

INNOVAZIONI STRATEGICHE

Come fondere competenze e conoscenze provenienti da esperienze diversificate, per fornire soluzioni innovative di packaging, che incrementino il valore del prodotto finito confezionato

Nei mercati più evoluti, caratterizzati da prodotti maturi con ridotte possibilità di incrementare i volumi di vendita, il packaging sta assumendo in misura sempre più crescente a livello mondiale, un ruolo chiave e strategico di competitività. Per chi come Idealpack, società di servizi per lo sviluppo di imballaggi innovativi, opera in contatto continuo con i mercati più 'agguerriti', come gli Stati Uniti o il Giappone, questo aspetto strategico è particolarmente evidente. "L'imballaggio - afferma Giulio Ghisolfi, general manager dell'azienda - in questi mercati è pensato come parte integrante del prodotto, come strumento principale di differenziazione e di creazione di valore aggiunto, talvolta influenzandone anche in modo significativo il processo di acquisto. Uno dei casi più eclatanti è rappresentato dal tubetto del dentifricio che ha abbandonato la classica soluzione in alluminio per adottare un pollaccoppiato in mate-

ria plastica. Pur avendo un costo superiore, questa evoluzione ha permesso di realizzare un packaging di maggior "appealing" per l'utilizzatore, e grazie alla sua continua innovazione di processo, dei sistemi di chiusura utilizzati, di stampe e grafiche sempre più accattivanti (oloprisma), di diventare uno dei packaging di maggior utilizzo e di successo sul mercato. Un altro esempio di successo è stato il passaggio dalla lattina in alluminio alla confezione in busta flessibile pluristrato, più leggera, di facile apertura e maneggevolezza, con cui una società leader produttrice di cibo per animali ha incrementato in modo sbalorditivo (addirittura del 300%) il proprio volume di vendita in pochi anni dalla sua introduzione! Un esempio più recente riguarda infine il tonno, per il quale il passaggio dalla scatoletta alla busta in materiale multistrato flessibile, ha permesso all'azienda produttrice, di estendere rapidamente la propria gamma di prodotti, cosa difficilmente realizzabile con l'imballaggio tradizionale in banda stagnata e di trasformare il prodotto così confezionato, in un vero e proprio comodo piatto pronto. Purtroppo in Italia, la maggior parte delle aziende non ha ancora adottato una filosofia operativa "packaging oriented", rimanendo così ancora troppo fortemente vincolata dagli aspetti produttivi e di processo

Chiusura facile ed ermetica, Idealclip è adatta a buste, sacchetti e astucci.

2. Posizionato obliquo Idealclip aiuta a versare gli alimenti.
1. An easy and sealtight closure, Idealclip is suitable for pouches, bags and cases.
2. Obliquely Idealclip facilitates food pouring.



esistenti (ammortizzazione impianti, costo dei materiali e così via). Pertanto, pur essendo il packaging italiano caratterizzato da un buon livello qualitativo e produttivo, se non si inverte rapidamente questa "tendenza", rischia purtroppo in futuro di non essere sufficientemente competitivo rispetto alle innovative soluzioni di imballaggio sviluppate ed introdotte dagli Stati Uniti e dal Giappone che stanno invece investendo sulla creatività e sull'innovazione dei sistemi di packaging, come grandi opportunità ad elevato ritorno economico".

Soluzioni step by step

Idealpack si propone come partner di produttori di beni di largo consumo per collaborare allo sviluppo di un packaging che sia una fattiva leva di marketing per il prodotto. A tale proposito la società fornisce da una lato servizi di consulenza e di "problem solving" legati al packaging quali indagini di mercato, "scouting" di prodotti/soluzioni innovative già presenti in altri mercati non ancora conosciuti, ricerca di nuovi materiali e sistemi di confezionamento e infine l'assistenza necessaria per ottenere nuovi brevetti; dall'altro lato servizi d'ideazione e sviluppo di soluzioni innovative "originali", di creazione di modelli e prototipi e della loro eventuale industrializzazione. "Possiamo sviluppare nuove soluzioni, partendo dal briefing con il cliente, sia sulla base di uno scouting condotto su scala mondiale di soluzioni già esistenti, sia ideando e creando un packaging 'da zero'. - spiega Giulio Ghisolfi - Una volta eseguita l'analisi di mercato, viene sviluppato il concept proponendo almeno 6 o 7 proposte differenti originali. In base alla scelta fatta dal cliente, realizziamo quindi dei prototipi funzionali, li sottoponiamo al cliente per l'approvazione e se richiestoci, forniamo anche il supporto per la fase di industrializzazione, per la ricerca dell'eventuale produttore e ne curiamo anche l'eventuale

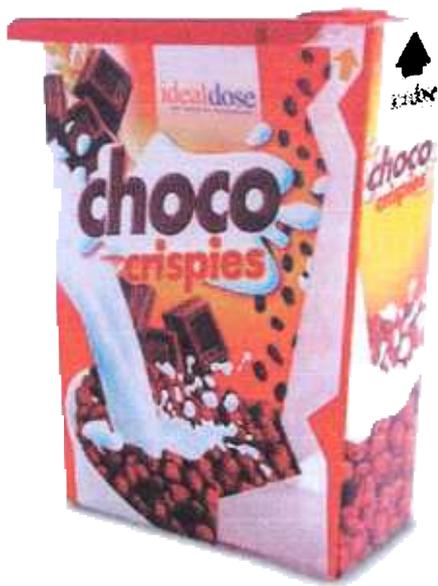
richiesta di brevetto. Quest'ultimo aspetto sta acquistando una notevole importanza, dal momento che le soluzioni di imballaggio stanno divenendo sistemi sempre più sofisticati e la possibilità di brevettarle, dove questo è possibile, fornisce un vantaggio competitivo considerevole soprattutto nel lungo termine. Per tutti i settori applicativi progettiamo soluzioni che devono essere realizzabili, con una particolare attenzione al rapporto funzionalità/costi (sia di processo che dei materiali utilizzati). Inoltre, procediamo sempre per step successivi, in modo che il cliente possa rivolgersi a noi per una sola fase o per lo sviluppo complessivo del packaging, dalla consulenza all'industrializzazione e può in qualunque momento decidere se proseguire o fermarsi, gestire direttamente alcune fasi/attività o decentrarne parte a terzi."

Una chiusura... flessibile

Accanto ai servizi di problem solving e di sviluppo di soluzioni innovative, l'attività di Idealpack prevede inoltre la progettazione di nuovi sistemi/soluzioni di packaging per proprio conto. Si tratta di soluzioni studiate per rispondere a esigenze, talvolta latenti, del mercato, caratterizzate da un'elevata funzionalità e da prestazioni volte ad arricchire il prodotto di un valore aggiunto in termini di differenziazione e competitività commerciale. "Individuare i 'functional needs' ossia le esigenze in termini di funzionalità del consumatore - prosegue Ghisolfi - fornisce un'importante indicazione delle tendenze del mercato a cui cerchiamo di rispondere con soluzioni innovative che possono essere poi riutilizzate per sviluppare altri sistemi d'imballaggio anche per altri settori non inizialmente considerati. La possibilità di avere un prodotto pronto da consumare, fresco, facilmente accessibile e richiudibile, ad esempio, ha condotto alla realizzazione di importanti soluzioni per il settore alimentare: dal formaggio grattugiato (dove il packaging svolge sempre più un ruolo de-



3.



- 3. Ideal Jet-Pump permette di erogare in continuo qualsiasi liquido senza l'uso di gas.
- 4. Per dosi sempre uguali di prodotto Idealpack ha progettato Ideal Dose.
- 3. Ideal Jet-Pump enables to continuously deliver any liquid without the use of gas.
- 4. Idealpack designed Ideal Dose for delivering always the same quantity.

4.

terminante), alla pasta fresca, ai salumi, alla carne, prodotti questi ultimi per i quali è divenuto standard corrente l'imballaggio con atmosfera modificata. È importante evidenziare che tutte le problematiche di nicchia possono essere delle grandi opportunità per pensare/sviluppare nuove soluzioni e quindi debbono essere sempre affrontate con una visione universale, senza essere troppo condizionati dall'esistente e/o da precedenti esperienze. Questa è la filosofia operativa secondo cui opera Idealpack per progettare nuove soluzioni di imballaggio, 'sviluppare nuove soluzioni che migliorino la funzionalità del packaging, ma che al tempo stesso siano capaci di caratterizzare il prodotto con un'impronta fortemente personale'. Un esempio di questo approccio è ad esempio Idealclip, un sistema universale di chiusura ermetica e riutilizzabile, realizzato da Idealpack, per buste e sacchetti flessibili. Quando vogliamo mangiare un biscotto, preparare un caffè o versare dello zucchero, ci spazientiamo se la confezione non si apre subito e/o il prodotto in esso contenuto è diventato cattivo. Idealclip soddisfa entrambe queste esigenze sia di facilità e immediatezza d'uso, sia di un'efficace tenuta ermetica per impedire la perdita di aromi e fragranze o la fuoriuscita del contenuto. Oltre a rispondere a tali requisiti, Idealclip può essere anche utilizzato per facilitare il versamento di alcuni prodotti, agganciandolo in posizione obliqua al sacchetto. Il sistema, che può essere prodotto in varie dimensioni e colori, si adatta alle varie tipologie di sacchetto, indipendentemente dalla forma e dal materiale flessibile usato, e può essere applicato in linea su qualsiasi linea di confezionamento con costi estremamente ridotti. Realizzato in polipropilene orientato, resiste all'impiego prolungato (è riutilizzabile innumerevoli volte) e agli sbalzi termici. Al termine della sua vita utile può essere infine facilmente smaltito".

STRATEGIC INNOVATIONS

How to blend expertise and knowledge coming from diversified experiences to provide innovative packaging solutions, that increase the value of the finished packaged product

In most evolved markets, featuring mature products with little possibility of increasing sales volumes, packaging is increasingly taking on, worldwide, a key strategic role in competitiveness. For those who like idealpack, service company for development of innovative packages, operates in continuous contact with most aggressive markets such as United States and Japan, this strategic aspect is especially evident.

Packaging, says Giulio Ghisolfi, company general manager, in these markets is devised as integral part of the product, as main instrument for differentiation and creation of added value, at times also significantly affecting the sales process. One of the most blatant cases is represented by the toothpaste tube that has abandoned the classical aluminium solution to adopt a polycoupled plastic material. Although having a higher cost, this evolution has enabled to realize a packaging that is more appealing for the user, and thanks to its ongoing process innovation, closing system, increasingly engaging print and graphics (holoprism) has become one of the most used and successful packages on the market. Another successful example was the switch from the aluminium can to the package in flexible multilayer envelope, lighter, easy to open and handle, with which a manufacturing company of animal food has amazingly increased its sales volume (300%!) in a few years from its implementation. A more recent example concerns tunafish for which the switch from the can to the envelope in flexible multilayer material has enabled the manufacturing company to rapidly extend its product range, something which is hard to accom-



5. Un foglio in materiale flessibile diventa scatola in Ideal Flex-box.
5. A flexible sheet becomes box in Ideal Flex-box.

5.

plish with the traditional tin band packaging, and hence transform the product packaged in this way into a real and handy ready-to eat dish. Unfortunately in Italy most companies have still not implemented a 'packaging oriented' operating philosophy, thus remaining still strongly bonded by productive and process aspects (system amortization, cost of materials and so on). Therefore although Italian packaging is characterized by a good qualitative and productive level, if this trend is not rapidly inverted, Italy will risk in the future to be unable to compete with new packaging solutions developed and launched in the United States and Japan, that, on the contrary are investing on creativity and innovation of packaging systems as major opportunities with high economic return.

Step by step solutions

Idealpack proposes as partner of consumer goods manufacturers to collaborate in the development of a packaging that can become a profitable marketing support for the product.

To this regard the company provides advice and problem solving services linked to packaging such as market surveys, scouting of innovative products/solutions already present on other markets yet still unknown, research for new materials and packaging systems and finally, assistance needed to obtain new patents; on the other side it offers creation and development services for original innovative solutions, creation of models and prototypes and their possible industrialization. We can develop new solutions, starting from customer's briefing on the basis of a scouting carried out on a world scale for already existing solutions, as well as by creating a packaging from zero, says Giulio Ghisolfi. Once the market survey has been carried out the concept is developed proposing at least 6 or 7 original and different ideas. On the basis of the choice made by the customer, we realize functioning prototypes, we submit them for customer approval and if requested, we also provide the support for the industrialization stage, for the search of a possible manufacturer and we also take care of the eventual patent application. This latter aspect is acquiring major importance since packaging solutions are becoming increasingly sophisticated and the possibility of patenting them, where this is not possible, provides a remarkable competitive advantage especially on the long run. For all application sectors we design solutions that must be feasible with special attention to the functionality/cost ratio (both in terms of process and materials). In addition we always proceed by subsequent steps, so that the customer may turn to us for a single stage or for the global development of the packaging, from advice to industrialization

and can at any time decide whether to continue or stop, manage directly certain stages/activities or assign part of them to third parties.

A flexible closing

Besides problem solving and innovative solution development services, Idealpack's activity also includes design of new individual packaging systems/solutions. These are solutions designed to meet market needs, latent at times, featuring great functionality and performances aimed at enriching the product with an added value in terms of differentiation and commercial competitiveness. Spotting functional needs, i.e. needs in terms of consumer functionality, says Ghisolfi, provides an important indication on market trends which we try to meet with innovative solutions that can be re-used to develop other packaging systems even for sectors we had not considered initially. The possibility of having ready to eat products, fresh, easily accessible and closable, for instance has led to realize important solutions for the food sector: from grated cheese (where packaging increasingly performs an essential role) to fresh pasta, hams, meat, products for which packaging with modified atmosphere has become the current standard. It is important to emphasize that all niche problems can be major opportunities to think/develop new solutions and hence must be always confronted with a universal vision, without being too influenced by existing and/or previous experiences. This is the operative philosophy pursued by Idealpack to design new packaging solutions, 'develop new solutions that enhance packaging functionality, while also being capable of characterizing the product with a strongly personal mark'. An example of this approach is Idealclip, a universal sealtight closing and re-usable system developed by Idealpack for flexible envelopes and bags. When we want to eat a biscuit, prepare coffee or pour sugar we lose out patience if the package doesn't open immediately and/or if the product container has become bad. Idealclip meets both requirements, being easy and quick to use, being sealproof to prevent loss of aroma and fragrance or content leakage. Besides meeting these requirements, Idealclip can also be used to facilitate pouring some products, hooking it obliquely to the bag. The system, that can be manufactured in various dimensions and colors, adapts to various bag typologies, regardless of the form and flexible material employed and can be applied in line on any packaging line with very low costs. Made in oriented polypropylene it resists prolonged use (it can be reused several times) and temperature variations. At the end of its useful life it can be easily disposed of.

6. Idealpack crea branding, veste grafica e restyling per l'immagine dei prodotti.

6. Idealpack develops branding, graphics and restyling for the image of the products.



6.