

GREEN SOLUTIONS
PACKAGING

Come ti elimino i difetti

Rotoprint Mai buttare via imballaggi imperfetti o che richiedono qualche modifica. Un'azienda italiana propone una tecnica ad hoc di sovrastampa su diversi materiali, per evitare inutili sprechi

Intervenire in anticipo. Bloccare il tentativo dell'azienda di smaltire tonnellate di imballaggi già stampati, anche nuovi in certi casi, solo per un leggero difetto o una piccola modifica o ritocco reso necessario all'ultimo momento. Impedire che tutto finisca al macero o in fondo a una discarica, è dunque la mission di Rotoprint Sovrastampa, azienda milanese specializzata nel modificare imballaggi già stampati, grazie a una tecnica brevettata che permette di sovrastampare, senza difetti, su confezioni altrimenti destinate a essere buttate via. Con un intervento millimetrico e con un alto livello di precisione, è possibile effettuare un inserimento di stampa sul pack, senza rischiare di rovinarlo.

Artefice di tutto è il fondatore e titolare di Rotoprint Sovrastampa, Giancarlo Arici, 68 anni, che nel 1978 ha creato l'azienda a cui ha affidato una mission: permettere ai clienti di risparmiare sui costi di packaging. La regola è dunque quella di non buttare via mai niente, perché tutto può tornare utile. Cosa che non sempre le aziende prendono in considerazione. Basti pensare che la stessa Rotoprint, lo scorso anno, ha dichiarato di avere riutilizzato materiale per imballaggio che complessivamente ha coinciso con circa 18 mila chilometri di pack altrimenti destinati a essere bruciati. «Allungare il ciclo di vita degli imballaggi



Giancarlo Arici fondatore e titolare di Rotoprint Sovrastampa

garantisce alle aziende un risparmio di costi molto significativo, in certi casi si parla di milioni di euro – proclama Arici –. Questo perché essenzialmente non sono costrette a produrre del nuovo materiale ed evitano spese di stoccaggio e smaltimento in discarica. Inutile dire che ciò ha benefici positivi sull'ambiente. Noi usiamo confezioni nuove, ma mai utilizzate, quindi non riciclate».

La modifica riguarda imballaggi flessibili in bobina e una vasta specificità di materiali: mono o

pluristrato, alluminio, carta, poliammide, polietilene, polipropilene, poliestere, sleeves, tetrapak. Ma non solo. L'azienda, dai suoi stabilimenti di Lainate, interviene anche nella trasformazione in formati o prefustellati (tetrarex, elopal, scatole per microonde, astucci, blister e cluster). «Ci occupiamo di sovrastampare, ritagliare se necessario, e poi ribobinare il materiale che viene riconsegnato come nuovo al nostro cliente, che può liberamente metterlo in commercio» spiega il titolare.

La possibilità di ridurre le uscite relative alla voce packaging interessa vari settori merceologici. Rotoprint annovera tra i suoi clienti nomi che operano in diversi comparti del largo

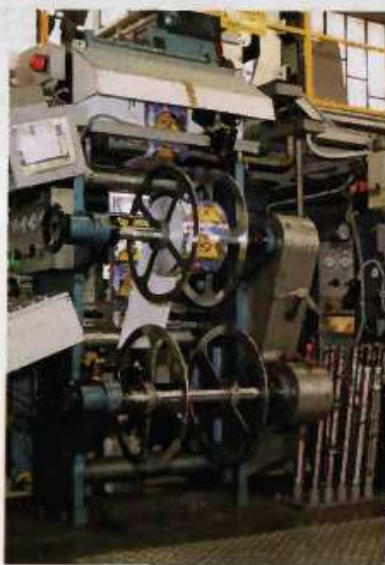
Allungare il ciclo di vita degli imballaggi garantisce alle aziende un risparmio di costi significativo

consumo, dalle grandi alle piccole e medie imprese.

Interventi mirati

«Studiamo singolarmente i vari casi che ci vengono di volta in volta sottoposti – precisa sempre Arici –, perché quando si tratta di sovrastampa non si può parlare di lavoro standard, ma bisogna progettare interventi ad hoc».

Se intervenire sul packaging per evitare sprechi e danni all'ambiente è uno degli obiettivi dell'azienda lombarda, in futuro si auspica che la valenza green tocchi anche altre parti del processo. «Lavorando su materiali che ci vengono portati da terzi – spiega il numero uno dell'azienda –, non abbiamo la possibilità di scegliere supporti più o meno ecosostenibili. Anche per quanto riguarda gli inchiostri che usiamo, la scelta è limitata, perché devono andare bene



per il tipo di lavori che facciamo. Se in futuro saranno disponibili materie prime ecologiche di sovrastampa, non esiteremo ad adottarle». Si attendono quindi segnali anche da

altri comparti e tutto lascia presagire che qualcosa potrebbe effettivamente cambiare, orientandosi verso una politica più sostenibile. «Oggi il discorso del rispetto ambientale è diventato per ogni azienda un vero e proprio atout – osserva Arici –. Il packaging, poi, è un elemento particolarmente delicato perché è la veste con cui un prodotto si presenta al pubblico, ma anche una fonte importante di rifiuti a livello casalingo e non solo. Di conseguenza, fare in modo che non abbia effetti nocivi sull'ambiente è una mission sentita da molti player dell'industria in generale. C'è poi la motivazione economica e nessuna impresa, visto quello che succede sui mercati, può permettersi di sostenere spese in eccesso e buttare via materiale sano, magari solo per un piccolo errore di stampa o una modifica inaspettata».

di Matteo Cioffi