

Packaging

Il termine inglese più ampiamente utilizzato (e non solo in Italia ma in tutto il mondo) è certamente packaging; l'uso di questa parola è ormai universale. Della parola packaging, e di un'espressione simile, packing, l'ASTM (American Society for Testing and Materials) ha fornito già da parecchi anni definizioni univoche; il primo termine si riferisce tanto ai manufatti che alle attività concernenti l'operazione di confezionamento dei prodotti, il secondo invece a quelle operazioni e a quei prodotti finalizzati al trasporto ed alla movimentazione dei beni.

Una certa diffusione hanno anche tre espressioni che trovano equivalenti traduzioni anche in altre lingue e per le quali è possibile fornire precise e non ambigue definizioni:

Imballaggio-Contenitore primario - riferito al materiale o contenitore a diretto contatto con il prodotto; detto anche imballaggio di vendita o di presentazione, è concepito in modo da rappresentare per il consumatore finale una definita unità di vendita.

Imballaggio-Contenitore secondario - riferito al sistema di contenimento di uno o più contenitori primari, quindi non a diretto contatto con il prodotto ma del contenitore primario; detto anche imballaggio multiplo, è concepito per costituire un raggruppamento di imballaggi primari nel punto di vendita. Se il prodotto viene rimosso dal suo contenitore secondario, non vengono modificate le sue caratteristiche ed il suo valore commerciale.

Imballaggio-Contenitore terziario - l'insieme di più contenitori primari o secondari, predisposto specificamente per il trasporto e la movimentazione; detto anche imballaggio di trasporto, non corrisponde, tuttavia ai container o ai bulk packaging (grandi contenitori da reparto, per merce sfusa come sacchi di grandi dimensioni, fusti, carrelli, ecc.) per i quali, qualcuno, utilizza il termine di imballaggio quaternario.

Finalità e caratteristiche

1 Contenimento

La funzione di contenimento (in special modo dell'alimento) è, storicamente, la più antica ed originale ed oggi appare talmente scontata da risultare persino sottovalutata. Tuttavia essa è tutt'altro che banale e per alcuni prodotti alimentari, come per esempio i liquidi o i prodotti polverosi/granulari (tutti detti, con un'efficace espressione inglese, free flowing), l'esigenza di contenimento è assolutamente improrogabile. Questi non essendo dotati di una forma propria, al contrario dei solidi, hanno le maggiori esigenze di contenimento ed in qualsiasi fase del loro ciclo di produzione, stoccaggio e trasporto necessitano sempre e comunque di un idoneo e specifico contenitore. Dagli otri di pelle alle anfore di terracotta, dalle bottiglie di vetro a quelle di plastica, dai barattoli metallici alle confezioni flessibili multistrato, praticamente tutti i materiali conosciuti sono stati impiegati per realizzare contenitori ed imballaggi per questi prodotti, con una variabilità che probabilmente non ha confronti.



2 Protezione

Dal punto di vista del progettista, la confezione rappresenta, soprattutto, l'interfaccia tra il prodotto e l'ambiente quindi la funzione di protezione (soprattutto dell'alimento) è, probabilmente, quella che più gli compete. Una protezione da intendere certamente nel modo più ampio possibile: una protezione dalle possibili sollecitazioni meccaniche e da tutte le possibili forme di contaminazione dall'esterno ed in relazione alle specifiche esigenze del prodotto stesso.





3 Logistica

Una serie di obiettivi dell'operazione di confezionamento è riconducibile alla finalità logistica di favorire il flusso dei prodotti e, con essi, del valore economico che rappresentano. Non vi è dubbio che a queste finalità del packaging sia riservata da parte delle Aziende una attenzione del tutto particolare. Le economie che può comportare una ottimizzazione in senso logistico del packaging (sia primario che secondario o terziario) sono enormi e giustificano investimenti consistenti.

4 Comunicazione

L'imballaggio è stato definito il "silent seller" (venditore silenzioso), per sottolineare la valenza di comunicazione che è insita in qualsiasi forma di packaging e che viene esaltata dalla trasformazione dei sistemi di distribuzione commerciale in forma a libero servizio (self service). Forma, colore, apparenza di un imballaggio possono contribuire moltissimo al successo commerciale di un prodotto ed infatti nella progettazione e sviluppo di una nuova confezione sono sempre coinvolti, oltre ai tecnici del prodotto e della logistica, anche gli esperti di marketing e di comunicazione. Oggi più che mai, tuttavia, quella veicolata dal packaging non è solo un'informazione commerciale (l'etichetta, la decorazione, lo sconto, il gadget, ecc.) ma anche di utilità per il consumatore (informazioni nutrizionali, consigli d'uso, ricette, ecc.), di conformità alle normative (marchi, contrassegni, date, indicazioni metrologiche, ecc.) e di ausilio per l'identificazione (codici a barre, ologrammi, ecc.)



5 Ecologica

How green is your packaging? Quanto è verde il tuo imballaggio? Un interrogativo introdotto di recente per sottolineare gli sforzi intrapresi per corrispondere, attraverso la scelta del materiale e della forma di un imballaggio, ad obiettivi di protezione ambientale; con particolare riferimento alle problematiche di inquinamento legate sia alla produzione che allo smaltimento degli imballaggi usati. La progettazione di un contenitore è sempre più frequentemente intesa come un'opera di armonizzazione delle diverse funzioni e dei servizi dell'oggetto con l'intero suo ciclo di vita e con il contesto ambientale che gli è proprio. Si avverte l'esigenza di trasformarlo, dove necessario, da elemento di perturbazione a protagonista di un riequilibrio dell'ecosistema ambientale. Un cestello di cartoncino, senza punti metallici e incollature, che recupera facilmente la forma piana e diventa oggetto di gioco per bambini, ad esempio, può essere pensato per la frutta di piccolo calibro ma anche disegnato per un piccolo consumatore e progettato per un facile smaltimento.

