



Flexo Gravure & Converting magazine



**Impatto del
packaging sugli
acquisti online**

*Impact of
packaging on online
shopping* **16**



**Forte
impegno per
l'ambiente**

*Strong commitment
to the
environment* **40**



**Creare
un'esperienza
tattile raffinata**

*Creating
a refined tactile
experience* **42**



PRINT4ALL

ENDLESS POSSIBILITIES

27-30 MAGGIO 2025 FIERAMILANO RHO

**NOT YOUR ORDINARY
PRINTING AF[FAIR].**

2025, Milano.
The world
of printing
gathers up.

1453, Magonza.
Gutenberg invents
movable type.



**OTTIENI
IL TUO
BIGLIETTO**



PARTNER DI

THE
INNOVATION
ALLIANCE
FIERA MILANO

In collaborazione con

madeinitaly.gov.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ATA - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

DESIGN BY AD-VISION.IT

Experience Packaging Innovation with Esko



Embark on a journey to uncover automation and color management strategies that will expedite your go-to-market process while maintaining exceptional quality standards and minimizing environmental impact.





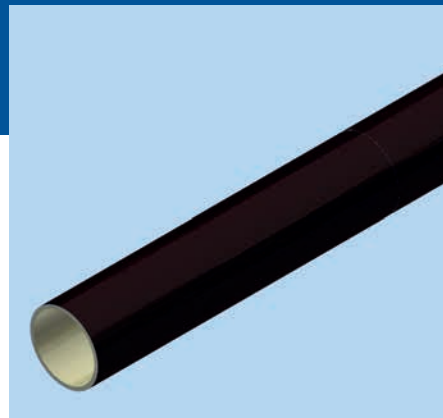
Leader nella produzione di cilindri per flexografia e rotocalco



Tamburi Centrali
Cilindri Riscaldati o
Raffreddati
Chill Roll



Mandrini ad aria
Mandrini in fibra di carbonio
Cilindri gommati
Rulli folli di precisione



Sleeve anilox
Sleeve clichè
Adattatori in fibra di vetro o
fibra di carbonio
Ingranaggi

A Print4All e Labelexpo alla ricerca delle novità

Nel corso del 2025 si svolgeranno due importanti fiere internazionali che riguardano il nostro settore: Print4All a Milano-Rho dal 27 al 30 maggio e Labelexpo a Barcellona dal 16 al 19 settembre. Labelexpo ha lasciato lo storico quartiere fieristico di Bruxelles per il moderno centro espositivo di Barcellona. Gli anni difficili del covid e della cancellazione delle fiere sono alle spalle, ma le incognite di questo 2025 sono numerose.

La guerra da tre anni in atto, seguita all'invasione russa dell'Ucraina ha messo in crisi il commercio europeo. Le sanzioni che l'Unione Europea ha varato – giustamente – nei confronti della Russia hanno bloccato l'interscambio dei Paesi europei, con il dittatore Putin. Solo la fine del conflitto fra Russia e Ucraina può portare a una ripresa dell'economia.

In questo contesto di recessione dell'intera Europa la Germania sta riportando gravi conseguenze sul piano economico. La Germania è in recessione; a determinarla non è solo la guerra, ma anche la crisi del mercato. Nel settore dell'auto, da sempre la Germania è protagonista; nel momento di crisi è la nazione che sta pagando il prezzo più caro. In misura minore, anche l'Italia sta avendo i contraccolpi della guerra. L'Italia da molti mesi ha in calo la produzione industriale, ma la crisi tocca un po' tutte le nazioni europee.

L'economia mondiale e quella europea in particolare stanno attraversando una fase storica molto difficile. In questo contesto di incertezza viene spontaneo chiedersi che tipo di fiere vedremo? Gli espositori provenienti da tutto il mondo riusciranno a stilare un bilancio positivo? Noi ce lo auguriamo vivamente.

Rispetto all'interrogativo su che tipo di fiere avremo, è prevedibile che potremo vedere delle nuove applicazioni del digitale, anche in altri ambiti, non solo nella stampa. Recentemente la stampa inkjet è utilizzata anche nel campo del packaging. Ma il bello delle fiere è rappresentato dal nuovo. A Print4All e a Labelexpo potremmo avere anche la sorpresa: la presentazione di prodotti e macchinari, nuovi in senso assoluto.

At Print4All and Labelexpo looking for innovations

Two important international fairs concerning our sector will take place during 2025: Print4All in Milan Rho from May 27th to 30th and Labelexpo in Barcelona from September 16th to 19th.

Labelexpo has left the historic Brussels exhibition centre for the modern one in Barcelona.

The difficult years of Covid and the consequent cancellation of fairs are behind us, but the unknowns for the 2025 are numerous.

The three-year war that followed the Russian invasion of Ukraine has put European trade in crisis. The sanctions that the European Union has rightly launched against Russia have blocked trade between European countries and the dictator Putin. Only the end of the conflict between Russia and Ukraine can lead to an economic recovery.

In this context of recession throughout Europe Germany is suffering serious economic consequences. Germany is in recession; it is not only the war that is causing it but also the market crisis.

In the automotive sector Germany has always been a leader; in this time of crisis it is the nation that is paying the highest price. To a lesser extent Italy is also feeling the effects of the war. Italy has had a decline in industrial production for many months but the crisis affects all European nations to some extent.

The world and European economy in particular are going through a very difficult historical phase.

In this context of uncertainty it is natural to wonder about what kind of fairs we will see.

Will exhibitors from all over the world be able to draw up a positive balance? We sincerely hope so.

With regards to the question of what kind of fairs we will have, it is foreseeable that we will be able to see new applications of digital, even in other fields, not only in printing.

Recently inkjet printing has also been used in the packaging field. But the best of the fairs is represented by the innovations.

At Print4All and Labelexpo we could also have a surprise: the presentation of absolutely new products and machinery.

La testata è rivolta agli stampatori e convertitori.
Tratta le tecniche di nobilitazione di carta
e cartone ondulato e tutti i sistemi
di personalizzazione di imballaggi flessibili e rigidi

Rivista mensile

La nostra società edita anche "Stampare",
rivista delle arti grafiche e della comunicazione

Anno XXXVIII - n° 3
15 marzo - 15 aprile 2025

Iscritta al Registro Nazionale
della stampa n. 2228
Autorizzazione Tribunale
di Milano n. 492 del 19-6-1987

DIRETTORE RESPONSABILE
Roberto Fronzuti

VICE DIRETTORE
Giovanni Abruzzo

CAPOREDATTORE
Emanuele Carlo Ostuni

**DIREZIONE, AMMINISTRAZIONE
E PUBBLICITÀ**
Via Saccardo 37, ang. Via Conte Rosso
20134 Milano
Tel. 02 36.50.45.09
rfcomunicazione@gmail.com
www.fc magazine.it

STAMPA E IMPAGINAZIONE
In proprio

ABBONAMENTI
Italia: € 80,00
Esteri: € 100,00
Edizione digitale: € 40,00



SOMMARIO

5 EDITORIALE - EDITORIAL

A Print4All e Labelexpo alla ricerca delle novità
At Print4All and Labelexpo looking for innovations

8 PRIMO PIANO - GENERAL NEWS

Alternative ad alte prestazioni e prive di NC
High-performance, NC-free alternatives

Stati Generali del Vino 2025
Stati Generali del Vino 2025 12

Impatto del packaging sugli acquisti online
Impact of packaging on online shopping 16

Oltre le nubi dell'incertezza
Beyond the clouds of uncertainty 20

Soluzione "a prova di incendio"
"Fireproof" solution 24

26 FIERE - FAIRS

Accento su personalizzazione e sostenibilità
Spotlight on customisation and sustainability

Innovazione, ispirazione e approfondimenti
Innovation, inspiration and insights 30





36



36 NEWS PRODOTTI - PRODUCTS NEWS

Un esempio vincente dell'iniziativa Better Planet Packaging
A winning example of the Better Planet Packaging initiative

Forte impegno per l'ambiente
Strong commitment to the environment 40

Creare un'esperienza tattile raffinata
Creating a refined tactile experience 42

Nuove possibilità di personalizzazione per l'imballaggio
New personalization capabilities for packaging 46

50 EVENTI - EVENTS

Creatività, innovazione e produzione
Creativity, innovation and manufacturing

52 INFO

Abbonamento alla nostra rivista
Subscribe to our magazine



40



42



46

Alternative ad alte prestazioni e **prive di NC**

Flint Group in Europa
si impegna a utilizzare
sistemi di inchiostri
privi di nitrocellulosa
per migliorare il riciclo degli
imballaggi flessibili



www.flintgrp.com

F&C
magazine

Flint Group, leader globale di inchiostri e rivestimenti per l'industria della stampa e dell'imballaggio, ha rafforzato il proprio impegno nell'adottare sistemi di inchiostro privi di Nitrocellulosa (NC-free) in tutta Europa. Questa iniziativa mira a supportare il riciclo degli imballaggi flessibili, in linea con il nuovo Regolamento

sugli Imballaggi e i Rifiuti di Imballaggio (PPWR).

Il PPWR stabilisce che entro il 2030 tutti gli imballaggi dovranno essere riciclabili al 100% e fissa obiettivi chiari per il contenuto riciclato, sottolineando la necessità di una migliore integrazione lungo tutta la filiera degli imballaggi. In un blog appena pubblicato, l'azienda evidenzia le ul-

time linee guida normative e spiega come gli inchiostri convenzionali a base di nitrocellulosa (NC) si degradino durante il riciclo meccanico, rischiando di contaminare il materiale riciclato.

Paul Winstanley, vicepresidente di Technology & Product Management di Flint Group, ha dichiarato:

“L’infrastruttura di riciclaggio rappresenta un investimento significativo che deve funzionare in modo efficiente per raggiungere gli obiettivi di circolarità di iniziativa come il PPWR e, sebbene gli inchiostri da stampa a base di NC siano riciclabili, le soluzioni prive di NC offrono una migliore compatibilità con il processo di riciclo meccanico. Inoltre, nell’ambito del PPWR, i produttori – compresi gli stampatori di imballaggi – sono soggetti a schemi di Responsabilità Estesa del produttore (EPR), che comportano tariffe in base a quanto facilmente i loro materiali di imballaggio possono essere riciclati. Pertanto, l’industria degli inchiostri sta sviluppando attivamente nuove soluzioni per migliorare la capacità di riciclare i materiali di imballaggio”.

“Le nostre alternative senza NC favoriscono un efficace riciclo degli imballaggi offrendo una maggiore stabilità

chimica a temperature più elevate. Dando priorità allo sviluppo di prodotti chimici privi di NC, in particolare alternative a base di PU, ci allineiamo alle normative in evoluzione, garantiamo che i nostri inchiostri non disturbino il processo di riciclaggio e massimizziamo la quantità di materiale recuperato utilizzabile”.

Stephen Butler, European Product Manager, Flexible Packaging di Flint Group, ha dichiarato:

“Abbiamo già prodotti a base di PU collaudati sul mercato che offrono risultati eccezionali ai nostri clienti. Il nostro portafoglio completo di inchiostri senza NC è utilizzato con successo in ambienti di produzione reali, producendo stampe di alta qualità ad alta velocità. Questo dimostra che gli stampatori di imballaggi flessibili non devono compromettere le prestazioni per la sostenibilità”.

“Il nostro obiettivo rimane quello di fornire tecnologie sostenibili e conformi alle normative, in grado di anticipare le esigenze future, in quanto le normative continuano ad evolversi. Passando ai nostri inchiostri a base di PU, gli stampatori non solo soddisfano i re-

quisiti di conformità, ma contribuiscono attivamente a sistemi di riciclo più efficaci ed economicamente sostenibili”.

Winstanley conclude: “I nostri sviluppi senza NC evidenziano il nostro impegno a supportare la transizione dell’industria degli imballaggi verso la sostenibilità, mantenendo al contempo i più elevati standard di qualità e prestazioni nella stampa”.

Flint Group è lieta di offrire le sue tecnologie di inchiostri VertixCode (flessografia) e MatrixCode (rotocalco) per imballaggi flessibili in formulazioni chimiche a base di PU (prive di NC), oltre a formulazioni tradizionali a base di nitrocellulosa. Queste gamme di inchiostri sono adatte per la stampa su superficie e retro-stampa, nonché per la stampa a laminazione, offrendo un’ottima intensità del colore per gli inchiostri e un’alta opacità per i bianchi.

Per maggiori informazioni sugli aggiornamenti del PPWR e sul loro impatto sugli stampatori di imballaggi flessibili, è possibile consultare il blog di Flint Group: *“Alignment with the Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR): Our commitment to high-performance alternatives to Nitocellulose-based inks”.* ■

F & C
Flexogravure & Converting

Stampare e F&C Magazine:
DUE RIVISTE CHE COPRONO L'INTERO SETTORE DELLA STAMPA E DEL CONVERTING

Stampare Magazine

www.fcmmagazine.it
www.stampare-magazine.it

High-performance, **NC-free alternatives**

*Flint Group in Europe
commits to ink systems free
of Nitrocellulose to enhance
flexible packaging recycling*



www.flintgrp.com

Flint Group, a leading supplier of inks and coatings for the global print and packaging industry, has reinforced its commitment to Nitrocellulose-free (NC-free) ink systems in Europe.

This initiative actively supports flexible packaging recycling in alignment with the newly updated Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR).

PPWR mandates that by 2030, all packaging must be 100% recyclable, setting clear targets for recycled content.

It also underscores the importance of ensuring that every component of the packaging value chain integrates seamlessly with recycling infrastructure. In a newly published blog Flint Group highlights the latest regu-

latory guidelines and explains how conventional Nitrocellulose (NC)-based inks degrade during mechanical recycling with the potential to contaminate recycle.

Paul Winstanley, Vice President of Technology & Product Management at Flint Group, said:

“The recycling infrastructure represents a significant investment that must function efficiently to achieve the circularity goals of initiatives such as PPWR, and whilst NC-based printing inks are recyclable, NC-free solutions offer improved compatibility with the mechanical recycling process. Additionally, under PPWR, producers – including packag-

ing printers – are subject to Extended Producer Responsibility (EPR) schemes, which impose fees based on how easily their packaging materials can be recycled. Therefore, the ink industry is proactively developing new solutions to improve the ability to recycle packaging materials.”

“Our NC-free alternatives support effective packaging recycling by offering greater chemical stability at higher temperatures. By prioritising the development of NC-free chemistries, particularly PU-based alternatives, we align with evolving regulations, ensure that our inks do not disturb the recycling process, and maximise the amount of usable material recovered.”

Stephen Butler, European Product Manager, Flexible Packaging at Flint Group, said:

“We already have market-proven PU-based products delivering outstanding results for our customers. Our comprehensive portfolio of NC-free inks is successfully used in real production environments, producing consistent high-quality print at high speeds. This proves that flexible packaging printers don’t need to compromise performance for sustainability.”

“Our focus remains on delivering sustainable, regulatory-compliant technologies that anticipate future needs as regulations continue to evolve. By switching to our proven PU-based inks, printers aren’t just meeting compliance requirements—they’re actively contributing to more effective and economically viable recycling systems.”

Mr. Winstanley concludes: “Our NC-free developments highlight our com-

mitment to supporting the packaging industry’s shift toward sustainability while maintaining the highest standards of print quality and performance.”

Flint Group is pleased to offer its VertexCode (flexographic) and MatrixCode (gravure) ink technologies for flexible packaging in PU-based (NC-free) chemistries, as well as traditional Nitrocellulose-based formulations.

These ink ranges are suitable for surface and reverse printing, as well as lamination printing, delivering high colour strength for inks and high-opacity for whites.

For more information on PPWR updates and their impact on flexible packaging printers, read the Flint Group blog: “Alignment with the Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR): Our commitment to high-performance alternatives to Nitocellulose-based inks”. ■

F&C Magazine e Stampare:

Due riviste che coprono l’intero settore della stampa e del converting

www.fcmagazine.it

www.stampare-magazine.it

Magazine
STAMPARE
TECNOLOGIE DELLA STAMPA E DELLA COMUNICAZIONE

F&C
Flexogravure & Converting
magazine

Stati Generali del Vino 2025

L'imballaggio in cartone veicolo di branding e parte integrante dell'esperienza di acquisto del vino

www.associazioneecis.it

Si sono svolti lunedì 17 febbraio, presso la Sala della Protomoteca del Campidoglio a Roma, gli Stati Generali del vino, un'occasione per fare un focus sul quadro regolamentare e sulle politiche UE riguardanti questo settore.

Il settore vitivinicolo europeo rappresenta uno dei pilastri della politica agricola comune (PAC) e una delle eccellenze dell'Unione Europea. Con una produzione annua che supera i 160 milioni di ettolitri, l'UE rimane il leader mondiale del settore, contribuendo al 45% delle superfici viti-

cole globali, al 63% della produzione e al 48% del consumo mondiale di vino. La viticoltura coinvolge più di 3,2 milioni di ettari e circa 2,5 milioni di aziende vitivinicole, generando oltre 3 milioni di posti di lavoro diretti, a cui si sommano numerosi impieghi indiretti lungo la filiera. Italia, Francia e Spagna, principali produttori dell'UE, continuano a rappresentare quasi la metà della produzione globale. Proprio l'Italia vanta una produzione di 49,7 milioni di ettolitri nel 2024, facendo del vino uno dei simboli più riconosciuti del "Made in Italy".





Andrea Mecarozzi, Presidente dell'Associazione Italiana Scatolifici – che è intervenuto in qualità di relatore all'interno del panel “Le Politiche ed il quadro Regolamentare dell'UE per il settore del vino” – ha sottolineato il ruolo centrale del packaging in cartone ondulato nella catena distributiva del vino.

“Gli imballaggi in cartone sono uno snodo fondamentale della filiera vitivinicola e nel trasporto di questa eccellenza italiana. C'è un enorme lavoro che attraversa tutta la filiera della carta e cartone per arrivare a produrre un imballaggio a basso costo e di qualità alta, adeguato a proteggere al meglio vini di tutti i livelli nel loro tragitto dalla cantina alle tavole di tutto il mondo. La categoria degli scatolifici trasformatori che qui rappresento, grazie al suo forte radicamento territoriale, continua a sviluppare competenze specifiche legate ai diversi settori, come quello del vino, cercando di portare costantemente soluzioni di imballaggio in cartone innovative e sempre più sostenibili, tarate sulle esigenze specifiche del comparto”.

Mecarozzi ha poi delineato i principali trend che riguardano gli imballaggi in cartone ondulato e le loro caratteristiche uniche in termini di sostenibilità.

“La filiera degli imballaggi in cartone ondulato ha già raggiunto standard di riciclabilità che anticipano le future regolamentazioni europee, dimostrando il forte impegno verso un'economia circolare e a basso impatto ambientale. In Italia, oltre l'80% delle materie prime utilizzate per la produzione di cartone proviene da carta riciclata e il tasso di riciclo degli imballaggi cellulosici è superiore al 90%. Ma non ci fermeremo qui: altro si può fare in termini di progettazione dell'imballaggio per ridurre gli sprechi di materiale, per migliorare l'accessibilità e favorire ulteriormente la raccolta differenziata. Come Associazione siamo impegnati a guidare i nostri scatolifici in queste nuove direzioni, anticipando le future nuove normative europee, tra cui il Regolamento Europeo Imballaggi che entrerà in vigore nel 2026”.

Ma non solo. Oggi la scatola di cartone è diventata anche uno strumento di comunicazione e di branding:

“Altre sfide importanti, che riguardano anche molto il settore vinicolo – prosegue Mecarozzi – sono legate all'innovazione degli imballaggi e alla creatività. Il mercato ci sta sempre più chiedendo di trasformare la classica scatola di car-

tone marrone in qualcosa di speciale, in grado di completare al meglio un'esperienza d'acquisto emozionante, come quella del vino. Le potenzialità dell'imballaggio in cartone ondulato come strumento di posizionamento del brand sono sempre più chiare al mercato e ciò sta dando nuova linfa al nostro settore”.

In conclusione, gli Stati Generali del Vino hanno rappresentato un'importante occasione di confronto tra istituzioni, operatori e stakeholder della filiera. E proprio in questa occasione l'Associazione Italiana Scatolifici ha ribadito la necessità di una maggiore sinergia tra il settore degli imballaggi e le Istituzioni.

“Stiamo lavorando con i Ministeri competenti per il sostegno della nostra filiera. Da parte nostra c'è la massima disponibilità nel far capire quelle che sono le sue peculiarità e potenzialità, affinché le istituzioni possano legiferare al meglio il settore e allo stesso tempo non farlo trovare in posizione di svantaggio con settori concorrenti. Le filiere del futuro devono cooperare insieme alle Istituzioni affinché le soluzioni sostenibili non siano le più costose, anzi. È sicuramente vicendevolmente utile” – ha concluso Mecarozzi. ■

Stati Generali del Vino 2025

Cardboard packaging
as a branding vehicle
and an integral part of the
wine purchasing experience



www.associazioneicis.it

The Stati Generali del Vino (General Assembly of Wine) was held on Monday February 17 at the Protomoteca Hall in Capitoline Hill, Rome. The event served as a key moment to focus on the regulatory framework and EU policies affecting the sector.

The European wine industry represents one of the pillars of the Common Agricultural Policy (CAP) and is among the European Union's top excellences. With an annual production exceeding 160 million hectoliters, the EU remains the world leader in the sector, accounting for 45% of global vineyard areas, 63% of production, and 48% of global wine consumption. Viticulture covers more than 3.2 million hectares and involves

approximately 2.5 million wine-producing businesses, generating over 3 million direct jobs, in addition to numerous indirect positions throughout the supply chain. Italy, France, and Spain—the EU's main wine producers—continue to account for nearly half of global production. In particular, Italy reached a production volume of 49.7 million hectoliters in 2024, solidifying wine as one of the most recognized symbols of “Made in Italy.”

Andrea Mecarozzi, President of the Associazione Italiana Scatolifici, participated as a speaker in the panel “EU Policies and the Regulatory Framework for the Wine Sector.” He highlighted the central role of corrugated cardboard packaging in the wine distribution chain.



“Cardboard packaging plays a crucial role in the wine supply chain and in the transportation of this Italian excellence. There is extensive work throughout the entire paper and cardboard sector to produce high-quality yet cost-effective packaging that ensures optimal protection for wines of all kinds as they journey from wineries to tables worldwide. The category of box manufacturers I represent, thanks to its strong local roots, continues to develop specialized expertise across different industries, including wine, constantly striving to deliver innovative and increasingly sustainable cardboard packaging solutions tailored to the sector’s specific needs.”

Mecarozzi then outlined the key trends regarding corrugated cardboard packaging and its unique sustainability features.

“The corrugated cardboard packaging supply chain has already achieved recyclability standards that anticipate future European regulations, demonstrating a strong commitment to a circular and

low-impact economy. In Italy, over 80% of raw materials used in cardboard production come from recycled paper, and the recycling rate for cellulose-based packaging exceeds 90%. But we will not stop here: more can be done in terms of packaging design to reduce material waste, improve accessibility, and further encourage separate waste collection. As an Association, we are committed to guiding our box manufacturers in these new directions, anticipating upcoming European regulations, including the European Packaging Regulation set to take effect in 2026.”

But that’s not all. Today, cardboard boxes have also become a tool for communication and branding.

“Another key challenge, which greatly impacts the wine sector as well,” Mecarozzi continued, “is packaging innovation and creativity. The market is increasingly asking us to transform the traditional brown cardboard box into something special—something that enhances the emotional experience of pur-

chasing wine. The potential of corrugated cardboard packaging as a branding tool is becoming more evident in the market, breathing new life into our industry.”

In conclusion, the Stati Generali del Vino provided a vital opportunity for dialogue between institutions, industry operators, and stakeholders in the supply chain. On this occasion, the Associazione Italiana Scatolifici reaffirmed the need for greater synergy between the packaging sector and institutions.

“We are working with the relevant Ministries to support our industry. We are fully committed to helping institutions understand the characteristics and potential of our sector so they can legislate effectively and ensure that it is not placed at a disadvantage compared to competing industries. The supply chains of the future will have to collaborate with institutions so that sustainable solutions are not the most expensive option but rather the most viable one. This is undoubtedly mutually beneficial,” Mecarozzi concluded. ■

Impatto del **packaging** sugli **acquisti online**



Packaging è la nuova dichiarazione del marchio secondo il sesto rapporto annuale sulle tendenze eCommerce di Mondi Group

www.mondigroup.com

F&C
magazine

Mondi, leader globale nel settore del packaging e della carta sostenibile, ha comunicato i risultati del suo sesto rapporto annuale sulle tendenze dell'eCommerce "Sostenibilità e il suo impatto sulle scelte di packaging e acquisto online". Questo studio completo esamina le tendenze, le attitudini e le aspettative riguardo all'eCommerce e all'impatto che gli imballaggi hanno sull'esperienza dei consumatori. Il rapporto presenta dati provenienti da circa 6.000 consumatori di Repubblica Ceca, Francia, Germania, Polonia, Svezia e Turchia, raccolti tramite un sondaggio

online a ottobre e novembre 2024. I risultati offrono alle aziende di eCommerce preziose intuizioni su come soddisfare le esigenze dei consumatori, incluse le risposte specifiche per ogni paese dei sei mercati. Il sondaggio è stato condotto da RetailX, che ha anche co-redatto il whitepaper.

"I risultati di quest'anno confermano che la sostenibilità non è più solo una tendenza, ma un imperativo per il business – ha dichiarato Armand Schoonbrood, Chief Operating Officer di Mondi Group eCommerce –. I consumatori chiedono azioni tangibili ai ri-

venditori per ridurre il loro impatto ambientale. In Mondì siamo orgogliosi di supportare i clienti con soluzioni innovative e sostenibili di packaging e carta per l'eCommerce, che soddisfano le aspettative dei consumatori e aiutano i nostri partner a costruire fiducia, lealtà e valore a lungo termine nello spazio eCommerce".

Ian Jindal, capo redattore di RetailX, ha commentato:

"I risultati dell'indagine di quest'anno mostrano che il packaging sostenibile per l'eCommerce è diventato più di una preferenza: ora è un'aspettativa dei consumatori. La trasparenza, l'innovazione e la credibilità degli sforzi per la sostenibilità sono fondamentali per i rivenditori per mantenere fiducia, lealtà e rilevanza in un mercato che evolve rapidamente".

Tendenze emergenti e approfondimenti

Un aumento degli acquisti online: principali spunti per i rivenditori

- Frequenza di acquisto online in aumento: il 71% dei consumatori acquista online ogni mese, rispetto al 56% dello scorso anno.
- La spesa rimane stabile: 1 consumatore su 4 spende tra i 120 e i 290 euro al mese.

Packaging che fidelizza: cosa apprezzano maggiormente i consumatori

- La protezione è fondamentale: il 95% dei consumatori dà priorità agli imballaggi protettivi.
- La domanda di sostenibilità cresce: l'80% insiste per un packaging ecologico o riciclabile.

- L'unboxing è importante: Il 59% afferma che il packaging influenza gli acquisti ripetuti; la generazione Z (71%) apprezza estetica e riciclabilità.

Dalle promesse alla prova: perché la trasparenza è importante

- Scetticismo sulla sostenibilità: solo il 50% si fida delle dichiarazioni ecologiche dei brand online.
- Il packaging sostenibile migliora la percezione del brand: il 90% preferisce i marchi che utilizzano imballaggi riciclabili e di dimensioni adeguate per l'eCommerce.

Il rapporto completo sulle tendenze eCommerce di Mondì Group 2025, che include approfondimenti sul comportamento dei consumatori, innovazioni nel packaging e aspettative di sostenibilità, è disponibile in inglese su www.mondigroup.com/Group-eCommerce-Trend-Report-2025. ■


FORMECO

**DISTILLATORI PER SOLVENTI
EVAPORATORI PER ACQUA**

**SOLVENT RECOVERY SYSTEMS
WATER EVAPORATORS**

- Riciclaggio dei solventi esausti e loro immediato reutilizzo.
- Pressoché totale azzeramento delle spese per l'acquisto di nuovo solvente vergine.
- Drastica riduzione delle spese di smaltimento.
- Stoccaggio di solventi limitato allo stretto necessario.
- Polluted solvent recycling and immediate reuse.
- Cutting almost to zero the solvent purchasing expenses.
- Expenses cut on waste disposal.
- Limited solvent storage.




FORMECO

Formeco S.r.l. • Via Cellini 33 • 35027 Noventa Padovana (Pd) • Italia
Tel. +39 049 8084811 • www.formeco.it • info@formeco.it

Impact of **packaging** on **online shopping**

Packaging is the new brand statement according to the sixth annual Mondi Group eCommerce trend report

Mondi, a global leader in sustainable packaging and paper, announced the results of its sixth annual eCommerce trend report “Sustainability and its impact on packaging and online shopping choices”. This comprehensive study examines trends, attitudes and expectations regarding eCommerce and the impact packaging has on the consumer experience. The report presents data from around 6,000 consumers across Czechia, France, Germany, Poland, Sweden and Türkiye, collected via an online survey in October and November 2024. The findings offer eCommerce brands valuable insights on meeting consumer needs, including country-specific results from each of the six markets. The survey was conducted by RetailX, who also co-authored the whitepaper.

www.mondigroup.com

“This year’s findings confirm that sustainability is no longer just a trend, it’s a business imperative – said Armand Schoonbrood, Mondi Group eCommerce COO –. Consumers are demanding tangible action from retailers to reduce their environmental impact. At Mondi, we are proud to support customers with innovative, sustainable eCommerce packaging and paper solutions that meet consumer expectations and help our partners to build trust, loyalty, and long-term value in the eCommerce space.”

Adding to this, RetailX Chief Editor Ian Jindal, commented:

“The findings of this year’s survey show that sustainable eCommerce packaging has become more than a preference – it’s now a consumer expectation. Transparency, innovation and credibility in

sustainability efforts are vital for retailers to maintain trust, loyalty, and relevance in a rapidly evolving market.”

Emerging trends and insights

A surge in online shopping: key insights for retailers

- Online shopping frequency soars: 71% of consumers shop online monthly, up from 56% last year.
- Spending remains stable: 1 in 4 consumers spends € 120–€ 290 per month.

Packaging that drives loyalty: what consumers value most

- Protection is key: 95% of consumers prioritise protective packaging.
- Sustainability demand grows: 80% insist on environmentally conscious or recyclable packaging.
- Unboxing matters: 59% say packaging influences repeat purchases; Gen Z (71%) values aesthetics and recyclability.

From promises to proof: why transparency matters

- Sustainability skepticism: only 50% trust online brands’ eco claims.
- Sustainable packaging boosts brand perception: 90% favour brands using recyclable, right-sized eCommerce packaging.

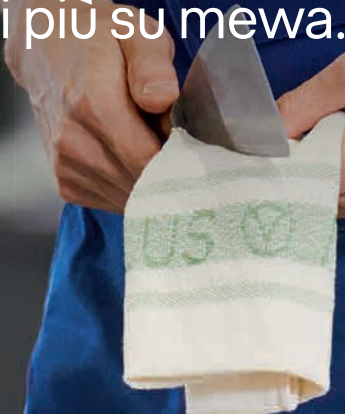
The full Mondi Group eCommerce trend report 2025, including detailed insights into consumer behaviour, packaging innovations, and sustainability expectations is available in English at www.mondigroup.com/Group-eCommerce-Trend-Report-2025. ■



«Perché mi
piacciono?
Perché insieme
affrontiamo
qualsiasi sfida.»

Mewa. Panni tecnici con servizio a 360°.

Venite a scoprire di più su mewa.it/servizio-a-360



Oltre le nubi dell'**incertezza**

Le prospettive
dell'industria europea
delle etichette per il 2025
(blog di Jules Lejeune, Finat)



www.finat.com

Lanno 2025 è ormai pienamente avviato.

Dopo una ripresa nel 2024 (+15% nella domanda di materiali autoadesivi) seguita a un forte calo nel 2023 (-25%), il mercato rimane fragile. Dopo una forte inversione di tendenza nei primi sei mesi del 2024, la seconda metà dell'anno ha visto un rallentamento della ripresa, concludendo l'anno con una modesta crescita del 4,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente nel quarto trimestre. La fiducia dei consumatori in Europa è debole, mentre il sentiment dei produttori è più stabile ma fluttua tra l'Europa nord-occidentale e quella meridionale a causa di fondamentali economici differenziati.

Nel complesso, per il 2025 si prevede una crescita modesta, compresa tra l'1-1,5% per l'Europa.

Ma al di là di queste previsioni a breve termine, si nascondono grandi incertezze. La guerra in Ucraina continua, i prezzi dell'energia e delle materie prime sono aumentati vertiginosamente, la ripresa economica è molto fragile, la fiducia dei consumatori e dei produttori è incerta, l'economia tedesca è in declino. Il governo francese è caduto e il nuovo primo ministro britannico non è ancora riuscito a invertire la tendenza post-Brexit.

La polarizzazione nelle aziende si riflette ora anche a livello governativo nei Paesi Bassi e in Belgio. Il Green Deal europeo, che legava le necessarie transizioni alla ri-

presa economica, è sotto pressione a causa dalle preoccupazioni per la nostra competitività rispetto alla Cina, per le esportazioni verso il mercato interno, e la nuova amministrazione statunitense, che sta spingendo per una rottura del commercio globale e della politica internazionale. Probabilmente si andrà verso un ritorno dell'inflazione e del protezionismo a livello globale.

Fortunatamente, le prospettive economiche non sono tutte negative. In Europa, innovazione tecnologica e sostenibilità vanno di pari passo e la "corrente" dell'innovazione sostenibile rimarrà probabilmente un fattore chiave per lo sviluppo dell'industria delle etichette e degli imballaggi. Innovazioni come le etichette RFID per l'efficienza della catena di approvvigionamento e le tecnologie di stampa digitale e ibrida stanno rafforzando la competitività. L'intelligenza artificiale è sempre più utilizzata per prevedere le ten-

denze e ottimizzare la produzione. Le etichette interattive possono contribuire a ridurre lo spreco alimentare.

La sostenibilità rimane una priorità assoluta, con normative come il PPWR e i relativi standard di design CEN per il riutilizzo e il riciclo che spingono al cambiamento. L'industria sta collaborando a progetti come CELAB-Europe per migliorare il riciclo di liner e matrici. Il miglioramento dell'efficienza energetica e la riduzione dell'impronta di carbonio sono fondamentali per soddisfare standard ambientali più rigorosi. Una delle iniziative chiave dell'agenda FINAT per quest'anno è promuovere l'armonizzazione nella misurazione dell'impronta di carbonio dei prodotti lungo la catena del valore.

Rimane una sfida importante bilanciare le difficoltà a breve termine, come la bassa domanda e la sovraccapacità, con le esigenze a lungo termine, come l'automazione e la carenza di manodopera.

Attraverso rapporti come questo, FINAT è in grado di contribuire a rendere disponibili le conoscenze e le opinioni degli esperti per vedere attraverso le nubi dell'incertezza.

E come piattaforma per facilitare la collaborazione a livello di settore su sostenibilità e trasparenza, il nostro obiettivo è quello di rendere il settore delle etichette e degli imballaggi più resiliente per il futuro.

Grazie ai progressi tecnologici e alla forte attenzione alla circolarità, l'industria delle etichette è ben posizionata per adattarsi alle mutevoli condizioni di mercato e cogliere nuove opportunità di crescita. Nel 2025, tutto questo si concretizzerà al prossimo European Label Forum, che si terrà ad Amsterdam dal 21 al 23 maggio, e durante la principale fiera mondiale per il nostro settore, Labelexpo Europe, nella nuova sede di Fira Expo di Barcellona dal 16 al 19 settembre. ■

DAL 1973
AL 2023

50 ANNI
DI ATTIVITÀ
... e oltre

INCISORIA BAROLI

**CLICHÉ
in**

OTTONE, MAGNESIO, GOMMA SILICONICA

VIA CANDOGIA 11/A 20161 MILANO

TEL. 02 6466636

incisoria@baroli.it - incisoriabaroli@libero.it - incisoriabaroli@gmail.com

www.baroli.it



2024



modern material

EURMOMA srl ROMA: Tel. +39 06 7230087 -  info@eurmoma.it - www.eurmoma.it
EURMOMA NORD: Via Isonzo, 6/b Turate (COMO) - Sironi Maurizio +39 349 8272000

Beyond the clouds of **uncertainty**

The European label industry's 2025 outlook
(Blog by Jules Lejeune, Finat)

www.finat.com

The year 2025 is now fully underway. After a recovery in 2024 (+15% in labelstock demand) following a sharp decline in 2023 (-25%), the market remains fragile. After a strong reversal in the first six months of 2024, the second half of the year saw a slowdown of the recovery, ending the year at a modest 4.3% year-on-year growth in Q4. Consumer confidence in Europe is weak, while producer sentiment is more stable but fluctuating between north-west and southern Europe due to differentiated economic fundamentals. Overall, for 2025, a modest growth of between 1-1.5% for Europe is expected.

But beyond this short-term outlook lie major uncertainties. The war in Ukraine continues, energy and commodity prices have skyrocketed, the economic recovery is very fragile, consumer and producer confidence is shaky, the German economy is in decline. The French cabinet has fallen, and the new British prime minister has not yet been able to turn the post-Brexit tide. Polarisation in societies is now also reflected at government level in The Netherlands and Belgium. The European Green Deal that linked the necessary transitions to economic recovery is under pressure from concerns for our competitiveness against China, which is 'dumping' domestic demand outflows, and the new US administration, which is pushing for disruption of global trade and global politics. The net result is likely to resurge inflation and protectionism around the globe.

Fortunately, business prospects are not all about doom and gloom. In Europe, technology innovation and sustainability go hand in hand, and the 'undercurrent' of sustainable innovation is likely to remain a key driver for business development in the labels

and packaging industry. Innovations like RFID-enabled labels for supply chain efficiency and digital and hybrid printing technologies are strengthening competitiveness. AI is increasingly used to predict trends and optimise production. Interactive labels can help reduce food waste.

Sustainability remains a top priority, with regulations such as PPWR and its delegated CEN design standards for reuse and recycling driving change. The industry is collaborating on projects like CELAB-Europe to enhance liner and matrix recycling. Improving energy efficiency and reducing carbon footprints are crucial to meeting stricter environmental standards, and one of the key initiatives on the FINAT agenda for this year is to drive harmonisation on product carbon footprint measurement along the value chain. It remains a major challenge to balance short-term struggles such as low demand and overcapacity, with long-term needs like automation and workforce shortages. Via reports like this one, FINAT is there to help make available insights and views from the experts to see through the clouds of uncertainty. And as platform to facilitate industry-wide collaboration on sustainability and transparency, our aim is to make the labels and packaging sector more resilient for the future.

With technological advancements and a strong focus on circularity, the label industry is well-positioned to adapt to changing market conditions and seize new growth opportunities. And in 2025, all of this will come together at the next European Label Forum to be held in Amsterdam from 21-23 May, and during the world's leading trade show for our industry, Labelexpo Europe, at its new location the Fira Expo in Barcelona from 16-19 September. ■

Soluzione "a prova di incendio"

Stoccaggio e trasporto in sicurezza dei panni riutilizzabili

Per eliminare olio, grasso o inchiostro dai macchinari, l'industria, le autofficine e le tipografie utilizzano i panni. Ma cosa fare quando questi, dopo l'uso, risultano impregnati di sostanze facilmente infiammabili? Mewa offre una soluzione "a prova di incendio": i panni sporchi vengono raccolti in appositi contenitori di sicurezza per poi essere ritirati, lavati e riconsegnati puliti.

Il contenitore di sicurezza: parte integrante del sistema di panni Mewa

Le aziende che operano in modo professionale sono consapevoli dei pericoli che i residui chimici presenti nei panni sporchi possono rappresentare per le persone e per l'ambiente. In particolare, la carta o i panni impregnati di sostanze facilmente infiammabili possono reagire con l'ossigeno presente nell'aria e prendere fuoco. Per questo motivo i panni Mewa vengono stoccati in appositi contenitori di sicurezza a chiusura ermetica, che sono parte integrante del servizio Mewa a 360 ° e vengono utilizzati per lo stoccaggio e il trasporto sicuro e a norma di legge dei panni sporchi.

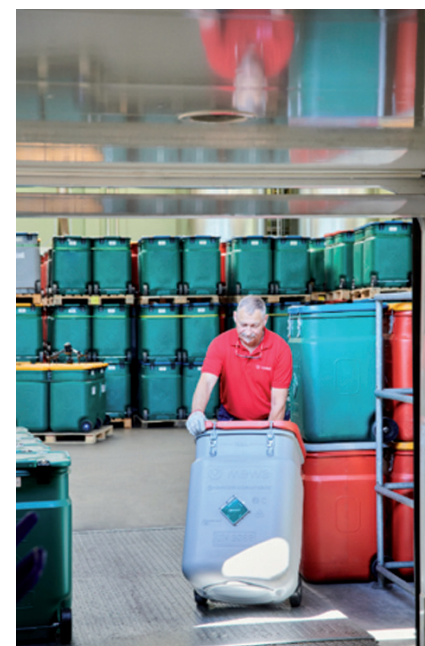
Tecnologia sicura e semplice

Il contenitore di sicurezza è a chiusura ermetica, richiede poco spazio grazie al suo design compatto e può essere impilato in modo ottimale.

Le ruote e le maniglie integrate ne facilitano la movimentazione e il trasporto. Realizzato in plastica HDPE (polietilene ad alta densità), è particolarmente sicuro e

robusto. Soddisfa i requisiti della normativa ADR per il trasporto di merci pericolose su strada, è testato dal TÜV e omologato dall'Istituto Federale Tedesco per la Ricerca e il Collaudo dei Materiali. Essendo una soluzione certificata per lo stoccaggio e il trasporto sicuro dei panni sporchi, risponde anche alle esigenze dei responsabili della logistica.

Il contenitore è stato progettato dal fornitore di servizi tessili B2B Mewa e viene prodotto in Germania da una società del gruppo. ■



I panni sporchi vengono riposti in modo sicuro nel contenitore SaCon a chiusura ermetica che può essere trasportato rapidamente nel punto in cui sono necessari i panni (©Mewa)

www.mewa.it

"Fireproof" solution

Safe storage and transport of reusable clothes

Industries, garages and printing houses use clothes to remove oil, grease or ink from machinery. But what to do when these, after use, are soaked with easily flammable substances?

Mewa offers a "fireproof" solution: dirty clothes are gathered into special safety containers and then collected, washed and returned clean.

The safety container: an integral part of Mewa cloth system

The companies that operate professionally are aware of the dangers that chemical residues in dirty clothes can represent for people and the environment.

In particular, paper or clothes soaked with easily flammable substances can react with the oxygen in the air and catch fire.

For this reason Mewa clothes are stored in special hermetically sealed safety containers which are an integral part of 360° Mewa

service and are used for the safe and legal storage and transport of dirty clothes.

Safe and simple technology

The safety container is hermetically sealed, it requires little space thanks to its compact design and can be stocked optimally.

The wheels and integrated handles make it easy to move and transport.

Made of plastic HDPE (high density polyethylene) it is particularly safe and strong.

It meets the requirements of the ADR regulation for the transport of dangerous goods on road, it is tested by TUV and approved by the German Federal Institute for Research and Testing of materials.

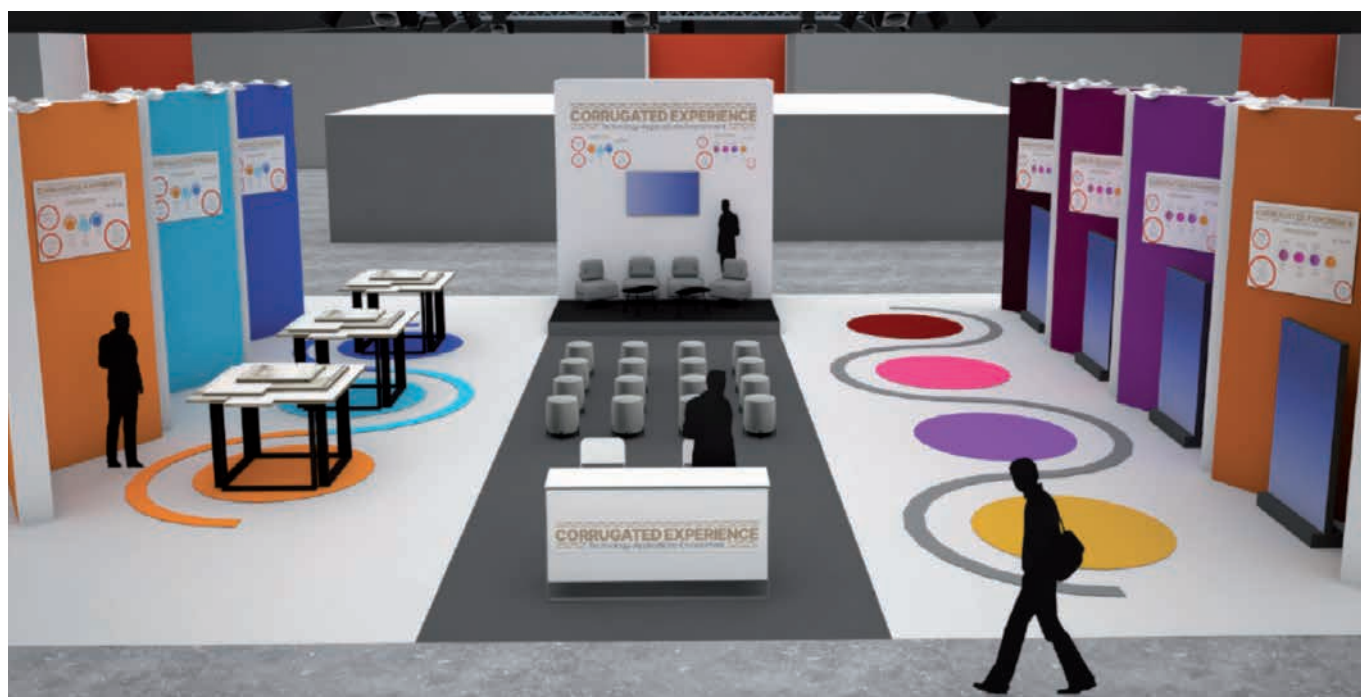
It is a certified solution for the safe storage and transport of dirty clothes, it also meets the needs of logistic managers.

The container was designed by the textile service provider B2B Mewa and it is produced in Germany by a group company. ■

www.mewa.it



Accento su personalizzazione e sostenibilità



Corrugated Experience:
svelato il visual
del percorso espositivo

www.print4all.it

F&C
magazine

Prende sempre più forma Corrugated Experience, la nuova area di Print4All 2025 dedicata al mondo del cartone ondulato, creata in collaborazione con Argi (l'Associazione dei fornitori per l'industria grafica), Acimga (l'Associazione confindustriale dei costruttori italiani di macchine per il printing ed il converting) e GIFCO (Il Gruppo Italiano Fabbricatori Cartone Ondulato). Il percorso espositivo dell'area attraverserà tutte le fasi principali della filiera: dall'on-

dulazione, che include accoppiatura, taglio e pressa, alla fase di trasformazione, che comprende pre-stampa, stampa e nobilitazioni. Verranno illustrate anche le successive attività di lavorazione, con dimostrazioni pratiche di progettazione, fustellatura, cordonatura e piega-incolla, fino al delivery, che prevede l'utilizzo di regge, film, bracci meccanici e sistemi di impilazione. Non mancherà un'attenzione particolare alla gestione dell'handling, delle periferiche e dei software associati.



L'area dedicherà inoltre spazio significativo alle applicazioni funzionali, come il packaging secondario e terziario, l'e-commerce, le scatole, la logistica e i trasporti; a quelle di comunicazione, quali display, espositori, POP, segnaletica, allestimenti e pannelli; e infine a quelle creative, che includono oggetti, giochi, mobili e gadget. Corrugated Experience porrà l'accento su temi centrali come la personalizzazione e la sostenibilità, rivolgendosi a una vasta gamma di mercati: dal food & beverage alla tecnologia, dall'arredamento e interior decoration ai giocattoli e articoli per la casa, dall'abbigliamento alla cosmetica. Obiettivo dell'area sarà quindi non solo esporre il flusso produttivo, ma creare un percorso educativo sulla filiera, "offrendo ai visitatori un percorso di approfondimento su tutte le tecnologie di trasformazione e stampa, abbinando alle singole aree espositive dei maggiori player, anche un'area educational di grande impatto". ■

HIGH END SOLUTIONS for PREPRESS, PRINT and PACKAGING

PERET

Quanto è bianco il tuo bianco?

OPADENS

lo strumento che misura
l'opacità del tuo fondo
bianco







PERET GmbH/Srl
Forch Str. 6
39042 Vahrn, ITALY
Tel. +39 0472 250965
www.peret.it info@peret.it

visit us at
Labelexpo 2025 Europe
september 16 to 19 Barcelona
and **Labelexpo 2025 Mexico**
april 1 to 3 Guadalajara



WRAPSTORE.IT[®]

BY EURMOMA



WRAPPING & INTERIOR DESIGN

EURMOMA srl ROMA: Tel. +39 06 7230087 - ✉ info@eurmoma.it - www.eurmoma.it
EURMOMA NORD: Via Isonzo, 6/b Turate (COMO) - Sironi Maurizio +39 349 8272000

Spotlight on customisation and sustainability

*Corrugated Experience:
the visual of the exhibition
layout has been unveiled*

www.print4all.it

Corrugated Experience, the new area of Print4All 2025 dedicated to the world of corrugated cardboard, created in collaboration with Argi (Association of Suppliers to the Graphic Arts Industry), Acimga (Confederation of Italian Printing and Converting Machinery Manufacturers) and GIFCO (Italian Corrugated Cardboard Manufacturers Group) is taking shape.

The area's exhibition layout will cover all the main stages of the supply chain: from corrugation, which includes laminating, cutting and pressing, to the converting stage, which includes pre-press, printing and finishing.

Subsequent processing activities will also be illustrated, with practical demonstrations of design, die-cutting, creasing and folding, through to delivery, which involves the use of strapping, film, mechanical arms and stacking systems. There will also be a focus on handling, peripherals and associated software.

The area will also dedicate significant space to functional applications, such as secondary and tertiary packaging, e-commerce, boxes, logistics, and transportation; to communications, such as displays, display structures, POPs, signage, set-ups and panels; and finally to creative ones, which include objects, games, furniture and gadgets.

Corrugated Experience will turn the spotlight on core themes such as customisation and sustainability, addressing a wide range of markets: from food & beverage to technology, from furniture and interior decoration to toys and household items, from clothing to cosmetics.

The aim of the area will therefore be not only to display the production flow, but to create an educational path on the supply chain, "offering visitors an in-depth look at all the converting and printing technologies, combining the individual exhibition areas of the major players with an educational area of great impact."



Innovazione, ispirazione e approfondimenti



Un anno da record:
Paris Packaging Week 2025
attira 12.588 visitatori

www.parispackagingweek.com

F&C
magazine

Paris Packaging Week 2025 ha stabilito un nuovo record, accogliendo 12.588 visitatori, con un aumento del 27% rispetto all'anno scorso, e segnando la più alta affluenza nei 24 anni di storia dell'evento.

Nel corso di due giornate dinamiche, i visitatori provenienti da 106 Paesi hanno esplorato le innovazioni più rivoluzionarie presentate da oltre 880 espositori, consolidando la posizione della Paris Packaging Week come evento leader nell'innovazione e nel design del packaging

nel mercato del lusso, delle bevande, della bellezza e degli aerosol. Compresi gli addetti agli stand, un totale di 17.969 persone ha partecipato all'evento.

Josh Brooks, Event Director and Divisional Director, ha dichiarato:

“Il notevole aumento del numero di visitatori evidenzia quanto la Paris Packaging Week sia diventata essenziale per i marchi e i decisori che cercano soluzioni di packaging su misura e risposte lungimiranti alle sfide in continua evoluzione del settore”.

“Oltre agli aspetti commerciali dell’evento, è stato meraviglioso vedere così tante esperienze e momenti speciali durante la Paris Packaging Week: dall’arte e musica dal vivo alle start-up e alle celebrazioni, gallerie ispiratrici e idee innovative dei giovani nel packaging. C’era una vera e propria energia in fiera e, più che mai, la sensazione che il futuro del packaging si stesse creando davanti ai nostri occhi”.

L’entusiasmo è stato confermato da molti partecipanti, come Frederic Dreux, R&D Packaging Director di Unilever, che ha dichiarato:

“La prima impressione quando sono entrato è stata ‘WOW’! La fiera ha raggiunto un livello superiore ed è sempre bello e importante riunirsi in questo evento imperdibile”.

Anche Alexia Jaloux, Packaging Project Manager di Havana Club - Pernod Ricard, ha sottolineato la crescente importanza dell’evento, affermando:

“È la terza volta che vengo a questa fiera. È più grande e ancora più interessante. È l’anno migliore finora e l’app è così utile e facile da usare!”.

Conferenze approfondite e dialoghi con esperti

Oltre 190 esperti del settore hanno tenuto più di 30 ore di sessioni coinvolgenti, fornendo nuove prospettive sui temi più attuali del settore del packaging, dalla sostenibilità all’economia circolare, dall’intelligenza artificiale al design innovativo e alle sfide normative.

Tra le 129 conferenze tenute, le sessioni che hanno attirato il maggior numero di partecipanti sono state:

- **PPWR e le 3R: quali conseguenze per gli imballaggi?** - Leader del settore, esperti di normative e specialisti CSR hanno esplorato come integrare strategicamente i principi di Riduzione, Riutilizzo e Riciclaggio nello sviluppo degli imballaggi.



- **Keynote: Breitling - 140 anni di spirito pionieristico** - Édouard d’Arbaumont, amministratore delegato di Breitling per l’Europa meridionale, ha illustrato come il gigante dell’orologeria continua a promuovere crescita e innovazione.
- **Keynote: Mathieu Lehanneur - The Designer on Fire** - Il famoso designer della fiamma e del calderone olimpici ha affascinato il pubblico con il suo approccio visionario al design, all’innovazione e alla creatività nell’attuale mercato del lusso.
- **ADE, PCD e PLD Innovation Awards** - Le prestigiose cerimonie di premiazione hanno attirato sale gremite, dove i partecipanti hanno assistito alla presentazione delle soluzioni più innovative dell’industria del packaging nei settori della cosmetica, delle bevande premium, degli aerosol e dei sistemi di distribuzione.

Nuovo pubblico per il design e il marketing

L’aggiunta del Pentawards Festival quest’anno, una nuova area organizzata dalla più grande comunità e concorso di brand design del mondo, ha portato una serie di nuovi entusiasmanti elementi alla fiera, tra cui una galleria dei 100 migliori design di packaging.

Josh Brooks ha dichiarato: “Una caratteristica particolare dell’evento di que-

st’anno è stata la presenza di un numero maggiore di persone della comunità del marketing e del design rispetto al passato. È una comunità che i nostri espositori di ADE, PCD, PLD e Packaging Première hanno chiesto di incontrare ed è stato fantastico vederne così tanti in fiera, portando una nuova prospettiva”.

Giovani talenti alla guida dell’innovazione

Paris Packaging Week 2025 ha anche celebrato la prossima generazione di innovatori del packaging attraverso diverse interessanti iniziative:

- **Concorso Emballé 5.0 x Conseil National de l’Emballage (CNE)** - Gli studenti dei migliori istituti hanno presentato progetti che affrontano temi chiave come la riduzione dei rifiuti, il riutilizzo degli imballaggi nell’e-commerce e il packaging di lusso ecologico. Tra i progetti vincitori figurano:
 - **ROLL AND WASH** (IUT PEC Évreux): un distributore intelligente di detersivo per piatti che riduce del 50% l’utilizzo del prodotto.
 - **POPTIMAL** (CEPE Angoulême): una confezione airless riciclabile per creme alimentari che migliora la conservazione e riduce gli sprechi.
 - **LOCK BOX** (FS PACK Cognac): una soluzione riutilizzabile, sicura e tracciabile per gli armadietti dell’e-commerce.

- **Concorso ESEPA School x Merci Handy** - Gli studenti hanno ideato soluzioni innovative per il lavaggio delle mani senza acqua. Il progetto vincitore, Distribulle, è una scatola giocosa e ricaricabile contenente 24 bolle di gel per le mani che unisce praticità e sostenibilità.

- **Concorso ESI Reims School x Brockmans Gin | B Corp** - In collaborazione con PLD, gli studenti hanno sviluppato soluzioni di packaging eco-responsabili per liquori di lusso.

I progetti vincitori sono stati:

- **IMBALLAGGIO SECONDARIO:** "PROTAGONISTA" - Selezionato per l'approccio progettuale ponderato alla base dell'imballaggio, il forte allineamento con i codici del marchio e la presenza versatile sugli scaffali grazie a un branding e a un allestimento d'impatto.
- **MATERIALE POSM:** "BROCKMANS GARDEN" - Scelto per la sua

forza immaginativa, che cattura efficacemente l'identità del marchio e traduce il claim proprietario "Properly Improper" in un display accattivante.

- **Tavola rotonda Future Leaders** - Dieci giovani professionisti emergenti hanno condiviso le loro idee sul ruolo che ricoprono all'interno della catena del valore del packaging, le loro ambizioni di elevare il settore e le loro visioni per accelerare la sostenibilità e l'innovazione.

Perspectives 2025 – Trends Report

Tutti i partecipanti riceveranno un accesso digitale gratuito a Perspectives 2025. Questo report esclusivo, sviluppato da esperti del settore e lanciato per la prima volta alla Paris Packaging Week 2025, esplora argo-

menti chiave come i monomateriali, il riutilizzo e l'alleggerimento, offrendo preziose informazioni sulle tendenze che influenzano il settore dell'imballaggio oggi e su quelle destinate a influenzare il suo futuro.

Josh Brooks conclude: "L'edizione di quest'anno della Paris Packaging Week è stata una pietra miliare nella storia di questo evento in termini di dimensioni e impatto. Ma soprattutto è stato fantastico vedere la comunità francese e globale del packaging portare a Parigi energia, ottimismo e innovazione. Grazie a tutti coloro che hanno reso questo evento così speciale; non vediamo l'ora di accogliervi nuovamente l'anno prossimo!"

Paris Packaging Week tornerà il 5 e 6 febbraio 2026, promettendo ancora più innovazione, ispirazione e approfondimenti sul settore. ■



CONNECT YOUR BUSINESS

Non importa se vi sentite più a vostro agio con una modalità di produzione convenzionale piuttosto che digitale: mettete subito in rete i vostri sistemi e beneficiate dei nuovi modelli di business. In qualità di specialista di collegamenti in rete, Muller Martini ha la soluzione giusta per voi.

mullermartini.com

Your strong partner.

MÜLLER MARTINI

Appuntamenti Fieristici e Convegni

2025



1 - 3 April • Guadalajara
**LABELEXPO
MEXICO 2025**
www.labelexpo-mexico.com

1 - 3 aprile
Guadalajara - Messico

Fiera internazionale
per l'industria della stampa
di etichette e imballaggi
www.labelexpo-mexico.com



21 - 23 maggio
Amsterdam

Evento internazionale
per l'industria
delle etichette
www.europeanlabelforum.com



16 - 19 settembre
Barcellona

Fiera internazionale per l'industria
della stampa di etichette
e imballaggi
www.labelexpo-europe.com



6 - 9 maggio
Berlino

Fiera della stampa serigrafica
e digitale di grande formato
e stampa tessile
www.fespa.com

PRINT4ALL

27 - 30 maggio
Milano - Rho

Fiera del settore
della stampa
e del converting a 360 gradi
www.print4all.it



1 - 3 ottobre
Milano - Rho

Fiera della comunicazione
visiva
www.viscomitalia.it



13 - 15 maggio
Milano - Rho

Esposizione
per il packaging di lusso
www.packagingpremiere.it



27 - 30 maggio
Milano - Rho

Fiera internazionale
del processo e packaging
www.ipackima.com

2028



9 - 17 maggio
Düsseldorf

Fiera internazionale dei media,
editoria e converting
www.drupa.com



15 - 19 maggio
Torino

Fiera internazionale
dell'editoria italiana
www.salonelibro.it



19 - 21 giugno
Etiopia

Evento per gli operatori dei settori
stampa, plastica e imballaggio
www.ppp-ethiopia.com



Innovation, inspiration and insights

A record-breaking year:
Paris Packaging Week 2025
draws 12,588 visitors



www.parispackagingweek.com

Paris Packaging Week 2025 has set a new benchmark, welcoming an unprecedented 12,588 visitors – a 27% increase from last year – marking the highest attendance in the event's 24-year history.

Over two dynamic days, visitors from 106 countries explored groundbreaking innovations presented by more than 880 exhibitors, solidifying Paris Packaging Week's position as the leading event packaging innovation and design in luxury, drinks, beauty, and the aerosol market. Including those working on stands, a total of 17,969 people attended the event.

Josh Brooks, Event Director and Divisional Director, said:

"The remarkable surge in visitor numbers highlights how essential Paris Packaging Week has become for brands and

decision-makers seeking tailored packaging solutions and forward-thinking responses to the industry's evolving challenges."

"Alongside the business-driven aspects of the event, it was wonderful to see so many special experiences and moments across Paris Packaging Week – from live art and music to start-ups and celebrations, inspiring galleries and fresh ideas from young packaging innovators. There was a real energy at the show and, more than ever, a sense that the future of packaging was being created before our eyes."

The excitement was echoed by many attendees, such as Frederic Dreux, R&D Packaging Director at Unilever, who shared:

"The first impression when I came in was 'WOW'! The show has gone to the next level, and it's always nice and important to get together at this unmissable event."

Alexia Jaloux, Packaging Project Manager at Havana Club – Pernod Ricard, also highlighted the growing significance of the event, saying:

"It's my third time coming to this show. It's bigger and even more interesting. It's the best year so far and the app is so useful and easy to use!"

Insightful conferences and expert dialogues

Over 190 industry experts delivered more than 30 hours of engaging sessions, providing fresh perspectives on the packaging industry's hottest topics—from sustainability and the circular economy to AI, innovative design, and regulatory challenges.

Among the 129 conferences held, sessions that drew the largest audiences included:

- **PPWR and the 3Rs: What Consequences for Packaging?** – Industry leaders, regulatory experts, and CSR specialists explored how to strategically integrate the principles of Reduce, Reuse, and Recycle into packaging development.
- **Keynote: Breitling – 140 Years of Pioneering Spirit** – Édouard d'Arbaumont, Managing Director for Southern Europe at Breitling, shared insights into how the watchmaking giant continues to drive growth and innovation.
- **Keynote: Mathieu Lehanneur – The Designer on Fire** – The renowned designer of the Olympic flame and cauldron captivated the audience with his visionary approach to design, innovation, and creativity in today's luxury market.
- **The ADE, PCD & PLD Innovation Awards** – The prestigious award ceremonies attracted packed rooms, where attendees witnessed the unveiling of the packaging industry's most groundbreaking solutions across cosmetics, premium drinks, aerosols, and dispensing systems.

New audiences in design and marketing

The addition of the Pentawards Festival this year, a new area organised by the world's biggest brand design community and competition, brought a number of exciting new elements to the show – including a gallery of the 100 best packaging designs of the past year, live art by the artist Craig Black, a village of packaging design agencies and a speaker line-up featuring top brands including Unilever, Carrefour, Nestle, Diageo and more.

Josh Brooks said: "A particular feature of this year's event was the presence of a greater number of people from the marketing and design community than ever before. This is a community that our exhibitors across ADE, PCD, PLD and Packaging Première have been asking to meet and it was fantastic to see so many of them at the show, bringing a new perspective."

Young talents driving innovation

Paris Packaging Week 2025 also celebrated the next generation of packaging innovators through several exciting initiatives:

- **Emballé 5.0 x Conseil National de l'Emballage (CNE) contest** – Students from top institutions presented projects addressing key themes such as waste reduction, packaging reuse in e-commerce, and eco-friendly luxury packaging. Winning projects included:
 - ROLL AND WASH (IUT PEC Évreux): A smart dishwashing liquid dispenser that reduces product usage by 50%.
 - POPTIMAL (CEPE Angoulême): A recyclable airless food cream package that enhances conservation and reduces waste.
 - LOCK BOX (FS PACK Cognac): A reusable, secure, and traceable solution for e-commerce lockers.
- **ESEPAC School x Merci Handy contest** – Students designed innovative, water-free handwashing solutions. The winning project, Distribulle, is a playful,

refillable box containing 24 hand gel bubbles that blends convenience with sustainability.

- **ESI Reims School x Brockmans Gin | B Corp contest** – In collaboration with PLD, students developed eco-responsible packaging solutions for luxury spirits. The winning projects were:
 - **SECONDARY PACKAGING: "PROTAGONISTA"** – Selected for the thoughtful design approach behind the packaging, its strong alignment with brand codes, and versatile shelf presence through impactful branding and staging.
 - **POSM MATERIAL: "BROCKMANS GARDEN"** – Chosen for its imaginative power, effectively capturing the brand's identity and translating the proprietary claim "Properly Improper" into a compelling display.
- **Future Leaders panel discussion** – Ten emerging young professionals shared insights into their roles within the packaging value chain, their ambitions to elevate the industry, and their visions for accelerating sustainability and innovation.

Perspectives 2025 – Trends Report

All participants will receive complimentary digital access to Perspectives 2025. This exclusive report, developed by industry experts and launched for the first time at Paris Packaging Week, explores key topics such as monomaterials, reuse, and lightweighting, offering invaluable insights into the trends shaping the packaging industry today and those set to influence its future.

Josh Brooks concludes: "This year's edition of Paris Packaging Week was a landmark in the history of this event in terms of size and impact. But more than that, it was fantastic to see the French and global packaging community bringing energy, optimism and innovation to Paris last week. Thanks to everyone who made it such a special event and we're already looking forward to welcoming you again next year!"

Paris Packaging Week will return on 5 and 6 February 2026, promising even more groundbreaking innovation, inspiration, and industry-shaping insights. ■

Un esempio vincente dell'iniziativa **Better Planet Packaging**

Dalla plastica alla carta:
le nuove confezioni
di merendine Coop,
una rivoluzione firmata
Smurfit Westrock Italia

www.smurfitkappa.com

Nella linea Spesotti due nuovi prodotti realizzati dall'azienda Freddi Dolciaria caratterizzati da un packaging 100% a base carta. Una scelta che permette di eliminare oltre 4 tonnellate di materiale plastico. Un esempio vincente dell'iniziativa Better Planet Packaging.

BPP, ovvero Better Planet Packaging, è l'iniziativa lanciata da Smurfit Westrock alcuni anni fa, che annovera moltissimi casi di successo nella sostituzione di materiali ad alto impatto ambientale a favore di carta e cartone.

Ultimo in ordine di tempo, il progetto realizzato per Coop, la catena della grande distribuzione che fa della sostenibilità

a 360 gradi uno dei suoi valori fondamentali.

Sugli scaffali dei supermercati e ipermercati Coop sono in vendita due nuove confezioni multiple di merendine della linea Spesotti – i Trancini farciti al latte e al cacao – caratterizzate da una scatola in cartoncino, che sostituisce il tradizionale sacchetto in flow pack a base plastica.

A credere in questo progetto l'azienda Freddi Dolciaria, uno dei maggiori produttori internazionali di merendine, roll e torte a base di Pan di Spagna. La sede si trova a Castiglione delle Stiviere, in provincia di Mantova, tra i poli industriali alimentari più importanti d'Italia. L'azienda ha scelto come partner per il nuovo im-



ballaggio Smurfit Westrock Italia, multinazionale leader nel settore del packaging a base carta.

A progettare e realizzare il nuovo pack sono stati i tecnici ed eco-designer dello stabilimento di Orsenigo, uno dei 26 siti produttivi di Smurfit Westrock, con sede nel Comasco, area dove si trovano anche l'impianto destinato alla realizzazione di tubi in cartone e la divisione Machine System dedicata alle macchine per imballaggio.

Un risparmio di oltre 4 tonnellate di materiale plastico

Per i nuovi astucci da dieci pezzi di merendine è stato utilizzato un cartoncino riciclato, stampato e fustellato. La stampa offset utilizza colori e vernici adatti ad avvolgere prodotti alimentari e assicura una grafica di grande impatto e visibilità sugli scaffali. La scatola viene consegnata stesa all'azienda Freddi Dolciaria, che per questa commessa ha acquisito una nuova astucciatrice. Un investimento che ha portato a un grande risultato: l'eliminazione di oltre 4 tonnellate di plastica, che equivale a un risparmio del 48% del totale di flow pack, oggi utilizzato soltanto per le confezioni singole di merendine.

Una scelta apprezzata dai consumatori e premiata dal mercato: grazie alla nuova confezione le vendite hanno avuto un incremento del 33%.



La scatola della linea Spesotti stesa

“Siamo particolarmente fieri di questo progetto – commenta Gianluca Castellini, CEO di Smurfit Westrock Italia – per diverse ragioni. – Innanzitutto, perché è un ottimo esempio di come diversi attori di una stessa filiera possono lavorare insieme condividendo una strategia e un obiettivo: ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi e aumentarne la riciclabilità. Inoltre, è la chiara conferma di quanto il nostro

prodotto, il packaging a base carta, possa essere una leva importante per i nostri clienti e diventare protagonista di una rivoluzione nel cambiamento delle abitudini dei consumatori. Con le loro scelte, che tengono sempre più in considerazione anche gli imballaggi in cui sono avvolti i prodotti, favoriscono quella transizione verso un futuro migliore, che da sempre è la nostra mission”.

Stampare e F&C Magazine:

DUE RIVISTE CHE COPRONO L'INTERO SETTORE DELLA STAMPA E DEL CONVERTING

Magazine

STAMPARE

www.fcmagazine.it
www.stampare-magazine.it

A winning example of the **Better Planet Packaging** initiative

From plastic to paper:
the new Coop snack packs,
a revolution by
Smurfit Westrock Italia

www.smurfitkappa.com

The Spesotti range includes two new products created by the Freddi Dolciaria company with 100% paper-based packaging. A choice that eliminates over 4 tons of plastic material. A winning example of the Better Planet Packaging initiative.

BPP - Better Planet Packaging - is the initiative launched by Smurfit Westrock a few years ago, which includes many successful cases aimed to replace materials with a high environmental impact in favor of paper and cardboard. Recently, Smurfit Westrock Italia has launched the project created for Coop, the large-scale retail chain that makes 360-degree sustainability one of its fundamental values.

On the shelves of Coop supermarkets and hypermarkets there are two new multiple packs of snacks from the Spesotti line - the Trancini filled with milk and cocoa - characterized by a cardboard box, which replaces the traditional plastic-based flow pack bag. The provider of these new products is Freddi Dolciaria company, one of the major international producers of sponge cake-based snacks, rolls and cakes. The headquarters are in Castiglione delle Stiviere (Mantua) among the most important food industrial centers in Italy. The company has chosen Smurfit Westrock Italia, a multinational leader in the paper-based packaging sector, as a partner for the new packaging.

The new pack was designed and created by the technicians and eco-designers of the Orsenigo plant, one of the 26 production sites of Smurfit Westrock, based in the Como area, where are also located the plant for the production of cardboard tubes and the Machine System division dedicated to packaging machines.

A saving of over 4 tons of plastic material

For the new ten-piece snack boxes, recycled, printed and die-cut cardboard was used. Offset printing uses colors and varnishes suitable for wrapping food products and ensures high-impact graphics and visibility on the shelves. The box is delivered flat to the Freddi Dolciaria company, which has acquired a new packaging machine for this order. An investment that led to a great result: the elimination of over 4 tons of plastic, which equates to a saving of 48% of the total flow pack, currently used only for individual snack packs. A choice appreciated by consumers and rewarded by the market: thanks to the new packaging, sales increased by 33%.

"We are particularly proud of this project – said Gianluca Castellini, CEO of Smurfit Westrock Italia – for several reasons. First, because it is an excellent example of how different actors in the same supply chain can work together by sharing a strategy and an objective: reducing the environmental impact of packaging and increasing its recyclability. Furthermore, is confirming that our products, paper-based packaging, can be an important driver for our customers and can become the protagonist of a revolution in changing consumer habits. By their choices, taking into consideration the packaging in which the products are wrapped, they enable that transition towards a better future, which has always been our mission". ■



The logo for Purmoda features the brand name in a bold, rounded, lowercase font. Each letter is a different color: 'p' is red, 'u' is orange, 'r' is yellow, 'm' is green, 'o' is blue, and 'd' is purple. A thick red horizontal bar runs above and below the letters. Below the bar, the words 'modern material' are written in a smaller, red, lowercase sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the logo.

EURMOMA
DISTRIBUTORE ESCLUSIVO
PERSPEX®

EURMOMA srl ROMA: Tel. +39 06 7230087 -  info@eurmoma.it - www.eurmoma.it
EURMOMA NORD: Via Isonzo, 6/b Turate (COMO) - Sironi Maurizio +39 349 8272000

Forte impegno per l'ambiente

Metsä Board introduce un QR Code con informazioni sul riciclo dei materiali

Metsä Board, il principale produttore europeo di cartoni in fibre di prima qualità, ha lanciato una nuova tecnica per migliorare e semplificare il processo di riciclo dei materiali di imballaggio che i clienti ricevono.

Metsä Board ha introdotto codici QR sulle etichette dei pallet e delle bobine dei suoi prodotti consegnati ai clienti.

Il codice QR indirizza i clienti a un'app intuitiva che fornisce informazioni dettagliate sui vari materiali di imballaggio utilizzati per proteggere il cartone durante la catena logistica.

Queste informazioni aiuteranno i clienti a determinare come riciclare ogni componente dell'imballaggio consegnato. Fornendo informazioni accessibili e chiare sul riciclo, l'azienda intende rendere il più semplice possibile, per gli utilizzatori, selezionare e riciclare tutti i materiali.

Inoltre, i clienti potranno ridurre la quantità di rifiuti inviati alle discariche e ga-



rantire che i materiali vengano riciclati come parte del ciclo economico circolare locale.

“L’implementazione dei nuovi codici QR per il riciclo sulle nostre consegne di cartone, deriva da un forte impegno verso la sostenibilità e la convenienza per i clienti”, afferma Isto Hongisto, Product Safety Specialist di Metsä Board.

“Il riciclo può essere talvolta complesso; il nostro obiettivo è quello di renderlo il più semplice e lineare possibile. Questa iniziativa non solo farà risparmiare loro tempo, ma garantirà anche che i materiali utilizzati nelle nostre consegne vengano riciclati in modo ottimale”.

La nuova iniziativa fa parte del costante impegno strategico di Metsä Board per la sostenibilità e l'innovazione nelle sue operazioni. L'azienda invita tutti i clienti a utilizzare questa novità e a contribuire alla promozione di pratiche di riciclo efficienti nel settore degli imballaggi. ■

www.metsagroup.com



Strong commitment to the environment

Metsä Board introduces QR code with recycling information for all its delivery packaging materials

Metsä Board, the leading European producer of premium fresh fibre paperboards, has launched a new solution to enhance and simplify the recycling process for packaging materials customers receive as part of Metsä Board product deliveries.

Metsä Board has introduced QR codes on the pallet and reel labels of its products for all volumes delivered to its customers. The QR code directs customers to an intuitive app that provides detailed information on the various packaging materials used to protect the paperboard during the logistics chain. This information will assist customers in determining how each component of the delivery's packaging should be recycled.

By providing accessible and clear recycling information, the company aims to make it as easy as possible for customers to sort and recycle all the materials they receive with the product deliveries.

In addition, customers will be able to reduce the amount of waste sent to landfills and en-

sure the materials are recycled as part of the local circular economy loop.

"The implementation of the new recycling QR codes on our paperboard deliveries stems from a strong commitment to sustainability and customer convenience," says Isto Hongisto, Product Safety Specialist at Metsä Board.

"Recycling can sometimes be complex, and our goal is to make it as seamless and straightforward as possible for our customers. This initiative will not only save them time, but it will also ensure that the materials used in our deliveries are recycled in an optimal way."

The new initiative is part of Metsä Board's ongoing strategic commitment to sustainability and innovation in its operations.

The company invites all customers to take advantage of this new feature and contribute to promoting efficient recycling practices within the packaging industry. ■

www.metsagroup.com



Creare un'esperienza tattile raffinata

Hunter Luxury racchiude 200 anni di storia del whisky nella confezione espositiva di *The Glenlivet 40 Year Old*



www.hunterluxury.com

Hunter Luxury ha collaborato con la rinomata distilleria di whisky single malt *The Glenlivet* per realizzare una confezione straordinaria per *The Glenlivet 40 Year Old*, la più antica espressione permanente della storica distilleria.

La confezione consiste in un cilindro con finitura in rame spazzolato, caratterizzato da delicati dettagli incisi, un'elegante fascia verde acqua completa di moneta commemorativa con finitura patinata, e un innovativo coperchio con apertura a molla.

Ogni elemento del design è stato progettato con precisione per creare un'esperienza tattile raffinata che rimarrà im-

pressa nei consumatori, ben oltre il momento dell'apertura della confezione.

La confezione celebra la straordinaria storia di *The Glenlivet*, che nacque all'inizio del XIX secolo quando il fondatore, George Smith, cominciò a distillare alcol illegalmente nella remota valle di Livet.

“Il whisky divenne il preferito di Re Giorgio IV nonostante fosse prodotto illegalmente”, spiega Paul Hamilton, responsabile vendite e marketing di Hunter Luxury.

“Quando i cambiamenti legislativi permisero di ottenere una licenza per distillare alcol, Smith affrontò minacce da altri distillatori illegali e divenne la



“Volevamo sfruttare la storia unica di *The Glenlivet* per creare una confezione come nessun'altra, – ha dichiarato Hamilton –. Ogni elemento del design della confezione è un tributo a questa storia, dal testo inciso ad alcune caratteristiche di design più sottili. Esprime l'attenzione ai dettagli che è il nostro marchio di fabbrica, combinando una profonda comprensione del patrimonio dei nostri clienti con un design e capacità produttive all'avanguardia”.

prima persona a ottenere una licenza legittima per distillare in Scozia”.

“Pochi marchi hanno la fortuna di avere una storia tanto colorata come quella di *The Glenlivet*, – ha aggiunto Hamilton –. Non si potrebbe scrivere una storia migliore; ed è stata per noi una sfida entusiasmante, dato che il nostro team è noto per raccontare le vicende dei brand attraverso il packaging”.

“Come sempre, ciò che distingue un buon packaging da un grande packaging – e da quello di Hunter Luxury – è tutto nei dettagli. Sfruttare quegli attributi di design che fanno veramente la differenza richiede una stretta collaborazione tra tutte le parti coinvolte: come è avvenuto per questo progetto che, insieme a noi, ha visto il team di *The Glenlivet* e la loro agenzia di design JDO Global”.

Il concetto ha fatto ampio uso del rame, richiamando i classici alambicchi in rame utilizzati nelle distillerie di whisky nel corso dei decenni.

Per ottenere un'estetica premium che fosse anche abbastanza resistente, Hunter Luxury ha sviluppato un design in alluminio anodizzato rifinito con rame spazzolato. Oltre a garantire i livelli di durabilità e resistenza alla corrosione necessari, ha assicurato che la confezione possa essere riciclata qualora il consumatore desiderasse smaltirla.



BAMANOW srl

Flexless 350 servo

Semirotativa flexo per piccole medie tirature di etichette personalizzate e nobilitate che richiedono consegne just in time



www.bamanow.it



www.mps-printing.com



Mps of next generation

Rotativa flexo con il massimo livello di automazione che integra anche un sistema di efficienza della produttività



Wenjie 450 offset

Semirotativa offset per piccole e medie tirature di etichette dedicate al mercato food wine & spirits



<http://en.wanjiejy.com.cn/>



www.rhyguan.eu



Rhyguan plus 420

Macchina semirotativa per la finitura e nobilitazione fuori linea di qualsiasi etichetta autoadesiva



Samm usd 800

Montacliché automatico per montaggi precisi e ripetibili di qualsiasi cliché

www.flexologic.nl/it/



Kds quantum emu

Sistema di raccolta e gestione dati di produzione per il miglioramento dell'efficienza operativa di qualsiasi macchinario

www.kingstondatasystems.com



Una vasta gamma di materiali autoadesivi per le diverse applicazioni nei vari settori con un occhio di riguardo alla sostenibilità

www.ifin.cn



Creating a **refined tactile experience**

Hunter Luxury packages 200 years of whisky history in The Glenlivet 40 Year Old display case

Hunter Luxury has partnered with the renowned single malt Scotch whisky distiller The Glenlivet to produce a stunning pack and display case for The Glenlivet 40 Year Old – the oldest permanent expression to date from the historic distillery.

The pack consists of a striking brushed copper-finished cylinder featuring delicate engraved details, an elegant teal band complete with patina-finished commemorative coin, and an innovative spring-loaded twist-open lid. Together, each design element is precisely engineered to create a refined tactile experience that resonates with consumers long after the initial unboxing experience is over.

The pack celebrates The Glenlivet's remarkable history, which began in the early 19th Century when its founder, George Smith, started illegally distilling spirits in the remote Livet valley.

"The whisky became a favourite of King George IV despite being illegally produced," explained Paul Hamilton, Head of Sales & Marketing at Hunter Luxury.

"Once legislation changes made it possible to acquire a licence to distil alcohol, Smith faced down threats from other illegal distillers to become the first person to acquire a legitimate distillers' licence in Scotland – carrying two pistols with him at all times for protection."

"Few brands are lucky enough to have a history as colourful as The Glenlivet," Hamilton added.

"You couldn't write a better story, which made it a mouthwatering challenge for our team who pride themselves on telling brand stories through packaging."

"As ever, what separates good packaging from great packaging – and great packaging from Hunter Luxury packaging – is all about the detail. Teasing out those design attributes that truly make a difference involves close collaboration between all parties – for this project, ourselves, the team at The Glenlivet, and their design agency JDO Global."

The concept made heavy use of copper, calling to mind the classic copper stills used in whisky distilleries throughout the decades. To deliver a premium aesthetic that was durable enough to last, Hunter Luxury developed an anodised aluminium design that was finished with brushed copper. In addition to providing the required levels of durability and corrosion resistance, this also ensured the pack can be recycled if the consumer wishes to dispose of it.

"We wanted to leverage the unique story of The Glenlivet to create a pack like no other," said Hamilton. "Every element of the pack's design is a tribute to this story, from the engraved text to some of the more subtle design features. It exemplifies the kind of attention to detail that is our trademark, combining a deep understanding of our customers' heritage with cutting-edge, market-leading design and production capabilities." ■

www.hunterluxury.com

Nuove possibilità di personalizzazione per l'imballaggio



Ranpak presenta soluzioni di stampa personalizzabili On-Demand per linee di imballaggio automatizzate

www.ranpak.com

Ranpak, leader mondiale nelle soluzioni di imballaggio automatizzato a base di carta sostenibile per l'e-commerce e le catene di approvvigionamento industriali, ha annunciato il debutto della nuova soluzione di stampa in linea Print'it!. Questa soluzione consente ai clienti di stampare design personalizzati a colori su un massimo di 15 scatole di altezze variabili al minuto. La soluzione Print'it! supporta opportunità di personalizzazione consentendo agli operatori di gestire le esigenze di più marchi o creare connessioni emotive con i clienti finali attraverso messaggi personalizzati. La soluzione elimina la necessità di più SKU di scatole brandizzate o prestampate, consentendo la personalizzazione a valle delle scatole e il branding all'interno di una con-

figurazione di automazione standardizzata: dove l'imballaggio è della giusta dimensione, viene applicato un coperchio e vengono stampati design unici senza aggiungere ulteriori punti di contatto. La soluzione Print'it! consente la stampa personalizzata su scatole di altezze diverse, offrendo una capacità unica nel mercato.

Lavorando in sinergia con un sistema Cut'it! EVO per la riduzione dell'altezza e sigillatura delle scatole o con altri sistemi di scatole con coperchio, può aggiungere design personalizzati stampati in quadricromia all'imballaggio lungo un'unica linea di automazione. La capacità di supportare il branding separato per singoli pacchetti su una singola linea è una combinazione ideale per i fornitori di logistica di terze parti (3PL), le aziende di e-commerce e altri soggetti che desiderano ottenere un vantaggio competitivo nella presentazione dei loro imballaggi, supportando offerte a tempo limitato, design stagionali, messaggi di compleanno e altro ancora.

“La soluzione Print'it! apre nuove possibilità di personalizzazione per le linee di imballaggio automatizzate, interessanti sia per le operazioni che per il marketing – ha dichiarato Bryan Boatner, Global Managing Director of Automation di Ranpak –. È la ciliegina sulla torta della soluzione di packaging totale migliorata che Ranpak Automation offre ai clienti finali. E questo è possibile ottimizzando l'efficienza per i nostri clienti, aiutandoli a consolidare i loro SKU e a snellire i loro processi”. ■

PANORAMA DEL SETTORE MACCHINARI, MATERIALI E SERVIZI

CONTROLLO TOTALE DEL MONTAGGIO CLICHE
TOTAL WORK FLOW CONTROL - FULL-SCALE PLATE MOUNTING

Sleeve Master Auto è Inilevee HD Servo da oggi disponibili con il nuovo applicatore bladeside Taper Slide 3.0.
Sleeve Master Auto è Inilevee HD Servo ora disponibile con il nuovo Taper Slide 3.0 laser applicator.

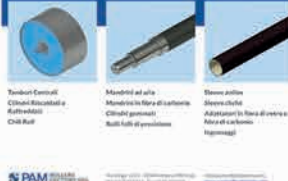


CAMIS
Cilindri e materiali per la stampa
Via S. Pietro 10 - 37021 Bussolengo (Verona)
Tel. 0445/460001 - Fax 0445/460002
www.camis.it

I&C Corvelan
Via S. Pietro 10 - 37021 Bussolengo (Verona)
Tel. 0445/460001 - Fax 0445/460002
www.iccorvelan.it

PAM

**Leader nella
produzione di cilindri
per flexografia e
rotocalco**



Tonkoff Corvelli
Cilindri e materiali per la stampa
Via S. Pietro 10 - 37021 Bussolengo (Verona)
Tel. 0445/460001 - Fax 0445/460002
www.pam.it

Montini ad alta
Materie e materiali per la stampa
Via S. Pietro 10 - 37021 Bussolengo (Verona)
Tel. 0445/460001 - Fax 0445/460002
www.montini.it

Sleeve Master
Sleeve Master
Via S. Pietro 10 - 37021 Bussolengo (Verona)
Tel. 0445/460001 - Fax 0445/460002
www.sleeve-master.it

FORMECO

DISTILLATORI PER SOLVENTI EVAPORATORI PER ACQUA
SOLVENT RECOVERY SYSTEMS WATER EVAPORATORS



FORMECO

Formeco S.r.l. - Via Dullini 33 - 35027 Novara Padovana (Pd) - Italia
Tel. +39 049 804811 - www.formeco.it - info@formeco.it

Enimac Tape Application Solutions
For Your Industry

Packaging
Enimac introduces the X-treme PRO e-commerce
supply typical close-open and close-open-reel
tape configurations in 1 piece with 1 applicator.



contact us
24 ore al giorno
+39 02 58000000
www.enimac.it

Mewa

«Perché mi
piacciono?
Perché insieme
affrontiamo
qualsiasi sfida.»

Mewa.
Panni tecnici con
servizio a 360°.

Venite a scoprire di più su mewa.it o al 360°



Grafimec

**MACCHINE GRAFICHE
E CARTOTECNICHE USATE
REVISIONATE E GARANTITE**

**“Assistenza tecnica
e fornitura ricambi per
tutte le macchine
RYOBI.”**

vetrina dell'usato:
www.grafimec.net

Via dell'Artigianato, 1
50056 Montelupo F.no (Fi)
Tel. 0571 913493 - 348 3422078 - 348 7969891
e-mail: g.cappelli@grafimec.net
c.forniti@grafimec.net

BAMANOW

mpc

WIPAC

RHYQUAN

AV Flexologic

KCS

SONICA

www.bamanow.it

hhs

**Stabilizzazione
antiscivolo dei pallet**

Stop all'utilizzo della pellicola termoretrattile per
avvolgere i vostri pallet! Migliorate il vostro processo
di imballaggio con l'applicazione di adesivo.



hhs.it

SE DICO ETICHETTA

**DICO
TICO!**

Dico Tico si trova nella natura, vero attenzione per l'ecologia,
stampa digitale e tecnologia top.

Ecco perché...
se dico Etichetta, dico Tico!



Qualità italiana dal 1999

Per l'inserimento
nella pagina
**“PANORAMA
DEL SETTORE”**
telefonate al numero:
02/36504509

esko

**Experience
Packaging
Innovation with
Esko**



Embark on a journey to uncover automation and
color management strategies that will expedite
your go-to-market process while ensuring
exceptional quality standards and minimizing
environmental impact.

esko.com

DAL 1973
**INCISORIA
BAROLI**

**CLICHÉ
in
OTTONE - MAGNESIO**

Da oltre 40 anni...
precisi fino all'ultimo spigolo.

VIA CANDOGLIA 11/A 20161 MILANO (ITALIA)
TEL. 02 5466836 - FAX 02 4667860
incisoria@baroli.it - incisoriabaroli@libero.it - contabilita@baroli.it
www.baroli.it

New *personalization capabilities* for packaging

Ranpak debuts customizable, On-Demand, printing capabilities for automated packaging lines

www.ranpak.com

Ranpak Holdings Corp., a global leader of sustainable paper-based automated packaging solutions for e-commerce and industrial supply chains, has announced the debut of its new Print'it! in-line printing solution. This solution allows customers to print full-color customized designs on up to 15 boxes of varying heights per minute. The Print'it! solution supports personalization opportunities by allowing operators to manage requirements for multiple brands or create emotional connections with end-customers through individualized messages. The solution removes the need for multiple SKUs of branded or pre-printed boxes while enabling downstream box customization and branding within a standardized automation setup: where packaging is right-sized, a lid is applied, and unique designs are printed without adding additional touchpoints. The Print'it! solution allows custom printing on boxes of varying heights, as well, delivering a unique capability in the market.

Working in tandem with a Cut'it! EVO height-reduction and box sealing machine or other lidded box system, it can add custom full-color printed designs to packaging along a single automation line.

The ability to support separate branding for individual packages on a single line is an ideal match for third-party logistics providers (3PLs), e-commerce businesses, and other fulfillment parties looking to gain a competitive edge in their packaging presentation, supporting limited time offers, seasonal designs, birthday messages, and more.

"The Print'it! solution unlocks new personalization capabilities for automated packaging lines that are exciting for both operations and marketing – said Bryan Boatner, Global Managing Director of Automation at Ranpak –. It's the icing on the cake of the improved total packaging solution that Ranpak Automation delivers for end-customers. And it's achievable while optimizing efficiency for our clients, helping them consolidate their SKUs and streamline their processes." ■



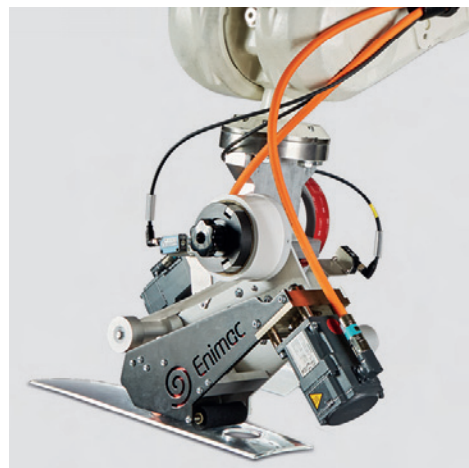


Tape Application Solutions For Your Industry

Packaging:

Enimac introduces the X-treme PRO e-commerce

apply typical close-open and close-open-reclose
tape configurations in 1 pass with 1 applicator.



contact us

✉ sales@enimac.it

☎ +39 02 3287425



Tape Application Made Easy



Creatività, **innovazione** e produzione

Aperte le iscrizioni
per il FINAT European
Label Forum 2025

www.europeanlabelforum.com

Sono aperte le iscrizioni al FINAT European Label Forum (ELF) 2025. In programma dal 21 al 23 maggio 2025 ad Amsterdam, nei Paesi Bassi, l'evento per il settore europeo delle etichette che riunirà stampatori di etichette, fornitori, proprietari di marchi ed esperti del settore per tre giorni di approfondimenti, innovazione e networking, è sempre più apprezzato.

L'evento di quest'anno è suddiviso in cinque sessioni, incentrate sui temi della geopolitica e delle tendenze socio-economiche, della gestione del cambiamento in un mercato dinamico, della sostenibilità nelle etichette e nel packaging, dell'innovazione tecnologica e della leadership. Durante queste sessioni, presentazioni approfondite e tavole rotonde forniranno al pubblico le conoscenze più aggiornate su argomenti di attualità, rilevanti per tutti gli operatori del settore delle etichette.

I partecipanti apprezzano con favore l'evento per le opportunità di networking con i colleghi del settore e altri professionisti. Con il supporto dell'industria, il forum offre ai partecipanti anche la possibilità di conoscere gli ultimi prodotti e servizi dei principali fornitori di stampa di etichette.

Perché partecipare al FINAT European Label Forum 2025?

Poiché il settore delle etichette continua ad evolversi in risposta ai cambiamenti economici, tecnologici e normativi, l'ELF 2025 offre una piattaforma unica per rimanere all'avanguardia.

I partecipanti conosceranno preziose prospettive sulle principali tendenze e sfide del settore, tra cui:

- **Approfondimenti geopolitici e socioeconomici:** comprendere l'impatto dei cambiamenti globali sul business e sulla competitività del settore delle etichette.
- **Collaborazione per la conformità e la sostenibilità:** scoprire come gli operatori del settore stanno collaborando per soddisfare i requisiti normativi e promuovere la circolarità.
- **Innovazione di prodotto e buone pratiche di sostenibilità:** esplorare gli ultimi progressi nei materiali, nei processi e nei modelli di business sostenibili per le etichette.
- **L'intelligenza artificiale nella produzione:** scoprire come l'intelligenza artificiale sta ridisegnando i processi produttivi per una maggiore efficienza e qualità.
- **Creatività, IA e innovazione:** approfondire l'intersezione tra tecnologia e creatività nella progettazione e produzione di etichette.
- **Leadership personale con un esploratore leggendario:** trarre ispirazione dal punto di vista di un famoso esploratore su leadership, resilienza e superamento dei limiti.

L'importante è partecipare

Che siate stampatori di etichette, fornitori o altri professionisti del settore, l'ELF 2025 offre un'opportunità senza precedenti di connettersi, collaborare e innovare con i colleghi di tutta la catena del valore delle etichette.

Partecipare alle sessioni interattive, ai panel di esperti e alle opportunità di networking aiuteranno a far progredire la vostra attività. ■

Creativity, **innovation** and manufacturing

Registration now open
for the FINAT European
Label Forum 2025

www.europeanlabelforum.com

The FINAT European Label Forum (ELF) 2025 is officially open for registration. Taking place from 21-23 May 2025 in Amsterdam, the Netherlands, this premier event for the European label industry will bring together label printers, suppliers, brand owners, and industry experts for three days of insights, innovation, and networking. This year's event is divided into five sessions, focussing on geopolitics and socio-economic trends, navigating change in a dynamic market, sustainability in labels and packaging, technology innovation, and leadership. During these sessions, in-depth presentations and panel discussions will provide the audience with the most up-to-date knowledge on current topics that are relevant to all players in the label industry.

Participants always praise the event for its networking opportunities with industry peers and other professionals. With support from the industry, the forum also provides attendees the chance to learn about the latest products and services from leading label printing suppliers.

Why Attend the FINAT European Label Forum 2025?

As the label industry continues to evolve in response to economic, technological, and reg-

ulatory changes, ELF 2025 provides a unique platform to stay ahead of the curve. Attendees will gain valuable perspectives on key industry trends and challenges, including:

- **Geopolitical and Socio-Economic Insights:** Understand how global shifts impact business and competitiveness in the label sector.
- **Collaboration for Compliance and Sustainability:** Learn how industry players are working together to meet regulatory requirements and drive circularity.
- **Product Innovation & Sustainability Best Practices:** Explore the latest advancements in sustainable label materials, processes, and business models.
- **AI in Manufacturing:** Discover how artificial intelligence is reshaping production processes for greater efficiency and quality.
- **Creativity, AI, and Innovation:** Delve into the intersection of technology and creativity in label design and production.
- **Personal Leadership with a Legendary Explorer:** Gain inspiration from a renowned explorer's perspective on leadership, resilience, and pushing boundaries.

Who Should Attend?

Whether you are a label printer, supplier, or another industry professional, ELF 2025 offers an unparalleled opportunity to connect, collaborate, and innovate with peers from across the label value chain. Engage in interactive sessions, expert panels, and networking opportunities that will help you drive your business forward. ■





www.fcmmagazine.it

www.stampare-magazine.it

F&C Magazine e Stampare:
Due riviste che coprono l'intero settore della stampa e del converting



SOTTOSCRIVI L'ABBONAMENTO

Compilare e inviare - e-mail: rfcomunicazione@gmail.com

Posta: R.F. Comunicazione - Via Saccardo, 37 (angolo Via Conte Rosso) - 20134 Milano

NOME E COGNOME _____
SOCIETÀ _____
VIA _____
CITTÀ _____
E-MAIL _____

ABBONAMENTO ANNUALE EDIZIONE CARTACEA

☐ STAMPARE € 80,00

☐ F&C MAGAZINE € 80,00

ABBONAMENTO ANNUALE EDIZIONE DIGITALE

☐ STAMPARE € 40,00

☐ F&C MAGAZINE € 40,00

PER IL VERSAMENTO:

**R.F. COMUNICAZIONE
BANCA BPM**

IBAN: IT21L0503433711000000010843