

“ Riduci, Riusa, Ripensa il pack: l'esperienza di EcorNaturaSì sul packaging ”



UNIONE EUROPEA
Fondo Europeo Agricolo
per lo Sviluppo Rurale



Regione Emilia-Romagna

L'Europa investe nelle zone rurali

06_06_2023

EcorNaturaSì :

EcorNaturaSì spa società benefit è l'azienda di riferimento nel settore biologico e biodinamico in Italia da oltre 35 anni.

Più che una Azienda, siamo un Organismo composto da

- 300 aziende agricole con cui collaboriamo sul territorio italiano
- 6.000+ ettari dedicati alla produzione dei prodotti a marchio e ortofrutta
- 315 negozi NaturaSì
- 7.000+ punti vendita serviti sul territorio italiano
- 1.292 collaboratori
- oltre 700.000 clienti fidelizzati
- oltre 9.000 prodotti commercializzati certificati biologici



“ Riduci, Riusa, Ripensa il pack: l'esperienza di EcorNaturaSì sul packaging ”



Questo concetto di Azienda Organismo è ben sintetizzato dalla “e” del nostro marchio che unisce sia il “germoglio” che un “cuore”.

Questi simboli portano con sé la forza e la vitalità della nostra missione: guardiamo infatti all'azienda e a tutti gli stakeholders come un **organismo vivente, parte di un ecosistema che deve essere sano, per l'economia, l'ambiente e il sociale.**

Come il cuore regola il flusso sanguigno nell'organismo, portando ossigeno e vita, così il commercio può regolare un'economia sana, dalla produzione al consumo e viceversa.

Il modello di **NaturaSì è un modello circolare.**
Un flusso di relazioni responsabili, virtuose, etiche, rivolte al futuro.



EcorNaturaSì :

Da sempre abbiamo a cuore la tutela del suolo e della sua biodiversità che assicura il rispetto della Natura in tutte le sue forme e ne garantisce la vitalità, con un ritorno sulla qualità dei prodotti che mangiamo e dell'ecosistema in generale.

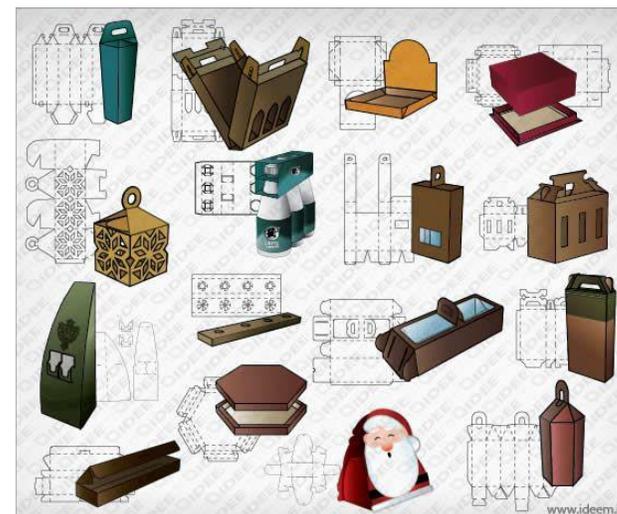
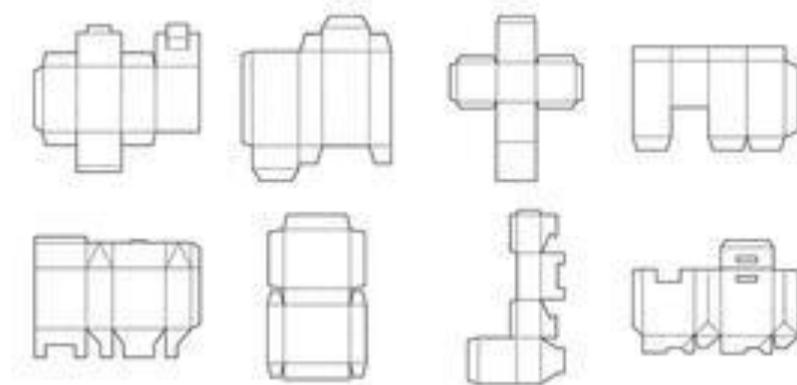


Siamo già da tempo impegnati nella difesa della qualità del biologico e abbiamo da alcuni anni iniziato una riconversione alla **sostenibilità a 360 gradi nella nostra attività**: dal superamento dell'usa e getta, allo sviluppo degli sfusi alimentari, dalla progressiva eliminazione delle bottiglie di plastica al ritorno – su alcuni prodotti – del vuoto a rendere.



1. Approccio al packaging:

Il packaging, per i prodotti a largo consumo è passato da essere semplicisticamente “un mezzo per vendere” un prodotto a essere una componente imprescindibile dello sviluppo del prodotto stesso.



2. Approccio «Classico»:

Come NaturaSì ci siamo interrogati su quale fosse il ruolo e l'approccio più consono, proprio alla luce di questo cambio di paradigma e degli stimoli che sono arrivati dai vari stakeholder.

Abbiamo affrontato il percorso di revisione partendo dal classico approccio R(riduci) R(riusa) R(ricicla) attivando le iniziative dedicate a:

- **consumo consapevole dell'acqua**
- **proposta degli sfusi**
- **sacchetti riutilizzabili**, non solo per la spesa, ma anche **per l'ortofrutta e per il pane**.
- **Retine compostabili per ortofrutta**
- **Progetto Nopla**



3. Sfida:

La vera sfida a come **pensare** il packaging è cominciata con il rebranding dei prodotti a marchio Ecor.

La numerica delle referenze (oltre 600), la varietà di categorie coinvolte (oltre 60), il coinvolgimento delle aziende agricole produttrici (certificazione dell'ecosistema) e altre nostre peculiarità hanno imposto che nel **Prodotto NaturaSì il pack non fosse solo a servizio del prodotto, ma parte integrante dello stesso.**



L'Europa investe nelle zone rurali

3. Sfida:

La Sfida interna che abbiamo affrontato è stata quella di superare un concetto lineare nella gestione del pack (A→B) per un approccio sistemico circolare (A○ B), che tenga conto dei vari input, ma anche delle varie esigenze. Ci siamo posti in un'ottica che consideri il Pack alla stessa stregua degli altri ingredienti che compongono il prodotto.

" immagina che nella lista deli ingredienti compaia il materiale con cui è fatto il pack" sarebbe una rivoluzione!

Daremmo al pack la stessa importanza che diamo alla selezione del grano e alla scelta della ricetta .



4. Sviluppo Evolutivo:

Percorso complesso e articolato, iniziato partendo dall'approfondimento **i percorsi del packaging** a monte e a valle non solo sulla base delle nostre esperienze e risorse interne, ma anche approfondendo con contributi esterni.

Abbiamo creato un team di lavoro interno all'azienda, trasversale tra Acquisti-Ufficio Packaging-Controllo Qualità, supportato da professionisti esterni che seguisse il flusso del Pack all'interno dell'azienda.

Abbiamo esplorato per ogni categoria le possibilità evolutive del pack **creando scenari di sviluppo** che tenessero conto dello stato attuale, di uno scenario con prospettiva a breve e di eventuali evoluzioni a medio/lungo.



5. Implementazione e sviluppi :

Le soluzioni sono state poi calate sul piano operativo coinvolgendo tutti gli attori, dai produttori ai trasformatori fino alla comunicazione al consumatore finale.



Si Essenziali ESSENZIALI
Orzo tostato solubile italiano

Ottimo per preparare una bevanda da gustare in ogni momento della giornata perché naturalmente senza caffeina. Pratico e veloce da usare, da sciogliere in acqua calda, latte o nella bevanda vegetale preferita.

1,98 €
120 g / 16,50 € al kg
Scade il 30/03/2026

[Aggiungi al carrello](#)

Marca Ingredienti Consigli d'uso e conservazione **Caratteristiche del pack**

NaturaSì per l'ambiente

Barattolo in poliaccoppiato con codice C/PAP 84 da conferire nella raccolta Carta. Il tappo salv aroma è in plastica LDPE 4 da conferire nella raccolta Plastica. Il coperchio pelabile interno è in Alluminio ALU 41 da conferire nella raccolta Alluminio.

Componente del pack	Codice materiale	Raccolta differenziata
Barattolo	C/PAP 84 - Carta + Plastica + Alluminio con prevalenza in peso di carta (PAP)	● Carta
Tappo salva aroma	LDPE 4 - Polietilene bassa densità	● Plastica
Coperchio pelabile	ALU 41 - Alluminio	● Alluminio

Spesso rilevando come le soluzioni più innovative lo siano solo per alcuni aspetti o parti del processo di creazione del pack, mancando poi di **“chiudere il cerchio” con un pack realmente sostenibile**



5. AgriCo.Pack



E' stata del tutto conseguenza naturale di questo percorso di «Ri-Pensamento» aderire al progetto AgriCo.Pack.

Arrivando ad inserire il pack tra gli «ingredienti» del prodotto, intervenendo sull'origine, sull'impatto, sulla produzione e sullo sviluppo del Pack .



L'Europa investe nelle zone rurali

“ Riduci, Riusa, Ripensa il pack: l'esperienza di EcorNaturaSì sul packaging ”

5. Ipotesi di sviluppo :

The screenshot shows the EcorNaturaSì website interface. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Accessi' and 'Carrello'. Below the search bar, there are several icons representing different product categories. The main content area features a product image of 'Topinambur in vaschetta' (Jerusalem artichokes in a tray). To the right of the image, the text reads: 'Ecor', 'Topinambur in vaschetta', 'Confezionato in packaging sostenibile: PLA + 20% componenti da recupero di scarti vegetali.' Below the image, there is a price tag 'X,XX €' and a button 'Aggiungi al carrello'. At the bottom of the product page, there are logos for 'I partner' including GRI CO.PACK, OPENTULOS, CIPACK, UNIVERSITÀ DI PARMA, and Centoform. There is also a URL 'http://www.gripack.it/' and an email address 'm.martini@gripack.it'.



Grazie dell'attenzione

