

**Speciale MARCA - Realtà eccellenti****WEPA  
sostenibilità e qualità:  
Hybrid Fiber**

IL GRUPPO WEPA, uno dei principali produttori di carta per uso domestico in Europa, leader nella fornitura di Private Label, ha lanciato nel 2010 un prodotto ibrido, l'Hybrid Fair Fiber. Questo prodotto è la combinazione intelligente di fibre riciclate e pura cellulosa. Ricerche sull'impatto ambientale e ciclo di vita dei

prodotti effettuati negli anni da Consulenti indipendenti esterni hanno dimostrato che l'utilizzo del 30% di fibre riciclate migliora l'impatto ambientale del 20% rispetto ad un prodotto al 100% di pura cellulosa; il prodotto ibrido ha un footprint significativamente inferiore poiché l'uso della carta recuperata consente di risparmiare

energia e acqua. Studi di mercato inoltre confermano che più dell'80% dei Consumatori apprezza la qualità dei prodotti Hybrid Fair Fiber allo stesso modo di quelli in pura cellulosa. Con Hybrid Fair Fiber il Consumatore può contribuire alla conservazione dell'ambiente senza rinunciare alla qualità dei prodotti



Together  
for a better life

**Caffè Carraro a "Marca": flessibilità e innovazione a servizio del cliente**

*L'azienda intende rafforzare e ampliare il proprio posizionamento all'interno del settore, facendo leva su un portafoglio di prodotti completo*

La Torrefazione veneta, da oltre novant'anni punto di riferimento nel panorama nazionale ed europeo, parteciperà alla fiera Marca di Bologna, il 13 e 14 gennaio prossimi, confermando il proprio interesse verso il mondo della GDO, con specifico riferimento all'ambito dei prodotti a marca del distributore. Da decenni presente nelle più importanti catene italiane ed europee, l'azienda intende rafforzare e ampliare il proprio posizionamento all'interno del settore, facendo leva su un portafoglio di prodotti completo, in grado di rispondere alle esigenze più eterogenee. Il tutto viene supportato da importanti investimenti sotto il profilo dei macchinari, che fanno di Carraro una realtà in grado di coniugare perfettamente tradizione e tecnologia. Al centro di questo sistema viene messo il cliente che, da sempre, viene considerato come un vero e proprio partner, sia che si tratti di un piccolo bar o di una grossa catena di distribuzione. Essere attenti al mercato significa cogliere i segnali di cambiamento, rispondendo efficacemente alle richieste del consumatore finale che, anche nel settore del caffè, esprime gusti ed abitudini sempre più mutevoli ed una sempre più spiccata attenzione alle tematiche "green". A Marca, dopo due anni di test e studi, l'azienda presenta le nuove capsule di tipo "Nespresso" ed "A Modo Mio" compostabili barrierate e le cialde compostabili sia carta filtro che flowpack, entrambe confezionate in astucci di carta riciclata; mentre sono in fase di sviluppo le capsule compostabili per il formato "Dolce Gusto". Soluzioni che vanno ad arricchire un portafoglio che abbraccia tutti i formati più diffusi, a partire dalle referenze classiche di 250 e 1000g di macinato sottovuoto, sino alle capsule e cialde delle tipologie più richieste. La flessibilità dell'azienda

consente di fare fronte anche alle richieste fuori standard, come il macinato e grani da 100g, la cialda con diametro da 50mm e le confezioni richiudibili salva aroma di tipo "Doypack", anche in quantità elevate e, soprattutto, senza mai rinunciare all'aspetto qualitativo del caffè. Negli ultimi anni, Carraro ha infatti investito fortemente per trasformare, ampliare e implementare linee produttive tecnologicamente all'avanguardia, in grado di far fronte alla crescita dei volumi senza rinunciare alla qualità del prodotto. Per il solo ambito delle capsule, l'azienda dispone di sette linee complete, che coprono le fasi che vanno dalla tostatura, miscelatura del macinato fino al confezionamento secondario, con la possibilità di utilizzare capsule compostabili e materiali per l'incarto riciclabili. Oltre alle capsule, sono state recentemente implementate nuove macchine per il packaging di macinato e grani nei formati 70g, 100g, 250g, 500g, 1000g in grado di confezionare in atmosfera modificata con valvola secondo il nuovo standard a quattro spigoli, con saldature più eleganti e più pratiche per l'utilizzo da parte del consumatore finale. Particolarmente significativi sono i numeri, che ci parlano di una crescita di fatturato nel triennio 2016-2017-2018 pari al 15% annuo, mentre il dato di bilancio del 2019 è stimato attorno ai 45 milioni, con un incremento del 7% rispetto al 2018. L'obiettivo per il 2020 è quello di superare i 50 milioni, mentre a livello produttivo si vogliono consolidare le 8.500 tonnellate di caffè lavorato annualmente. Al di là dei numeri, grande importanza viene data all'aspetto umano, a partire dai Dipendenti, che ad oggi si attestano oltre le 70 unità e rappresentano il vero e proprio patrimonio dell'Azienda. Carraro privile-

gia inoltre l'acquisto e l'impiego di partite di caffè crudo e cacao in linea coi principi delle coltivazioni UTZ, un programma di sostenibilità che interessa i coltivatori di materie prime quali cacao, caffè e tè e che consente di implementare metodi di coltivazione più efficaci rispetto a quelli tradizionali, atti a migliorare le condizioni di lavoro, generando un reddito e un benessere maggiori. Questo significa supportare la filiera a partire dall'origine, rispettando la materia prima e chi lavora, spesso in condizioni disagiate, per coltivarla. «Il caffè - dice Giuseppe Zandrea, Amministratore Unico - si presenta come un prodotto già perfetto in natura. Compito di noi torrefattori è quello di non rovinarlo, sostenendo tutta la filiera all'insegna di principi etici e rispettosi dei Paesi esportatori». Gli stessi principi governano i rapporti che Carraro ha strutturato nel corso dei decenni con la propria clientela. Anche nel settore Retail, il contatto personale viene valorizzato attraverso un affiancamento costante, che finisce spesso per tradursi in una vera e propria partnership professionale. «Il principio - continua Zandrea - è quello di coltivare il rapporto col Cliente con lo stesso rispetto e la stessa attenzione che si riserva a un'amicitia. Per questo, le istanze dei nostri Clienti diventano anche le nostre, in un'ottica di supporto reciproco che



porta a condividere non solo un orizzonte economico, ma una vera e propria visione imprenditoriale». A tal proposito, particolare impegno viene profuso proprio nei confronti del settore dei prodotti a Marchio del Distributore, che richiede un approccio specifico, partendo dal presupposto che Caffè Carraro da un lato è fornitore di prodotti per le insegne distributive e dall'altro è una realtà con un proprio marchio e una propria strategia. L'azienda si pone in questo senso in maniera dualistica, adottando un approccio diversificato a seconda del contesto in cui si trova ad operare. Da un lato, gestisce in autonomia il proprio brand, per il quale decide la linea d'immagine, la qualità del prodotto e l'evoluzione che questo ha nel tempo, adottando strategie di vendita diversificate a seconda del territorio e declinandolo, come già visto, a seconda dei gusti e delle richieste del mercato. Dall'altro, i progetti a Marchio del Distributore vengono gestiti in maniera differente, adottando un'ottica completamente collaborativa, finalizzata a realizzare prodotti con le specifiche tecniche e qualitative rigorose richieste dal cliente. L'aspetto positivo di queste esigenze è che permettono una produzione più programmata e più costante nel tempo.

«Caffè Carraro - conclude Giuseppe Zanandrea - si pone oggi tra le prime Torrefazioni italiane all'interno delle Categorie Distributive, sia come presenza che come qualità riconosciuta del prodotto. Il settore della Grande Distribuzione Organizzata è uno di quelli a cui abbiamo sempre guardato con maggior interesse, adottando tradizionalmente un approccio di partnership e collaborazione coi nostri clienti. Lo stesso approccio è alla base dei progetti sviluppati specificatamente nell'ambito dei prodotti a Marchio del Distributore, che risultano fondamentali per le nostre strategie di sviluppo. Che si parli di GDO, Vending o Horeca, la nostra stella polare è la soddisfazione del consumatore finale: chi sceglie uno dei nostri caffè deve avere sempre la certezza di bere un prodotto buono e di qualità costante nel tempo, in linea con la tradizione dell'espresso italiano».



Nuova linea di capsule compostabili barrierate



Giuseppe Zanandrea  
Presidente Caffè Carraro SpA

Schio (Vicenza), nuovo  
stabilimento prodotti  
monoporzionati



Piantazione di caffè crudo in Brasile

# ECO Packaging System: sicuro e green

*Esseoquattro presenta il confezionamento eco-friendly che contrasta lo spreco alimentare*

**A**more per il cibo, attenzione per la sicurezza alimentare, rispetto per l'ambiente: questi i valori di Esseoquattro.

In quest'ottica è nato ECO Packaging System, il sistema di confezionamento che combina le due punte di diamante di Esseoquattro: Ideabrill, incarto salvafreschezza brevettato e Oléane, sacchetto antigrasso 100% cellulosa.

Secondo il Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agroalimentari dell'Università di Bologna nel 2019 il food waste domestico ha rappresentato i 4/5 dello spreco di cibo in Italia.

Parallelamente, Waste Watcher -Osservatorio nazionale sull'Economia circolare, la sostenibilità e gli sprechi-, ha stimato che il 26% dei consumatori ripone fiducia nei packaging di nuova generazione



*Incarto salvafreschezza brevettato Ideabrill*

come argine allo spreco alimentare.

Esseoquattro risponde a tutto questo con Ideabrill, packaging che mantiene inalterate le proprietà organolettiche degli alimenti quali affettati e formaggi più lungo dei packaging tradizionali.

Il consumatore può quindi acquistare

maggiori quantità di prodotto e consumarlo fino all'ultimo boccone, senza temere che si deteriori.

Per un trasporto sicuro dell'alimento, il banconiere non dovrà fare altro che inserire l'incarto in un sacchetto Oléane, il packaging in pura cellulosa avana, perché non trattata con sbiancanti, idonea al contatto diretto con gli alimenti.

Ideabrill ha ottenuto la riciclabilità secondo Aticelca per essere smaltito direttamente nella carta, assieme a Oléane.

Dalla carta alla carta: tramite il riciclo di questi packaging si potrà così generare nuova carta.

ECO Packaging System è in continua evoluzione: a Marca 2020 sarà presentato nella nuova versione, ancora più ecologica. [www.esseoquattro.it](http://www.esseoquattro.it)

## 2020: Coralis riparte dalla sostenibilità

*Il Consorzio Coralis va incontro al 2020 con nuovi progetti e nuovi soci*

**“N**on è solo un'onda da cavalcare, ma piuttosto un impegno che ognuno di noi dovrebbe prendere quello nei confronti dell'ambiente che ci circonda” dichiara Eleonora Graffione Presidente del Consorzio Coralis “Una responsabilità che gli imprenditori di Coralis si sono assunti modificando i propri punti vendita e i propri assortimenti in favore di un consumo più responsabile”. Aveva cominciato il Gruppo Pascal della famiglia Passarelli introducendo all'interno dei propri punti vendita le “macchine mangia plastica”,



*Eleonora Graffione  
Presidente del Consorzio Coralis*

proprio in questi giorni Verdeblù di Bruno&Forte ha aderito alla proposta del Ministero dell'Ambiente che prevede, per una fase sperimentale di un anno, l'introduzione del vuoto a rendere: un simbolo all'ingresso dei negozi indicherà che è possibile lasciare i vuoti e ricevere una cauzione proporzionale al valore del “vuoto”. L'obiettivo è sensibilizzare i consumatori sul tema del riciclo e diminuire la produzione dei rifiuti. Altri soci si stanno muovendo sul fronte degli assortimenti: stop ai prodotti monouso in

Sicilia, stop alle uova di galline allevate in gabbia, semaforo verde per tutti i prodotti a Km. Zero per i supermercati Vicino a te e i Mercati di Città. Ma queste non sono le uniche novità. A partire da gennaio 2020 la compagine consortile si arricchirà della presenza di un nuovo socio in Calabria, Lombardo srl che all'inizio dell'anno, aprirà un nuovo Cash&Carry a Polistena, nel cuore della Piana di Gioia Tauro. Il Cash&Carry avrà una superficie di 3.500 mq situato su un'area di 15.000 mq.

# Consilia coniuga sviluppo e rispetto dell'ambiente

*La crescita coerente con il programma di espansione del Consorzio SUN*

I prodotti Consilia protagonisti di Marca. La rassegna bolognese servirà anche per far conoscere alcuni dei nuovi prodotti Consilia continuamente impegnata a coniugare lo sviluppo del brand con il rispetto dell'ambiente. Dai detersivi ecologici per la casa ai detersivi biologici per la persona fino alle stoviglie biodegradabili e compostabili. Sono tanti i prodotti sostenibili a marchio del distributore Consilia, di proprietà del SUN - Supermercati Uniti Nazionali, composto da Italmark, Gruppo Gabrielli, Alfi (Gulliver), Cadoro e Gros Gruppo Romano Supermercati, già presenti sugli scaffali dei diversi punti vendita e a breve ne arriveranno degli altri. Tra i prodotti a ridotto impatto ambientale, dalla fabbricazione allo smaltimento, ci sono i detersivi ecologici per la casa della linea Consilia Scelte dalla Natura. Per la loro realizzazione vengono utilizzate solo materie prime vegetali completamente biodegradabili e da fonti rinnovabili, le formulazioni non contengono coloranti né conservanti e sono caratterizzate da profumi senza allergeni. I prodotti sono nichel, cromo e cobalto tested. « La nostra nuova linea di detersivi ecologici per la casa - spiega Stefano Rango direttore generale Sun - è caratterizzata da prodotti

certificati Ecolabel UE, confezionati in contenitori in plastica completamente riciclata, che vantano il marchio Plastica Seconda Vita, e sono consigliati da Legambiente. Inoltre, anticipando la Direttiva UE 2019/904, secondo la quale a partire dal 2021 non sarà più possibile commercializzare piatti e posate monouso in plastica, proponiamo due linee di stoviglie, 100% compostabili e biodegradabili». Dall'inizio del 2020 i clienti Consilia possono trovare sugli scaffali dei supermercati le stoviglie realizzate con solo fibre vegetali, 100% compostabili e biodegradabili e resistenti alle alte temperature di forno e microonde della linea Consilia Scelte dalla Natura. In aggiunta, Consilia Saper Scegliere propone un assortimento composto da piatti e bicchieri in carta e bicchieri in PLA, un materiale ottenuto dalla fermentazione dello zucchero estratto dal mais, 100 per cento compostabili e biodegradabili. Dallo scorso giugno sono disponibili i detersivi per persona e creme mani e corpo Bio Consilia Scelte dalla Natura: la nuova linea biologica di detersivi e prodotti per la cura del corpo sono privi di PEG, siliconi e coloranti artificiali. Questi prodotti vantano le certificazioni AIAB Bio Eco Cosmesi e VeganOK.



*Dott. Stefano Rango Direttore Generale del Consorzio SUN*

I dati relativi al brand Consilia hanno fatto registrare trend di crescita considerevoli anche nel 2019 e il fatturato è stato di circa 160 milioni di euro. La previsione per il 2020 indica un fatturato dei prodotti Consilia pari a 165,7 milioni di euro. Un trend caratterizzato anche dall'aumento delle referenze. La struttura retail delle aziende associate al SUN si compone di oltre 600 punti vendita con una previsione di investimenti per sviluppo e ristrutturazione che sfiora i cento milioni di euro. Nel 2020 saranno oltre 11.600 gli addetti che lavoreranno nelle varie aziende che aderiscono al consorzio. Secondo le stime 2020, la quota di mercato del gruppo SUN raggiungerà il 4,1% con un fatturato complessivo superiore a 3 miliardi di euro. «La nostra crescita è coerente con le strategie adottate dalle singole realtà associate - ha detto Marco Odolini presidente del Gruppo SUN - caratterizzate anche da uno sviluppo omnicanale».



*Lo stand del Consorzio SUN a Marca 2019*