

# COM.PACK

IL BIMESTRALE SULL'ECO-PACKAGING



Un nuovo 'codice'  
anche per l'ambiente

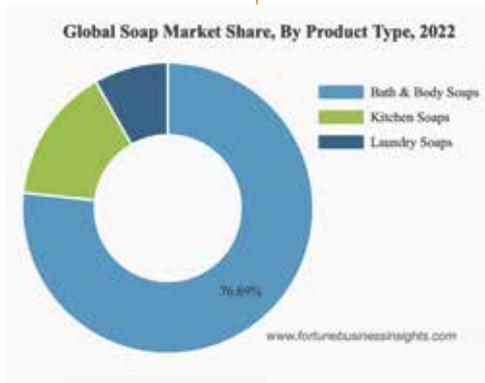
(Focus a pagina 32)

**CARTE DOZIO**

cartedozio.com

# La saponetta si mette l'abito da sera

**La plissettatura esalta il profumo al momento dell'apertura, come un fiore che si schiude; è contorno alla liturgia dell'igiene e della bellezza, e racconta il marchio: Carte Dozio rifornisce saponifici artigianali e grandi griffe della moda e della cosmetica**



**S**econdo la società di ricerche di mercato Fortune Business Insights, si prevede che la crescente domanda di prodotti naturali e artigianali, e l'aumento dell'uso di saponi liquidi, stimoleranno lo sviluppo di un mercato che è stato valutato in

43,31 miliardi di dollari nel 2022; si prevede che aumenterà da 45,58 miliardi di dollari nel 2023 e a 67,18 entro il 2030, mostrando un incremento medio annuo del 5,7%.

Tre quarti del mercato sono riferiti alla detergenza persona, un settore rimasto per lunghi anni appannaggio della forma liquida per motivi di praticità, esperienza d'uso, igiene. Sotto il profilo ambientale, il sapone liquido comporta un carico di emissioni e rifiuti superiore a quelli della forma solida: non serve una LCA comparativa per capirlo, bastano l'elevata componente idrica della forma liquida, le forme cilindriche che non saturano i vettori, l'uso di flaconi multicolori ed economicamente meno interessanti da riciclare rispetto a quelli trasparenti o bianchi, i 3-4 polimeri differenti delle pompe erogatrici e la mancanza di impegno di produttori e distributori nel promuovere le ricariche. La durata è inferiore, a parità di costo, a quella della forma solida.

La motivazione igienica appare debole, in quanto la maggior parte dei consumi avviene in

ambito domestico, nel quale il risciacquo della forma solida elimina tale rischio.

In chiave di sostenibilità di prodotto e di prevenzione dei rifiuti da imballaggio, la forma solida va preferita, mentre quella liquida riservata ad ambienti quali strutture sanitarie, scolastiche, uffici pubblici e privati, insomma in quegli ambienti dove la motivazione igienica del pannello solido può costituire un rischio oggettivo di contaminazione. La questione dei residui sulla superficie dei servizi igienici è un non problema in quanto la consuetudine igienica consiglia di lavarli ogni giorno.

## “DACCI OGGI IL NOSTRO LUSSO QUOTIDIANO”

In assenza di una politica di prevenzione di impatti e rifiuti, tuttavia esiste un fenomeno di riscoperta dell'uso della forma solida che non parte dalla motivazione ambientale, ma sensoriale: quella del sapone solido è una liturgia che sollecita la vista, l'odorato e il tatto in modalità differente rispetto ai flaconi del liquido.

L'apertura dell'astuccio o dell'involucro (apprezzandone forma, colori e materiali) viene seguito dalla sensazione olfattiva che posiziona il sapone solido nell'ambito dei profumi: non a caso molte persone lo usano anche come profumatore nei cassetti della biancheria. Poi, nel caso del sapone solido artigianale, spesso si trasferisce alla pelle un profumo più ricercato e naturale rispetto alle fragranze del prodotto industriale di largo consumo. Diversa è anche la sensazione tattile, che dura più a lungo perché



richiede manipolazione. Questa liturgia conserva il sapore d'altri tempi, di ritmi diversi, di cura di sé non solo fisica: non a caso gli hotel di categoria superiore non propongono ecoricariche fisse da muro né set di sapone liquido in confezioni monodose: la forma liquida non trasmette eleganza, lusso, piacere di vivere, cura di sé, forza del brand, esclusività. Così, il sapone solido diventa anche 'omaggio di cortesia' di grandi marchi del lusso: dà la possibilità di toccare la griffe, mentre la forma liquida no: il contenitore polimerico trasmette banalità, prodotto di massa e di prezzo.

Complice la crescita esponenziale del turismo di massa ma anche d'élite, del piacere delle SPA, degli acquisti di prodotti dei marchi del lusso, il sapone solido conosce nuova vitalità: la conferma arriva dai dati di vendita di Carte Dozio, maison milanese fornitrice di carte speciali personalizzate nei settori food, non food e logistica; fra i settori coperti, c'è anche quello della carta politenata. I suoi clienti sono i principali marchi di alta gamma e i saponifici tradizionali. *"È l'ingrediente per la realizzazione di plissettature – spiega Martina Dozio – quell'effetto tipo 'corolla floreale' che accentua il concetto di fragranza e suggerisce l'apertura. Al centro verrà poi collocata l'etichetta autoadesiva del*

*brand; la rimozione dell'etichetta darà il via all'apertura dell'involucro."*

*"La politenatura è minima, non inficia la riciclabilità della carta – sottolinea Filippo Negrini, responsabile commerciale di Carte Dozio – ma è necessaria per tre motivi: trattiene la fragranza, evita che il grasso del sapone macchi la carta, facilita la formazione dell'involucro sulle apposite macchine automatiche. È improbabile che in futuro avvenga una transizione dai liquidi ai solidi motivata da sensibilità ambientale: e quindi, è improbabile anche la transizione del relativo packaging da polimeri a cellulosa. Ma chi aveva decretato la fine del sapone solido deve ricredersi."*

Anche dal mondo delle macchine automatiche arrivano segnali 'differenti': le aziende che comprano plissettrici sono piccole realtà italiane che esportano saponi artigianali o con caratteristiche uniche, oppure produttori esteri di saponi solidi che riforniscono le grandi griffe internazionali del lusso accessibile. In fondo, i costi pro quota di una carta politenata e della relativa macchina plissettrice sono più che sostenibili nel prezzo finale di un prodotto, il sapone solido, che presenta esternalità negative sull'ambiente meno importanti del sapone liquido. ■

*Complice la crescita esponenziale del turismo di massa ma anche d'élite, del piacere delle SPA, degli acquisti di prodotti dei marchi del lusso, il sapone solido conosce nuova vitalità: la conferma arriva dai dati di vendita di Carte Dozio*