

## interpack 2014: Articolo tecnico n. 3

### **Confezioni per prodotti dolciari e da forno: come sedurre con economia ed ecologia**

*Energia e materie prime rincarano continuamente e i consumatori si trasformano sempre di più in ambientalisti. I produttori di dolci e snack sono così costretti a fare i salti mortali: i loro prodotti devono distinguersi dalla massa, senza che packaging eccessivi gonfino i costi. I produttori di imballaggi e i costruttori di macchine possono dare una mano: con soluzioni di packaging a risparmio di materiale e linee di produzione più efficienti.*

Queste praline sono sempre un grande classico nel reparto dolci e non hanno bisogno di tanta pubblicità: da più di 60 anni le palline al cioccolato Halloren sono campioni di vendite e consentono alla ditta Halloren Schokoladenfabrik, con sede nella Germania Orientale, di conseguire di continuo volumi d'affari eccellenti. Per il 2013 l'azienda punta a superare i 100 milioni di euro di fatturato, dopo quasi 90 milioni di euro ottenuti nel 2012. "Dalla privatizzazione, avvenuta nel 1992, siamo riusciti ad imporci sul mercato, senza per questo tradire le nostre radici e le nostre competenze fondamentali" ha affermato Klauss Lellé, presidente del Consiglio di Amministrazione.

Il direttore della Halloren, tuttavia, non vuole fare affidamento unicamente su notorietà e tradizione. Per mantenere la rotta di successo, lo scorso anno Lellé ha sottoposto i cioccolatini a un "lifting generale", come dicono alla Halloren. Le confezioni delle praline in 16 gusti diversi seguono ora un concetto con elementi omogenei di corporate design. Inoltre, attualmente lo snack di produzione propria Choc'n Snack è stato messo in commercio in

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 TO 14  
MAY  
2014  
INTERPACK.COM**

  
**Messe  
Düsseldorf**

Messe Düsseldorf GmbH  
Postfach 10 10 06  
40001 Düsseldorf  
Messeplatz  
40474 Düsseldorf  
Germany

Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01  
InfoTel +49 (0) 2 11/45 60-9 00  
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68  
Internet [www.messe-duesseldorf.de](http://www.messe-duesseldorf.de)  
E-Mail [info@messe-duesseldorf.de](mailto:info@messe-duesseldorf.de)

Geschäftsführung:  
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)  
Joachim Schäfer  
Bernhard Stempfle  
Hans Werner Reinhard (Stv. GF)  
Vorsitzender des Aufsichtsrates:  
Dirk Elbers

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63  
USt-IdNr. DE 119 360 948  
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der  
Messe Düsseldorf:

 The global  
Association of the  
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und  
Messe-Ausschuss der  
Deutschen Wirtschaft

Öffentliche Verkehrsmittel:  
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.  
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

sacchetti a fondo piatto che saltano maggiormente all'occhio e sono per di più richiudibili.

Chi sul mercato dei prodotti dolciari e degli snack vuole sopravvivere accanto a giganti come Nestlé o Kraft Foods deve saper presentare in modo attraente la propria merce nel point of sale. La scelta di dolciumi è diventata immensa: gianduia al burro salato, biscotti allo zafferano o stecche di marshmallow all'aroma di fiori d'arancio rivestite di cioccolato sono solo alcuni esempi di novità escogitate dai produttori per imporsi negli scaffali. "Per far fronte alla dura concorrenza, le aziende cercano di conquistare quote di mercato con prodotti sempre nuovi", dichiara Torben Erbrath, portavoce dell'Associazione federale dell'industria dolciaria tedesca. La confezione è il vettore verso il carrello della spesa. Essa non si limita a proteggere il prodotto fragile e delicato contenuto all'interno, ma deve fungere anche da "eyecatcher" al quale non si sfugge. Queste esigenze mettono a dura prova la creatività dei designer di packaging: colori e forme appariscenti sono richiesti tanto quanto un appeal di effetto.

### **Un trucco malvisto**

Ci sono però alcune ditte di prodotti dolciari e da forno che passano il segno. Alle aziende viene spesso rimproverato di voler abbindolare i clienti con confezioni eccessive e ingannevoli. Un'indagine svolta dall'Associazione per la tutela del consumatore della Renania Settentrionale-Vestfalia (NRW) ha appurato che le confezioni di biscotti o salatini contengono in media un 40 per cento di volume vuoto. Trucchi di questo genere non solo sono proibiti per legge, ma sono anche perfettamente inutili. Molti consumatori si sentono presi in giro al momento dell'acquisto, asserisce Klaus Müller, Presidente dell'Associazione per la tutela del consumatore NRW. Inoltre ci sono anche aspetti ecologici a deporre contro le confezioni XXL. Chi spreca risorse inquina l'ambiente e nuoce al

clima – queste sono cose note anche ai consumatori.

Anche dal punto di vista economico le confezioni sfarzose sono superate. Le case di prodotti dolciari e da forno sono esposte a forti pressioni dei costi, perché da un lato l'energia e i materiali per i packaging e dall'altro le materie prime come latte, cacao e zucchero rincarano sempre più. Ad esempio nel 2013 il prezzo spot per il burro di cacao, utilizzato per la produzione di tavolette di cioccolato, è aumentato dell'80 per cento, arrivando a 8.000 dollari la tonnellata, con ripercussioni sui margini di profitto.

Per non allontanare i consumatori attenti all'ambiente e compensare incrementi dei costi, le aziende hanno un'unica scelta: disciplinarsi nel packaging e produrre con maggiore efficienza. Halloren dà il buon esempio: le nuove confezioni della Schokoladenfabrik fanno il dovuto effetto anche senza design sfarzoso e ammennicoli vari. Anche gli altri produttori sembrano cambiare gradatamente idea. Già ci sono i primi che puntano sul cosiddetto "material-downsizing", e dunque la scelta di materiali da imballaggio più facili da riciclare e che consentano di risparmiare materie prime grazie a spessori più ridotti. "Sul mercato del packaging si stanno delineando alcuni trend universali. La sostenibilità è il nucleo di uno di questi megatrend", dichiara Ralf Weidenhammer, titolare dell'omonima azienda di packaging. Weidenhammer produce fra l'altro confezioni in cartone composito per prodotti dolciari e snack salati, facili da riciclare. Con queste confezioni, l'azienda ha reso famosi marchi come Knack & Back o Pringles, perché esse aiutano le aziende a mantenere l'equilibrio fra originalità ed efficienza: il packaging dei Pringles promette freschezza e divertimento, profilandosi al tempo stesso come esempio per la tutela delle risorse.

Intanto i ricercatori sono a caccia di materiali alternativi, ancora più

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 TO 14  
MAY  
2014  
INTERPACK.COM**

  
Messe  
Düsseldorf

ecocompatibili e convenienti. Un'alternativa sostenibile alle pellicole multistrato trasparenti, come quelle usate ad esempio anche nelle confezioni composite della Weidenhammer, è stata sviluppata di recente dall'Istituto Fraunhofer per la tecnologia di processo e di confezionamento (*Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung, IVV*) di Freising (Germania): una pellicola di rivestimento a base di siero di latte. Nel progetto "Whey-layer", promosso dall'Unione Europea, gli scienziati hanno utilizzato le proteine del siero di latte anziché le materie plastiche a base di petrolio. Un aspetto pratico è che alcune sostanze naturali presenti nel siero di latte prolungano la durata dei prodotti alimentari. E quel che più importante: contrariamente al petrolio, il siero di latte non presenta limiti di disponibilità ed è biodegradabile.

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 TO 14  
MAY  
2014  
INTERPACK.COM**

All'interpack, che si svolgerà a Düsseldorf dall'8 al 14 maggio, verranno esposte anche molte altre innovazioni del segmento di packaging dedicato ai prodotti dolciari e da forno. Più di 1.000 dei 2.700 espositori previsti in totale hanno indicato il settore dolciario come gruppo target per i propri prodotti e servizi – un aspetto che si rispecchierà nella vasta offerta esibita all'interpack. Anche i costruttori di impianti saranno presenti a Düsseldorf con molte novità. "La loro attenzione è accentrata sull'incremento dell'efficienza perché nella produzione di dolci ormai conta ogni decimo di centesimo", spiega Beatrix Fraese dell'Associazione macchine per alimenti e confezionatrici della Federazione tedesca dei costruttori di macchine e impianti (VDMA).

  
Messe  
Düsseldorf

## **Produrre con maggiore efficienza**

Il potenziale di efficienza nella produzione degli articoli dolciari non è ancora per niente esaurito, afferma Fraese. “Una parte del parco macchine è obsoleta.” Quest’opinione collima con un’attuale analisi di Bühler, costruttore d’impianti svizzero. Stando a quest’indagine, a livello mondiale l’industria del cioccolato impiega ogni anno 200 milioni di euro per la mondatura, torrefazione, degerminazione, frantumazione e macinazione delle fave di cacao. Con il suo cosiddetto Energy Audit e il rivoluzionario sistema di combustione delle bucce, Bühler promette di ridurre fino al 65 per cento i costi energetici per la lavorazione del cacao. Mediante l’Energy Audit gratuito, gli ingegneri della Bühler identificano le perdite di energia lungo il processo di produzione dei trasformatori di cacao. Il nuovo sistema di combustione sfrutta l’energia ricavata dalle bucce per la torrefazione e degerminazione, anziché trattarle come elementi di scarto: in questo modo non è necessario acquistare costose fonti di energia da riscaldamento. “L’audit in concomitanza con le nuove tecnologie darà il via a una nuova ondata di energia, destinata a cambiare drasticamente il futuro”, afferma Thomas Bischof, Product Manager presso la Bühler.

L’Aasted, concorrente danese della Bühler, ha sviluppato a sua volta un nuovo impianto di temperaggio per cioccolato: la SupaNova Quick Shift. Per ottenere un cioccolato che si sciolga in bocca, è necessario riscaldarlo con cautela per più volte in modo tale che i cristalli presenti nella massa si dissolvano. Un particolare sistema ad acqua calda fa sì che nella nuova Quick Shift la cristallizzazione possa essere gestita con maggiore precisione, riducendo così i tempi di produzione. Inoltre il dispositivo di rimescolamento dell’impianto Aasted è asportabile. In questo modo la manutenzione della macchina risulta più semplice, incrementandone la disponibilità.

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 TO 14  
MAY  
2014  
INTERPACK.COM**

**M**<sup>®</sup>  
Messe  
Düsseldorf

Costi per il personale in diminuzione, tempi di esercizio in aumento – questi sono gli obiettivi anche della Walterwerk di Kiel (Germania) che produce forni alimentari. All'interpack l'azienda presenterà con la Jupiter IC una nuova generazione di impianti per la produzione di wafer e snack più veloce degli impianti finora attivi sul mercato, asserisce Markus Bartels, responsabile del marketing tecnico. La Jupiter IC riesce a produrre più di cinque wafer al secondo, i modelli precedenti arrivavano a quattro. Inoltre l'azienda ha sviluppato il nuovo impianto in maniera tale da richiedere una minore manutenzione, con relativo risparmio di costi.

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 TO 14  
MAY  
2014  
INTERPACK.COM**

La Walterwerk sta già sviluppando la prossima generazione di macchine. “Stiamo lavorando per rendere le nostre macchine ancora più semplici da utilizzare e più flessibili”, afferma Bartels. Questo è un passo necessario, perché con la varietà di prodotti in rapida espansione aumentano anche i requisiti richiesti alle macchine. “Al giorno d'oggi, i frequenti cambi di prodotto e i cicli di offerta abbreviati esigono macchinari molto più versatili e più facili da convertire”, prosegue Bartels.

  
Messe  
Düsseldorf

I produttori di packaging e i costruttori d'impianti si sono adeguati con numerose innovazioni alle nuove esigenze del settore dolciario e dei prodotti da forno. I produttori intenzionati ad investire hanno solo l'imbarazzo della scelta sia per quanto riguarda le nuove soluzioni di packaging che gli impianti a maggiore efficienza. Alla prossima edizione dell'interpack potranno rendersene conto di persona.

*Foto:*

*Foto 1:*

Una varietà stupefacente: che cosa comperare? Il consumatore sceglie spesso la confezione più appariscente. (Foto: Bosch Packaging Technology)

*Foto 2:*

Un marchio famoso: i cioccolatini Halloren sono noti al pubblico e non serve confezionarli in packaging sgargianti. (Foto: Halloren Schokoladenfabrik)

*Foto 3:*

Prodezze dello smistamento: confezionare in modo rapido e al contempo preciso è una sfida tecnica quando si tratta di selezionare grosse quantità, come per le confezioni miste di biscotti. (Foto: Bosch Packaging Technology)

*Foto 4:*

Freschi di forno: la cottura di wafer richiede molta energia. Più elevato l'output, più conveniente il processo. (Foto: Walterwerk Kiel)

*Foto 5:*

Packaging semplice: le confezioni composite sono leggere, riciclabili e apprezzate dai consumatori. Per questo sono sempre più richieste dai produttori. (Foto: Weidenhammer Packaging)

*Il materiale fotografico a corredo di questo articolo tecnico è disponibile online al sito:*

[www.interpack.com](http://www.interpack.com)>Press Service>Press material>Articoli tecnici  
(Fachartikel)

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 TO 14  
MAY  
2014  
INTERPACK.COM**

**M**<sup>®</sup>  
Messe  
Düsseldorf



**Ufficio stampa interpack 2014**

Sebastian Pflügge  
Cathrin Imkampe (assistente)  
Messe Düsseldorf GmbH  
Messeplatz  
40474 Düsseldorf  
Tel.: +49 (0) 211/4560-464/-589  
Fax: +49 (0) 211/4560-8548  
[Email: PflueggeS@messe-duesseldorf.de,](mailto:PflueggeS@messe-duesseldorf.de)  
[ImkampeC@messe-duesseldorf.de](mailto:ImkampeC@messe-duesseldorf.de)

**DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 <sup>TO</sup> 14  
MAY  
2014  
INTERPACK.COM**

