi ultimi anni, l'Istituto ha sviluppato anche un'attenzione specifica al "servizio" alle aziende di settore, con l'intento di supportare i tecnici, agevolandone l'orientamento nel "dedalo" della normativa.

Nell'ambito della Commissione Imballaggi dell'UNI (Ente Nazionale Italiano di Unificazione) l'Istituto Italiano Imballaggio ha promosso una razionalizzazione delle norme tecniche del settore, ad uso e consumo dell'utente, raggruppandoli per argomenti. In termini pratici, il servizio UNICoNTO Packaging di UNI consente la consultazione gratuita degli elenchi aggiornati delle specifiche norme.

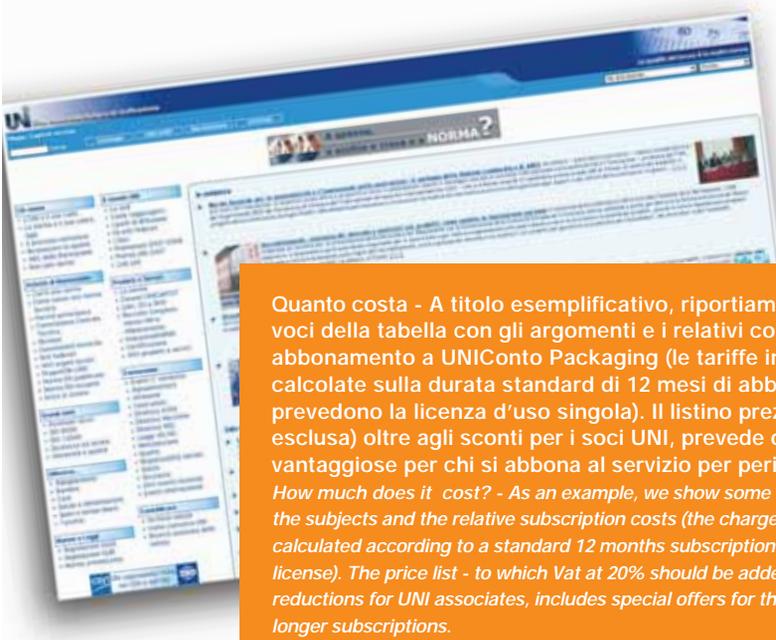
A pagamento, tramite un canone annuo o pluriennale, sarà invece possibile scaricare e stampare i testi integrali in formato elettronico PDF - 7 giorni su 7 - di circa 500 norme tecniche.

Si possono trovare le norme UNI e i recepimenti delle norme europee EN, suddivisi in 14 categorie, classificate in modo da incrociare le caratteristiche dei materiali da imballaggio con gli usi specifici degli stessi.

Completano l'offerta alcuni standard tecnici su argomenti trasversali, comuni a tutte le tipologie di imballaggio (come le problematiche ambientali). L'elenco delle norme disponibili viene costantemente aggiornato e permette di tenere sotto controllo l'evoluzione normativa.

L'utente ha la possibilità di attivare abbonamenti forfettari di durata variabile per uno o più utenti, collegandosi all'indirizzo: <https://conto.uni.com/UniSite/>.

«Un risultato importante - commenta Marco Sachet, direttore dell'Istituto - che pone il comparto packaging tra i pochi a essere organizzati in modo semplificato e intelligibile, tanto che l'utente non è costretto a conoscere a priori il titolo esatto delle norme di interesse o il codice identificativo».



Quanto costa - A titolo esemplificativo, riportiamo solo alcune voci della tabella con gli argomenti e i relativi costi di abbonamento a UNICoNTO Packaging (le tariffe in Euro sono calcolate sulla durata standard di 12 mesi di abbonamento e prevedono la licenza d'uso singola). Il listino prezzi (IVA 20% esclusa) oltre agli sconti per i soci UNI, prevede offerte vantaggiose per chi si abbona al servizio per periodi più lunghi. *How much does it cost? - As an example, we show some table listings with the subjects and the relative subscription costs (the charges in Euro are calculated according to a standard 12 months subscription and single user license). The price list - to which Vat at 20% should be added - as well as reductions for UNI associates, includes special offers for those that take out longer subscriptions.*

	Prezzo listino List price	Prezzo Soci UNI Price for UNI Associates	
Terminologia e marcatura	479,00	359,25	<i>Terminology and marking</i>
Imballaggio e ambiente	313,00	234,75	<i>Packaging and environment</i>
Imballaggi in carta e cartone	728,00	546,00	<i>Paper and cardboard packaging</i>
Imballaggi in legno e sughero	478,00	358,50	<i>Packaging in wood and cork</i>
Imballaggi in materia plastica (adesivi e nastri adesivi)	657,00	492,75	<i>Plastic packaging, adhesives and adhesive tape</i>
Imballaggi in metallo	564,00	423,00	<i>Metal packaging</i>
Imballaggi in vetro	625,00	468,75	<i>Glass packaging</i>
Imballaggi destinati al contatto con gli alimenti	581,00	435,75	<i>Packaging for contact with foodstuffs</i>

Technical standards to hand

The Istituto Italiano Imballaggio has supported UNI in the creation of the new "UNICoNTO Packaging" service, that offers technical standards on packaging, reorganized in a systematic manner. The service has been online since last July 7th and various types of access are offered.

University degree course in Packaging Science and Technology, the Packaging Education professional update program, "the" Packaging Technology scientific technical manual, offering the fundamentals of packaging technology: these are by now consolidated channels through which the Istituto Italiano Imballaggio has for some time now been expressing its commitment in the diffusion of the scientific culture of

packaging. Over these last years, the Istituto has also developed a specific attention to the "service" of the sector companies, with the intent of supporting technicians, helping them to find their way amidst the "maze" of standards.

Under the UNI (Italian National Standards Unification Body) Packaging Commission the Istituto Italiano Imballaggio has promoted a rationalisation of the technical

standards of the sector, for the benefit of the user, grouping them per subject.

In practical terms, the UNICoNTO Packaging service offered by the UNI enables the free consulting of the updated lists of specific standards. Paying a yearly or multi-year rate, one can in turn download entire documents in PDF format - 7 days a week - regarding close on 500 technical standards.

One can find the UNI standards and the receipt of the EN European standards, listed in 14 categories, classified so that one can read off the characteristics of the packaging material against the specific uses of the same. The offer also includes some technical standards on general

topics, common to all types of packaging (ie environmental questions).

The list of the standards available is constantly updated and enables one to keep a check on the evolution of the same. The user can take out a one-off subscription lasting for chosen period for one or more users, connecting up to the address:

<https://conto.uni.com/UniSite/>.

«An important result - Istituto head Marco Sachet comments - that puts the packaging segment among the few segments to be organized in a simple and intelligible manner, for example the user does not have to know the exact title of the standard in question or its ID code before entering the site».



Pasqualini

Flint: cambio al vertice

Claudio Pasqualini è il nuovo direttore sud Europa della Divisione Packaging di Flint Group. Pasqualini, 51 anni - che sostituisce Marcello Zimei - ha maturato esperienze professionali nel settore degli adesivi per uso industriale, in particolare nel comparto imballaggio flessibile; ha lavorato in gruppi internazionali (CPC Group, Croda, Rohm and Haas), ricoprendo incarichi di responsabilità in area commerciale. Nel suo nuovo incarico dovrà occuparsi delle attività commerciali della Divisione Packaging di Flint Group Italia di Cinisello Balsamo (MI) per l'area sud Europa.

ERRATA CORRIGE

Sul fascicolo di settembre di *ItaliaImballaggio*, a pagina 195, è stato pubblicato l'articolo "L'arte della plastica", dedicato alle strategie e ai prodotti realizzati dalla Gianazza Angelo SpA (Legnano, MI). La foto pubblicata in apertura è del fondatore, Angelo Gianazza appunto, e non del figlio Luca (come è invece stato erroneamente segnalato in didascalia). Ce ne scusiamo vivamente con gli interessati e con i lettori.



Accordi e acquisizioni

Checkpoint Systems (identificazione dei prodotti e gestione delle differenze inventariali) e Metro Cash&Carry hanno lanciato un programma globale di source tagging basato sulla tecnologia NDRF (New Digital Radio Frequency).

In 425 punti vendita Cash & Carry self service di 28 Paesi saranno installate le antenne 3G NDRF di Checkpoint con i relativi disattivi, facendo dell'EAS il controllo più diffuso a livello internazionale. A seconda delle necessità, gli elementi di sicurezza saranno forniti sotto forma di etichette autoadesive e per macchine applicatrici ad alta velocità, etichette hang e tag integrabili direttamente all'interno del prodotto.

• Checkpoint ha inoltre annunciato l'acquisizione di ADS (Hull, UK), fornitore di etichette per capi di abbigliamento a brand e retailer di tutto il mondo. L'offerta ADS comprende, tra l'altro, etichette swing, autoadesive e stampate, etichette di tessuto e guarnizioni in plastica.

Servizi alle imprese

Le Camere di Commercio di Milano e di Torino hanno avviato un processo di graduale integrazione, indirizzato a consolidare una vera e propria forma di alleanza tra le due aree metropolitane e le due Regioni. Obiettivo dell'iniziativa, sviluppare la competitività del territorio e delle sue imprese. In questo contesto le due Camere di Commercio hanno dato vita, con il supporto operativo di Assotec, a TrovaLab (www.trovalab.it), il primo repertorio delle infrastrutture tecniche della Lombardia e del Piemonte, relativo ai fornitori di servizi tecnico-scientifici alle imprese nell'ambito dell'innovazione, della qualità di prodotto e di sistema, come le strutture tecniche di prova, certificazione, ricerca e sviluppo.



IMPEGNO SOCIALE - La sede italiana di Tetra Pak è la prima del gruppo svedese a ricevere la certificazione SA8000 per la responsabilità sociale, per l'impegno dimostrato nella tutela dei diritti umani e sociali.

Questo risultato è il frutto di un cammino intrapreso nei primi mesi del 2005, che dimostra l'efficacia dell'organizzazione nel rispondere agli impegni de-

rivanti dalla Corporate Social Responsibility. In particolare, l'azienda ha sostenuto progetti a favore di bambini in situazioni difficili, ha elaborato piani di emergenza per la salute e sicurezza sul lavoro, ha varato il progetto SWIM (che mira allo sviluppo professionale delle donne in azienda) e ha coinvolto i propri dipendenti con audit interni in un'ottica di "Employee Satisfaction".

Flint: change at the top

Claudio Pasqualini is the new head for southern Europe of the Packaging division of the Flint Group. Pasqualini, 51 years of age - who replaces Marcello Zimei - has built up professional experience in the sector of adhesives for industrial use, in particular in the flexible packaging segment; he has worked in international groups (CPC Group, Croda, Rohm and Haas), covering posts of responsibility in the commercial area. In his new post he is to look after the commercial activities of the Packaging Division of the Flint Group Italia, Cinisello Balsamo (MI), for the area of southern Europe.

Corrigenda

In the September issue of *ItaliaImballaggio*, on page 195, we published the article "the art of plastics", dedicated to the strategies and the projects of Gianazza Angelo SpA (Legnano, MI). The opening

photo is of the founder, Angelo Gianazza, and not of his son Luca (as erroneously stated in the caption). Our apologies to those involved and to our readers.

Company services

The Chambers of Commerce of Milan and Turin have started up a process of gradual integration, aimed at consolidating a true and proper form of alliance between the two metropolitan areas and the two Regions. Objective of the undertaking, develop the competitiveness of the territory and its concerns. In this context the two Chambers of Commerce - aided by Assotec - have created TrovaLab (www.trovalab.it), the first repertoire of technical infrastructures for Lombardy and Piedmont, featuring suppliers to companies of technical-scientific services in the field of innovation, product and system quality, technical testing, certification, and R&D structures.

Deals and buy-ups

Checkpoint Systems (solutions for identifying products and for the management of stock shrinkages) and Metro Cash&Carry have launched a global program of source tagging based on NDRF (New Digital Radio Frequency) technology. Checkpoint's 3G NDRF antennas will be installed in 425 Cash & Carry self service sales-points in 28 countries with relative deactivators, making EAS the most internationally popular checking system. Based on need, security elements will be supplied in the shape of self-adhesive labels and labels for high speed applicator machines, hang and tag labels which can be added to the inside of the wrapping.

• Moreover, Checkpoint has announced the acquisition of ADS (Hull, UK), supplier of clothing labels to brands and retailers all

over the world. The ADS offer includes swing, self-adhesive and printed labels, fabric labels and plastic trim.

Social commitment

The Italian branch of Tetra Pak is the first of the Swedish group to gain SA8000 certification for social responsibility, for the commitment shown in protecting human and social rights. This is the result of the approach taken in the first months of 2005, that demonstrates the organization's effectiveness in responding to commitments under Corporate Social Responsibility. In particular the company supported projects favouring young children in difficult situations, it has devised emergency plans for health and safety at work, it has launched the SWIM project (to foster professional growth of women in the company) and has involved its own staff in internal audits with an eye to Employee Satisfaction.

Presentato ufficialmente il Global Report Boxmarche 2006. Per l'occasione è stato organizzato un convegno sull'innovazione - tema che caratterizza il documento dell'azienda di Corinaldo (AN) - dal titolo "Innovazione al cubo: persone, processi, prodotti".

Avanti, con entusiasmo

Il convegno organizzato da Boxmarche, per la presentazione del Global Report 2006, ha affrontato il tema dell'innovazione da diversi punti di vista, da quello tecnico a quello "umanistico-filosofico" a quello della comunicazione e marketing.

Una scelta precisa - Boxmarche ha incentrato il Global Report, sulla propria personale visione di innovazione, come ha spiegato l'amministratore delegato Tonino Dominici.

«Innovare significa "mutare un sistema introducendo qualcosa di nuovo". Noi cerchiamo di mixare al punto giusto strategia e creatività: solo grazie all'innovazione di prodotti, processi, e soprattutto persone, si raggiungono grandi traguardi. Questo Global Report esprime i risultati della nostra famiglia, di cui siamo profondamente orgogliosi».

Anche il Sindaco di Corinaldo, Livio Scattolini, ha espresso il proprio apprezzamento per «l'innovazione costante che Boxmarche porta nel territorio».

Valore aggiunto - Cesare Tomassetti, docente presso la facoltà di Economia dell'Università di Macerata e consulente per la redazione del Global Report, ha illustrato la struttura del documento che integra il Bilancio d'Esercizio, il Bilancio Sociale e Ambientale e l'Analisi del Capitale Intellettuale. Sotto il profilo quantitativo ha evidenziato investimenti effettuati nell'esercizio 2006 in R&S (312 mila euro) e gli interventi in tecnologie e macchinari pari a circa 1,8 milioni. Altri aspetti di rilievo sono stati il rafforzamento

patrimoniale, la riduzione del rischio e il consolidamento dei finanziamenti bancari. Il valore aggiunto è stato attribuito per il 57,4% al personale, 33,1% all'azienda sotto forma di autofinanziamento, 5% al capitale di credito e 4,5% alla pubblica amministrazione.

Idee originali - Claudio Baldi, che collabora con Boxmarche per quanto riguarda brevetti e marchi, ha fatto una panoramica sui metodi per tutelare e proteggere le invenzioni industriali. Il tutto, ricollegandosi alla relazione di Andrea Pierpaoli, responsabile di stabilimento Boxmarche, che ha illustrato le varie caratteristiche di Microk, un innovativo packaging in grado di cuocere cibi in pochissimi istanti al microonde.

Altri esperti, hanno poi preso la parola: Gabriele Micozzi, docente di Marketing all'Università di Ancona, ha parlato di quanto sia rilevante l'innovazione nella comunicazione prendendo spunto da quella fatta da Boxmarche, giudicata eccellente sotto tutti i punti di vista: esempio ne è Next, newsletter aziendale da sempre attenta ai temi della cultura d'impresa.

Cultura, motore dell'economia - Laura Cavasassi, insegnante di Filosofia, ha costruito un excursus dell'innovazione nella storia della cultura, sottolineando come sin dai tempi remoti l'innovare sia stato alla base dei più importanti successi economici e storici e concludendo affermando che l'innovazione «è, più che altro, uno stato mentale che si alimenta di creatività, flessibilità e conoscenze». Vincenzo Oliveri, giornalista, infine, ha analizzato il fenomeno della soft economy con evidenti collegamenti a Boxmarche e al suo impegno nel territorio.

La serata si è conclusa, infine, con un buffet nella splendida cornice di Piazza Baldassarri, location costruita tra le mura aziendali e dedicata a uno dei soci fondatori della Boxmarche.



Carta: un'acquisizione sinergica

Fortemente sinergica l'acquisizione di Antalis SpA conclusa lo scorso 1 maggio dal Gruppo PaperlinX, distributore globale di carte e supporti per la comunicazione nonché produttore di carte per la comunicazione e il packaging (fatturato 4,5 miliardi euro, oltre 10.000 collaboratori, stabilimenti e uffici in Australia, Nuova Zelanda, Asia, Nord America ed Europa). L'operazione rientra in una serie di iniziative strategiche, volte a rafforzare la piattaforma globale di PaperlinX nella distribuzione cartaria e, in particolare, a consolidare la leadership di mercato in Europa attraverso un investimento che dimostra la fiducia riposta nel mercato italiano. Grazie a questa acquisizione, infatti, PaperlinX sarà presente in Italia con Polyedra e Antalis, che andranno a costituire una nuova e più grande realtà guidata da Paolo Bechini (già amministratore delegato di Polyedra). La nuova società punterà a valorizzare le sinergie fra le due strutture pur mantenendo le diverse focalizzazioni a livello di portafoglio prodotti.

Official presentation of the Global Boxmarche Report 2006. For the occasion a convention on innovation was organized - subject that characterises the document of the Corinaldo (AN) based concern - the title being "innovation to the power of three: people, processes, products".

Onward, with enthusiasm

The convention organized by Boxmarche for the presentation of the Global Report 2006, tackled the subject of innovation from various points of view, from the technical to the "humanistic-philosophical" side to that of communication and marketing.

A precise choice - Boxmarche has centred its Global Report on its own personal vision of innovation, as company director Tonino Dominici strove to explain. "Innovating means 'changing a system by introducing something new'. We try and blend strategy and creativity in the right measure: only thanks to innovation as regards product, process and above all people are great achievements attained. This Global Report expresses the results of our family, of which we are deeply proud". The mayor of Corinaldo, Livio Scattolini, also expressed his appreciation for the

"constant innovation that Boxmarche brings to our local area".

Added value - Cesare Tomassetti, lecturer at the faculty of Economics at the University of Macerata and consultant for the drawing up of the Global Report, illustrated the structure of the document that includes the Annual Business Report, the Social and Environmental Report and the Analysis of Intellectual Capital. In terms of quantity it highlighted investments made in the business year 2006 in R&D (312 thousand Euro) and intervention in technology and machines standing at around 1.8 millions. Other key aspects were the fortifying of assets, reduction of risk and consolidation of bank financing. The added value has been attributed 57.4% to personnel, 33.1% to the company in the form of self financing, 5% to credit capital and 4.5% to public administration.

Original ideas - Claudio Baldi, who cooperates with Boxmarche for patents and brands, gave an overview of the methods for protecting industrial inventions. This tied up with the talk held by Andrea Pierpaoli, head of the Boxmarche works, who illustrated the various characteristics of Microk, an

innovatory packaging for cooking food in just a few seconds in the microwave. The word then went to other experts: Gabriele Micozzi, lecturer in Marketing at the University of Ancona spoke of how important innovation is in communication, taking as an example that of Boxmarche, judged as excellent from all points of view: an example is Next, company newsletter as ever attentive to the subjects of company culture and entrepreneurship.

Culture, motor of the economy - Laura Cavasassi, Philosophy teacher made an excursus on innovation in the history of culture, underlining that how even from ancient times it has been at the basis of the most important economic and historical successes, and concluding by stating that innovation "is more than anything else a mental state that is fostered by creativity, flexibility and knowledge". Vincenzo Oliveri, journalist, lastly analysed the phenomenon of the soft economy with evident relation to Boxmarche and its local commitment. The evening lastly ended with a buffet in the splendid setting of Piazza Baldassarri, location built between the walls of the concern and dedicated to one of the founder partners of Boxmarche.

Paper: a synergical buy-up

A strongly synergical buy-up of Antalis SpA concluded last May 1st by the PaperlinX Group, world distributor of paper and substrates for communication as well as producer of paper for communication and packaging (turnover 4.5 billion Euro, over 10,000 co-workers, works and offices in Australia, New Zealand, Asia, North America and Europe). The operation comes under a series of strategic undertakings, aimed at reinforcing the global platform of PaperlinX in the distribution of paper and in particular, to consolidate the market leadership in Europe through an investment that shows the faith placed in the Italian market. Thanks to this buy-up, in fact PaperlinX will be present in Italy with Polyedra and Antalis, that will go to constitute a new a larger concern guided by Paolo Bechini (former managing director of Polyedra). The new company aims at valorising the synergies between the two structure while keeping up the separate focus on the level of the product portfolio.