

Ecco l'estate!

Quest'estate promette bene per il foglio di alluminio. Non è solo la febbre calcistica, che si sta diffondendo in Europa e nel mondo intero grazie ai Mondiali FIFA, iniziati in Germania proprio questo mese, che potrebbe aumentare le occasioni di barbecue e altre attività all'aria aperta; sono comunque in aumento tutti i tipi di cene all'aperto e altre attività di questo genere.

La domanda di birre in bottiglia, di un bicchiere di buon vino con un hamburger alla griglia, salsicce, bistecche o pesce, marinato o insaporito con la vostra salsa barbecue preferita, così come quella di tutti i prodotti estivi, sembra destinata ad aumentare vertiginosamente. Comunque, quello dei barbecue è un grande business, indipendentemente dal fatto che un evento sportivo così importante incrementerà sicuramente le vendite estive. Secondo la società di ricerca TNS, nel Regno Unito le vendite di prodotti da barbecue nel



2005 ammontava a circa €1,2 miliardi. Se aggiungiamo gli alcolici, la cifra si impenna e diventa di circa €4,6 miliardi solo nel Regno Unito; se poi si considera tutta l'Europa i numeri vanno sicuramente alle stelle.

Rassegna estiva a pag. 2 - 3

Mercato del foglio in rialzo

La crescita significativa delle vendite di foglio di alluminio nel primo trimestre del 2006 conferma l'effettivo ottimismo dei laminatori di foglio europei riguardo al potenziale del foglio di alluminio sul mercato

odierno dell'imballaggio.

Secondo le statistiche dell'Eafa la crescita è di circa il 4% e questo mette in risalto la leadership globale dell'industria europea del foglio di alluminio. www.alufoil.org

IN QUESTO NUMERO

Rassegna estiva e Mondiali 2 - 3

Studio sul microonde: aggiornamento 3

Sostenibilità 4

Buon compleanno, Mozart! 4

Alufoil Trophy 2007

Non lasciatevi sfuggire l'ultima possibilità di iscrivervi all'Alufoil Trophy 2007 che premia le migliori soluzioni europee di imballaggio in foglio di alluminio caratterizzate da eccellenza a livello di innovazione, praticità e responsabilità ambientale.



L'ultima data utile per le iscrizioni è il 31 Ottobre 2006. Ulteriori informazioni e moduli di iscrizione su www.alufoil.org

Per un'abbronzatura sicura ai Mondiali

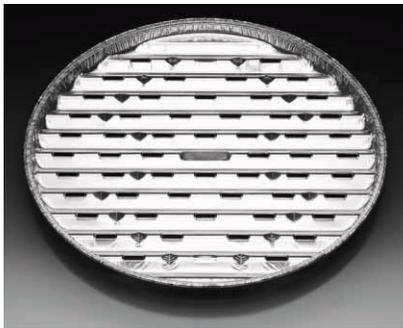
Amcor Flexibles ha prodotto e stampato l'accoppiato a quattro strati di questa bustina di crema solare, la cui produzione è stata gentilmente completata da Sampling Innovations e ACP.



alufoil
for your protection

Sun Cream

Rassegna estiva



Tutto pronto per un bel barbecue

Il nuovo vassoio rotondo da barbecue in alluminio ALPAC® di Novelis OHLER® Packaging è l'ideale per le griglie rotonde.

Le scanalature sono state progettate appositamente per fare in modo che il grasso non goccioli sulla brace sottostante e quindi evitare che il fumo si diffonda nei giardini dei vicini, i quali ve ne saranno grati.

Questo vassoio riciclabile ha un diametro di 34 cm e viene prodotto con un alluminio non trasformato da 80 µm.

Un comodo snack

Alufix™Dry, una membrana in foglio di alluminio easy-peel di Alcan Packaging Singen, ha sostituito l'EOE in acciaio per le arachidi di Ültje Erdnüsse e così quando si apre la scatola non rimangono residui taglienti sui bordi.



Il coperchietto Alufix Dry è saldato a latta non laccata ed è provvisto di una linguetta a strappo che ne facilita l'apertura.

L'alluminio utilizzato è un 60 µm monolucido e ricotto.

EAFA Infoil 24: Estate 2006

Tè freddi rinfrescanti

In Europa il tè freddo è sempre più apprezzato, tanto che la Coca-Cola, per confezionare i suoi popolari prodotti NESTEA, ha scelto i cartoni asettici combifitMagnum di SIG Combibloc, rivestiti con un alluminio da 6 µm con ottima superficie e macchinabilità fornito da Hydro Aluminium.

I cartoni da 1,5 l. con il pratico tappo a vite combiTwist sono stati scelti per la differenziazione del prodotto sul mercato.

Questi imballi hanno quattro ampie superfici di presentazione e, secondo Martin Hilfer, Brand Development Manager Tea & Coffee della Coca-Cola di

Berlino, questo è proprio uno dei motivi principali alla base della scelta di passare dalle bottiglie in PET al combifitMagnum: "Questo cartone di SIG Combibloc, così grande e vistoso, ci contraddistingue dalla concorrenza".



I cartoni asettici CombifitMagnum per i tè freddi NESTEA

Buste che illuminano la via

La Qbag, una busta in foglio di alluminio con easy-peel e una finestra in poliestere autosfiatante utilizzabile sia in forno che sui barbecue, prodotta da FFP Packaging Solutions, è di grande aiuto per i produttori di alimenti che mirano a estendere la diffusione dei loro prodotti sul mercato dei barbecue domestici.



Il cuoco può vedere il prodotto durante la cottura e l'imballaggio si gonfia formando una "camera" autosfiatante che fa sì che pressione e vapore fuoriescano in sicurezza. Questa finestra di poliestere easy-peel permette una buona visibilità del contenuto, mentre la giusta permeabilità all'ossigeno contribuisce ad estendere la vita di scaffale dei prodotti. La finestra può essere staccata durante la cottura per rimescolare il prodotto oppure può essere tolta alla fine per servire in tavola usando la busta.

Marks and Spencer sta usando questa soluzione per la sua linea "Pockets".

Le bustine esaltano i valori dei marchi

Le bustine promozionali sono un ottimo mezzo per lo sviluppo di brand awareness e un elemento importante del marketing mix di un titolare di marchio.

Da uno studio della Promotion Marketing Association (PMA) è emerso che l'87% dei consumatori, grazie a delle bustine-campione, è stato indotto ad acquistare il prodotto.

La garanzia dell'integrità del sigillo, ottime proprietà barriera, una grafica di alto livello e l'apertura facilitata sono i requisiti essenziali dell'imballaggio, grazie ai quali la bustina arriva al consumatore in buone condizioni dimostrando di essere confacente ai valori del marchio.

L'alluminio non ha rivali in quanto a protezione contro umidità, ossigeno e perdita dell'aroma ed è una

soluzione perfetta per questo tipo di applicazione. Inoltre, in abbinamento ad altri materiali come

PET e PE forma un accoppiamento con l'ottima resistenza

allo scoppio necessaria per la distribuzione negli inserti delle riviste o per posta e per come utilizzato nella prima pagina di questo Infoil.

Amcor Flexibles offre una serie di accattivanti accoppiati in alluminio con varie rifiniture realizzate con inchiostri metallici, perlati e iridescenti, materiali flessibili e film metallizzati e perlati combinati con un'alta qualità di stampa.



www.alufoil.org

Tutti pazzi per i Mondiali

Che vi piaccia o no, con l'inizio dei Mondiali in Germania, la febbre calcistica ha colpito in pieno l'Europa.

Probabilmente si assisterà al più grande evento calcistico di tutti i tempi con sette o otto milioni di

persone che parteciperanno agli eventi organizzati dalle dodici città che ospitano i Mondiali 2006 – più di due volte il pubblico degli stadi.

Vi saranno molte occasioni promozionali per i prodotti confezionati.



Sul pallone

Il gruppo Kinnerton (Regno Unito) ha lanciato sul mercato dolciario due novità in tema con i Mondiali di quest'estate.

Questi speciali cioccolatini al latte avvolti in un foglio di alluminio con stampata la croce di San Giorgio sono disponibili in due formati: lecca-lecca rotondi con tanto di stecchino e palline ripiene di tartufo croccante ricoperte da un disegno sferico.

Entrambi sono avvolti in un alluminio nudo con una stampa ad alto livello che riproduce un pallone da football prodotto da Novelis Bridgnorth (Regno Unito).



La favorita brasiliana

Per la gioia dei festaioli, Haendler & Natermann, per esempio, ha prodotto dei rivestimenti di alluminio stampato flexo e gofrato per i colli delle bottiglie di birra brasiliana Cerpa.

I colori utilizzati per la stampa sono il giallo e il verde, che sono quelli di una delle squadre favorite dei Mondiali.

Haendler & Natermann conta su questa promozione speciale per creare un interesse che vada oltre i Mondiali e poterlo sfruttare per promuovere altre bevande nei mesi estivi.

Fresco e cremoso

Quest'estate si assisterà al lancio dei coni gelato di prima qualità Coninis Emmi, un'estensione di marchio derivante dalla fortunata bevanda fresca "Caffè Latte".



Huhtamaki Ronsberg produce l'alluminio accoppiato a carta stampato rotocalco fatto su misura, mentre sono della consorella Huhtamaki Alf i coperchietti trasparenti in PS curvato, che mostrano la parte superiore cremosa del gelato.

I coni da 110 ml hanno un design affusolato ottenuto producendoli con un angolo di 17°.

La lunghezza della fascia è di 188 mm.

Il piacere di un Magnum After Dinner

L'aumento delle occasioni in cui ci si concede un momento di piacere, magari dopo cena, è alla base del lancio dei gelati Magnum After Dinner (MAD), che diffonde il famoso marchio Magnum di Unilever su nuovi mercati.

L'estensione del marchio MAD, che è stata diffusamente testata sul mercato, soddisfa la domanda da parte dei consumatori di un formato più piccolo da gustare al di fuori delle occasioni tradizionali in cui viene voglia di gelato.

Il Magnum After Dinner è venduto in confezioni da 10 pezzi e l'incarto è prodotto da Carcano Antonio spa; si tratta di un foglio di alluminio sottile stampato e gofrato accoppiato a carta.



Approvato l'uso degli imballaggi in alluminio nei microonde

All'inizio di quest'anno uno studio del Fraunhofer Institute for Process Engineering and Packaging IVV di Freising (Germania) ha provato in modo inoppugnabile che l'alluminio può essere usato nei microonde in tutta sicurezza.

Viene così sfatato il mito che i contenitori in alluminio o in plastica con coperchietti in foglio non sono sicuri nei microonde e i consumatori hanno ora la prova inoppugnabile del contrario.

Thomas Pfeiffer, l'autore dello enquiries@alufoil.org



studio, dichiara: "Il Fraunhofer Institute ha effettuato le procedure di riscaldamento con microonde imposta-

ti sulla temperatura massima e non si è verificato nemmeno un caso di danni al forno o rischi per gli utilizzatori".

Per promuovere l'uso del foglio di alluminio negli imballaggi per microonde, l'EAFA ha anche adottato il logo Micro-Save dell'AFCMA, destinato a essere utilizzato tanto dai produttori di imballaggi quanto dai riempitori e che serve a informare i consumatori sulla sicurezza dell'uso degli imballaggi in alluminio nei microonde. L'intero studio, incluse le linee guida, può essere scaricato da www.alufoil.org.

Scuola e cambiamenti climatici

Più di 2000 scuole elementari stanno imparando che il riciclo nel Regno Unito contribuisce a fronteggiare gli effetti dei cambiamenti climatici nell'Africa subsahariana grazie alla promozione fatta dall'organizzazione non profit Alupro.

Le scuole hanno richiesto un nuovo Resource Pack e un kit "crescita alberi" che mostra come si può far crescere un albero nella Gabio Forest del Burkina Faso per ogni tonnellata di lattine e foglio di alluminio riciclati nel Regno Unito. I bambini delle scuole imparano così che più si ricicla più crescono alberi. Si spera che nel 2006 le persone abituate a riciclare siano abbastanza da permettere di piantare 40.000 nuovi alberi.



Il prolungarsi delle stagioni secche nell'area in questione sta provocando seri danni alle vecchie foreste da cui dipendono le comunità di molti villaggi.



Gli alberi muoiono prima, gli incendi di arbusti sono più frequenti e il cibo sempre più scarso. Quindi ripiantare degli alberi e imparare come gestirli nelle nuove condizioni è fondamentale per il futuro. I nuovi alberi che si ricaveranno incentivando il riciclo nel Regno Unito sono stati scelti per il loro uso in campo alimentare e medicinale – manghi, anacardi, baobab e nerè – e perché favoriscono la produzione di miele.

I primi 1.000 kit "crescita alberi" prodotti da Alupro sono andati così a ruba che ne è stata ordinata una nuova serie.

Festeggiamenti per l'Alufoil Trophy



Constantia Packaging e Bayer Healthcare, che insieme hanno vinto un Alufoil Trophy 2006, hanno festeggiato l'evento recentemente, quando il trofeo è stato consegnato al Dr. Hartmut Klusik (al centro della foto), Responsabile Product Supply e membro del comitato direttivo di Bayer Healthcare.

Buon compleanno, Mozart!

Le celebrazioni del duecentocinquantesimo anniversario del celebre compositore austriaco Wolfgang Amadeus Mozart (27.01.1756 – 05.12.1791), una delle figure musicali più amate e



riconosciute in tutto il mondo, hanno stimolato il lancio di molti prodotti speciali.

Tra questi vi è uno yogurt speciale con il nome di Mozart lanciato da Alpenmilch Salzburg. L'imballaggio è provvisto di un coperchietto in alluminio non goffrato stampato flexo UV da Constantia Packaging, che ogni anno produce circa 14 miliardi di coperchietti per svariate applicazioni.



I dolci austriaci sono rinomati in tutto il mondo e queste palline di cioccolato di Mirabell, parte di Kraft Foods (Austria), anch'esse ideate per celebrare il compleanno di Mozart, sono avvolte in un foglio di alluminio da 12 µm stampato rotocalco da Constantia Packaging.



Volete saperne di più sul foglio di alluminio ?

Visitate www.alufoil.org, dove potrete trovare ogni tipo di informazione su tutti i membri dell'EAFA, inoltrare delle richieste di carattere commerciale e leggere le ultime novità sulle applicazioni del foglio di alluminio e sull'industria.

**European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5 D - 40474 Düsseldorf**

Tel.: +49 (0)211 4796 150

Fax: +49 (0)211 4796 408

Email: enquiries@alufoil.org

----- **PIEGARE – NON STACCARE** -----

European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5
D - 40474 Düsseldorf
Germany

Rispedire via fax all'EAFA

+49 (0)211 4796 408

Vi preghiamo di utilizzare questa sezione
per segnalarci eventuali correzioni o
richiedere la vostra copia personale di Infoil



***Vi preghiamo di compilare chiaramente
e in nero il seguente modulo fornendo
tutte le informazioni richieste***

Correzione

Le informazioni riportate non sono
corrette. Pregasi rettificare.

Aggiunta

Vorrei ricevere
Infoil

Titolo (Sig., Sig.ra, Sigg., ecc.) Nome

.....

Cognome

.....

Funzione aziendale

.....

Nome della società / organizzazione

.....

Indirizzo: via / numero / cassetta postale

.....

Località

.....

Provincia e codice postale

.....

Nazione

.....

Tel:

Fax:

.....

E-mail:

.....

Attività della società / organizzazione – (es. produzione di alimenti, catena di vendita al
dettaglio, tabacco, trasformazione di foglio, design, governo, scuola, ricerca, attività mediche)

.....

Lingua preferita

Inglese Francese Tedesco Spagnolo Italiano