



la Repubblica
AFFARI & FINANZA

LE CONFERENZE

I nuovi stili di consumo e
il ruolo del packaging per catturare
l'attenzione dei clienti

Come progettare un packaging
coerente con il posizionamento del
prodotto, il marketing mix e i canali
distributivi

Nuovi ruoli e nuovi modi della
comunicazione "ON PACK":
informazione, promozione,
segmentazione

Il ruolo del packaging della PL tra
identità, differenziazione e visibilità

PACKAGING

creatività e innovazione
per **COMUNICARE** e **VENDERE**
il prodotto

Milano, 23 gennaio 2008 - Starhotel Ritz



Il green packaging: le nuove regole
per un imballaggio sostenibile

Le tecniche per la valutazione e
l'analisi del ciclo di vita
del prodotto

La scelta di materiali innovativi
a favore della sostenibilità del
packaging

Packaging ecompatibile:
come integrare esigenze tecniche
e di comunicazione

Progettare e scegliere il PACKAGING SOSTENIBILE

tra esigenze di economia,
ecologia e marketing

Milano, 24 gennaio 2008 - Starhotel Ritz

In collaborazione con



ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO
The ITALIAN INSTITUTE OF PACKAGING



Consorzio per il Recupero degli Imballaggi

SOMEDIA



Organizzazione con Sistema
di Gestione certificate
Company with Management
System certified
ISO 9001:2000
SINCERT

GLI OBIETTIVI

LA CREATIVITÀ E L'INNOVAZIONE DEL PACKAGING PER COMUNICARE E VENDERE IL PRODOTTO

Nella sfida alla conquista del consumatore finale, il packaging come veicolo di **vendita e comunicazione** del prodotto assume un ruolo sempre più determinante.

L'imballaggio cattura l'attenzione del consumatore, gli parla, gli spiega le modalità d'utilizzo del prodotto e lo conquista; rappresenta insomma una fortissima **leva di comunicazione e di marketing**.

- . La crescita del packaging e i trend di sviluppo del settore
- . I nuovi stili di consumo e il ruolo del packaging per attirare l'attenzione del consumatore
- . Il linguaggio del packaging: codici, simboli, colori, immagini e materiali
- . Il ruolo chiave del packaging per la promozione del brand
- . L'evoluzione del packaging nelle private label
- . L'evoluzione del rapporto tra packaging e prodotto

Le scelte delle aziende produttrici sono quindi sempre più improntate alla **creatività e all'innovazione** ma devono anche tener conto di altri importantissimi fattori quali i **costi**, la logistica e l'**eco-compatibilità** dell'imballaggio.

Per offrire un quadro completo ed esaustivo dell'argomento, **Somedia**, in collaborazione con **Istituto Italiano Imballaggio** e **Conai** propone due giornate di incontro rispettivamente dedicate agli aspetti di **creatività, marketing** e comunicazione del packaging e alle **regole** e tecniche di **valutazione** alla base della scelta del packaging sostenibile.

L'integrazione tra i contributi presentati da esperti super partes e rappresentanti aziendali garantisce inoltre un approccio multidisciplinare alla materia e la definizione di un patrimonio informativo articolato ed esauriente.

PROGETTARE E SCEGLIERE IL PACKAGING SOSTENIBILE TRA ESIGENZE DI ECONOMIA, ECOLOGIA E MARKETING

- . Le nuove regole in materia di riduzione dell'impatto ambientale
- . I requisiti essenziali di green packaging in un mercato globalizzato
- . Quanto costa e quanto rende investire nel green packaging
- . Il ruolo del packaging nella valutazione del ciclo di vita del prodotto
- . La ricerca e lo sviluppo di nuovi formati e materiali per un packaging ecosostenibile
- . Eco-compatibilità del packaging: come integrare esigenze tecniche e di comunicazione e marketing

La conferenza si rivolge ai manager delle seguenti aree:

Marketing e Comunicazione
Packaging
Qualità e Environment
Logistica
Ricerca e Sviluppo

I programmi delle conferenze sono online
www.somedia.it

PACKAGING

Creatività e innovazione per **COMUNICARE** e **VENDERE** il prodotto

Coordinatore dei lavori

Marco Sachet

Direttore

ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO

9.15 Registrazione dei partecipanti

9.40 Apertura dei lavori e intervento introduttivo a cura del Coordinatore

LA CRESCITA DEL PACKAGING E I TRENDS DI SVILUPPO DEL SETTORE

- .: Innovazione e competitività del settore
- .: La crescita del settore e le prospettive di sviluppo

Marco Sachet

Direttore

ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO

10.00 **I NUOVI STILI DI CONSUMO E IL RUOLO DEL PACKAGING PER CATTURARE L'ATTENZIONE DEI CLIENTI**

- .: Le diverse declinazioni del packaging rispetto alla percezione del consumatore:
 - come confezione pura
 - come elemento del marketing mix
 - come strumento di comunicazione
 - come parte integrante del prodotto
- .: Analisi dei principali approcci allo studio del packaging nella ricerca di mercato
- .: Nuove tendenze e approcci innovativi nello studio del packaging

Linda Corbetta

Research Manager

DOXA

10.30 **LA RICERCA E L'ANALISI DEL MERCATO PER RINNOVARE E INNOVARE IL PRODOTTO**

- .: Come progettare un packaging coerente con il posizionamento del prodotto, il marketing mix e i canali distributivi
- .: Il linguaggio del packaging:
 - codici e simboli di comunicazione
 - colori e immagini
 - materiali
- .: I parametri per verificare la rispondenza del packaging alle esigenze e aspettative dei consumatori

Alberto Bovo

Presidente, Creative Director

HANGAR DESIGN GROUP

11.00 Coffee Break

11.15 **IL RUOLO DEL PACKAGING NELL'INNOVAZIONE:**

- .: Il packaging come prima leva nella costruzione di un concept di marca e prodotto
- .: Nuovi ruoli e nuovi modi della comunicazione "ON PACK": informazione, promozione, segmentazione
- .: Integrazione di forma, grafica e materiali nella progettazione

Roger Botti

Packaging Creative Consultant

11.45 **IL PACKAGING COME STRUMENTO DI MARKETING E COMUNICAZIONE**

- .: Il nuovo approccio nel packaging dei prodotti alimentari
- .: La valorizzazione delle caratteristiche intrinseche del prodotto attraverso il packaging
- .: La praticità e funzionalità del packaging come leva di marketing

Emanuela Rovere

Marketing Manager Healthy Products

BARILLA

Milano 23 gennaio 2008
Starhotel Ritz

12.15 Spazio riservato alle domande

12.45 *Colazione di lavoro*

14.30 **LA COLLABORAZIONE TRA PRODUTTORE
E CLIENTE PER LA PROGETTAZIONE
CONGIUNTA DI UN PACKAGING DI SUCCESSO**

- .: Il processo di analisi delle esigenze del cliente e la scelta del formato distintivo per affermare o ampliare la gamma di prodotto
- .: Gli step del progetto

Giorgio Bottini

Responsabile Ricerca Sviluppo e Qualità

GGLIO

15.00 **IL PACKAGING DELLE PRIVATE LABEL:
DIFFERENZIARSI O OMOLOGARSI AL
PRODOTTO DI MARCA?**

- .: Come è cambiato nel tempo il packaging delle Private Label
- .: Il ruolo del packaging della PL tra identità, differenziazione e visibilità
- .: La segmentazione della offerta di Private Label: il ruolo del packaging
- .: Il contributo del packaging alla riduzione dei rifiuti e dei costi

Paolo Palomba

Direttore Commerciale e Marketing

SIGMA

15.30 **LE APPLICAZIONI DELL'RFID NELLA SUPPLY
CHAIN PER OTTIMIZZARE I PROCESSI
LOGISTICI E LA TRACCIABILITA'**

- .: Tecnologie applicabili
- .: Soluzioni RFID e Barcode
- .: Case Studies

Marco Carando

Responsabile delle Soluzioni Mobile & RFID

PSION TEKLOGIX

16.00 Spazio riservato alle domande del pubblico

16.15 Sintesi e chiusura dei lavori a cura del
Chairman

Progettare e scegliere il

PACKAGING

tra esigenze di economia, ecologia e

Coordinatore dei lavori

Marco Sachet

Direttore

ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO

9.30 Apertura dei lavori e intervento introduttivo a
cura del Coordinatore

9.45 **VERSO STILI DI CONSUMO PIU' SOSTENIBILI:
IL RUOLO DEL GREEN PACKAGING**

Quali sono i driver alla base delle scelte dei consumatori e come è cambiato l'approccio di fronte ad un prodotto con un imballaggio sostenibile? L'intervento analizza le nuove aspettative dei consumatori e la potenziale leva di marketing rappresentata dal green packaging

- .: La crescente sensibilità ambientale dei consumatori e l'evoluzione verso stili di vita più "sostenibili"
- .: La domanda di responsabilità etica, sociale e ambientale rivolta alle imprese
- .: Le "nuove" componenti della qualità di prodotti e marche
- .: Le aspettative dei consumatori verso confezioni a basso impatto ambientale
- .: Il green packaging come indicatore di responsabilità della marca
- .: Il green packaging come potenziale leva di marketing

Paolo Anselmi

Vice Presidente

Responsabile Divisione Consumer

GFK EURISKO

10.30 **IL GREEN PACKAGING: LE NUOVE REGOLE PER
UN IMBALLAGGIO SOSTENIBILE**

L'intervento analizza le nuove norme che promuovono la riduzione dell'impatto ambientale e l'estrema rilevanza dell'adozione del green packaging a favore di una crescita produttiva sostenibile.

- .: Le nuove normative in materia di riduzione dell'impatto ambientale

SOSTENIBILE

e marketing

Milano 24 gennaio 2008
Starhotel Ritz

- . : Il green packaging a sostegno di una crescita economica e produttiva ambientalmente sostenibile
- . : Esempi di buone pratiche: il Dossier Prevenzione Conai
- . : I requisiti essenziali del green packaging

Roberto Magnaghi
Responsabile Settore Tecnico
CONAI

11.15 Coffee Break

11.30 **LA VALUTAZIONE E L'ANALISI DEL CICLO DI VITA DEL PACKAGING DI UN PRODOTTO ALIMENTARE**

Dato il ruolo chiave dell'imballaggio in molte attività produttive, è di fondamentale importanza conoscere e valutare l'impatto ambientale di tutto il ciclo di vita del prodotto per poter poi analizzare in dettaglio il ruolo assunto dall'imballaggio. L'intervento analizza le tecniche utilizzate e gli obiettivi raggiunti.

- . : Il ruolo del packaging nella valutazione del ciclo di vita del prodotto
- . : Le tecniche usate e le difficoltà incontrate per valutare il ciclo di vita del packaging di un prodotto alimentare
- . : L'analisi del ciclo di vita come strumento di progettazione del packaging ai fini della riduzione dell'impatto ambientale

Michele Amigoni
Responsabile Packaging
Business Unit Bakery
BARILLA

12.15 **PACKAGING: PREVENIRE E RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE**

Il primo passo da compiere è quello di concepire il green packaging non come un costo ma come un investimento. Rinnovabilità, sostenibilità e utilizzo consapevole delle risorse naturali sono alla base delle scelte di uno dei maggiori produttori di imballaggi.

- . : Ambiente: un costo o un investimento?
- . : Applicare il principio della prevenzione dalla materia prima al post-consumo
- . : Packaging ed effetto serra

Michele Mastrobuono
Direttore Ambiente e Relazioni Esterne
TETRA PAK ITALIANA

12.45 Spazio riservato alle domande del pubblico

13.00 *Colazione*

14.30 **LA SCELTA DI MATERIALI INNOVATIVI A FAVORE DELLA SOSTENIBILITA' DEL PACKAGING**

L'importanza della scelta dei materiali dal punto di vista di uno dei protagonisti della grande distribuzione. La rilevanza e le conseguenze derivanti dalla scelta dei materiali biodegradabili e l'utilizzo di tecnologie d'avanguardia a sostegno di un packaging a basso impatto ambientale.

- . : Il peso del packaging ed i materiali
- . : Tecnologie d'avanguardia per funzionalizzare i materiali
- . : Polimeri convenzionali degradabili
- . : Biopolimeri – fonte fossile e fonte rinnovabile ma comunque compostabili

Ulisse Pedretti
Responsabile Tutela ambientale
COOP ITALIA

15.00 **ECOCOMPATIBILITA' DEL PACKAGING: COME INTEGRARE ESIGENZE TECNICHE E DI COMUNICAZIONE**

Scegliere un packaging verde significa anche sapere conciliare l'ecocompatibilità con gli aspetti di comunicazione e marketing che rimangono comunque centrali nella scelta nel packaging. E' indispensabile capire che l'adozione di un packaging sostenibile rappresenta un valore non solo per il consumatore ma anche per l'azienda.

- . : Packaging ecocompatibile: valore per il consumatore valore per l'azienda

Manuela Kron
Direttore Corporate Affairs
NESTLE' ITALIANA

15.30 Spazio riservato alle domande del pubblico

16.00 Sintesi e chiusura dei lavori a cura del Coordinatore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE:

Packaging	€ 980 + iva
Packaging Sostenibile	€ 980 + iva

Sconto per iscrizione anticipata:

a chi si iscrive a una conferenza entro il 10 gennaio 2008 **sconto del 10%***

Sconti speciali

Soci Istituto Italiano Imballaggio
Consorziate Conai

per ogni iscritto sconto del 20%*

*gli sconti non sono cumulabili

prezzo speciale

per chi si iscrive alle 2 conferenze

€ 1.470 + iva

anziché

€ 1.960 + iva *

MODALITA' D'ISCRIZIONE

QUANDO E DOVE

23 e 24 gennaio 2008 - STARHOTEL RITZ
Via Spallanzani, 40 - 20129 Milano - Tel. 02.2055
I partecipanti alla conferenza potranno pernottare presso lo STARHOTEL RITZ usufruendo di una tariffa speciale. Si consiglia di prenotare telefonando in anticipo e facendo riferimento alla Conferenza.

CONDIZIONI di PARTECIPAZIONE

Per garantire il miglior servizio Vi preghiamo di inviare la scheda di iscrizione entro le ore 13 del giorno 22 Gennaio 2008.

La quota di partecipazione comprende la partecipazione alla Conferenza, la colazione di lavoro, i rinfreschi e gli atti con le relazioni fornite dai relatori entro i tempi tecnici di stampa.

MODALITA' di PAGAMENTO

La quota di partecipazione deve essere versata all'atto dell'iscrizione, effettuando il versamento secondo le seguenti modalità:
versamento sul c/c postale nr. 39796206 intestato a: SOMEDIA SpA sul c/c 100000000511 Intesa Sanpaolo SpA Ag. 11 di Milano (CIN Y - ABI 03069 - CAB 01612) IBAN IT36 Y030 6901 6121 0000 0000 511 BIC BCITITMM indicando il riferimento PACK8 e/o PASO8, nome e cognome del Partecipante.

Somedia S.p.A.

Lorena Lazzarini - Tel. 02.70648.202

Fax 02.26681191 - Internet www.somedia.it

Conferma di adesione alla Conferenza verrà trasmessa via mail, fax o telefono a ricevimento della scheda d'iscrizione completa dei dati richiesti e delle modalità di pagamento.

Si informa che tutte le operazioni inerenti la vendita di questo servizio saranno effettuate utilizzando i servizi postali. Eventuali modalità di pagamento diverse da quelle indicate dovranno essere preventivamente concordate con Somedia S.p.A. per iscritto. Somedia si riserva la facoltà di comunicare la modifica o la cancellazione della Conferenza qualora non fosse raggiunto un numero sufficiente di partecipanti atto a garantirne il corretto ed efficace svolgimento.

MODALITA' di DISDETTA

Le disdette pervenute alla Segreteria Organizzativa (a mezzo fax o e-mail: lazzarini@somedia.it) entro il 16/01/2008 daranno diritto al rimborso integrale della quota. Dopo tale data dalla quota sarà detratto il 25% per il rimborso spese. E' sempre ammessa la sostituzione del Partecipante. Nessun rimborso è previsto per le disdette pervenute oltre le ore 13.00 del giorno 22/01/2008.

SCHEDA D'ISCRIZIONE

..: **PACKAGING** creatività e innovazione per comunicare e vendere il prodotto

..: **Progettare e scegliere il PACKAGING SOSTENIBILE**

la Repubblica
AFFARI & FINANZA

LE CONFERENZE

L'iscrizione deve pervenire entro le ore 13.00 del 22/01/2008 scegliendo tra le seguenti modalità:

Fax 02.26681191 - Internet www.somedia.it

Posta Samedia S.p.A. la Repubblica/Le conferenze - Via Donatello, 30 - 20131 Milano

N.B. In caso di più iscrizioni fotocopiare la scheda.

Per informazioni: Lorena Lazzarini - Tel. 02.70648.202

nome	cognome		
<input type="text"/>			
funzione	telefono diretto		
<input type="text"/>			
Società			
<input type="text"/>			
settore di attività			
<input type="text"/>			
indirizzo ufficio			
<input type="text"/>			
città	CAP	provincia	
<input type="text"/>			
telefono	fax	mail	
<input type="text"/>			
Società alla quale fatturare			
<input type="text"/>			
partita IVA		codice fiscale	
<input type="text"/>			
data	timbro e firma		
<input type="text"/>			

Quota di partecipazione

- Packaging Euro 980 + IVA
 Packaging Sostenibile Euro 980 + IVA
 Iscrizione anticipata: a chi si iscrive a una conferenza entro il 10 gennaio 2008
sconto del 10%* sulla quota di partecipazione

trascrivere l'importo scontato

Prezzo speciale:

- Per chi si iscrive alle 2 conferenze Euro **1.470* + iva**

Sconti speciali:

- Sconto del 20%* riservato ai Consorziati Conai o ai Soci Istituto Italiano Imballaggio

trascrivere l'importo scontato

**gli sconti non sono cumulabili*

ALLEGATO Assegno Bancario Copia Bonifico Bancario Versamento c/c Postale

N.B. NON VERRANNO ACCETTATE ISCRIZIONI SENZA LA COPIA DEL PAGAMENTO EFFETTUATO

Se non si desidera che le finalità previste al punto (ii) dell'informativa a fianco vengano estese anche a prodotti/servizi di terzi, barri la casella qui accanto

PROTEZIONE DEI DATI
PERSONALI D. LGS. 196/2003
INFORMATIVA E CONSENSO

I dati personali raccolti saranno trattati anche con modalità automatizzate da Samedia S.p.A., nel rispetto della vigente norma e degli obblighi di riservatezza, nell'ambito delle attività istituzionali proprie e delle sue collegate per finalità:

(i) strettamente connesse e strumentali alla gestione del rapporto con l'interessato.

(ii) statistiche, di comunicazione commerciale anche interattiva, di promozione e vendita di prodotti e servizi

(iii) adempimento di obblighi previsti da leggi, regolamenti e normativa comunitaria.

Il trattamento potrà essere effettuato per conto di Samedia anche da terzi che forniscono specifici servizi elaborativi o strumentali necessari per il raggiungimento di dette finalità. Il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la gestione del rapporto di cui sopra.

L'interessato potrà esercitare, in qualsiasi momento gratuitamente, i diritti di cui all'art. 7 e seguenti del d. lgs. 196/2003 (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettificazione e opposizione, in tutto o in parte, al trattamento) rivolgendosi al Responsabile dei dati di Samedia S.p.A. Via Donatello 30 - 20131 Milano, presso la quale è disponibile l'elenco dei nominativi dei Responsabili del trattamento.

SOMEDIA