



**Istituto Internazionale di Ricerca**  
Know how to achieve

e



**ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO**  
The ITALIAN INSTITUTE of PACKAGING  
The packaging community



# Packaging nel settore cosmetico

**SICUREZZA  
e QUALITÀ  
dei PRODOTTI**

**NUOVI MATERIALI per  
il CONFEZIONAMENTO**

**TECNOLOGIE  
INNOVATIVE  
di CONSERVAZIONE e  
IMBALLAGGIO**

**IMPATTO AMBIENTALE  
e PACKAGING GREEN**

**PACKAGING come leva  
di MARKETING**

Milano, Hotel Melià | 13-14 dicembre 2011

Un Convegno **unico** e **completo**, che rappresenta:

- › un'utile occasione di **confronto** con i *colleghi* di altre aziende sulle *best practice* realizzate
- › un'opportunità di analisi e dibattito con interlocutori autorevoli che operano nel settore

Potrà ottenere importanti e indispensabili **aggiornamenti** riguardo a:

- › **Evoluzioni normative** e **novità** provenienti dalla ricerca
- › *Valutazioni* per orientare la **scelta** dei materiali per l'imballaggio
- › **Soluzioni** e **tecnologie** utilizzate da fornitori e aziende per garantire la *sicurezza* del prodotto
- › *Scelte operative* da attuare per ottenere un imballaggio **efficiente** ed **ecosostenibile**
- › Packaging e **sostenibilità ambientale**
- › Il valore del *packaging* in chiave **marketing**

Media Partner



si ringrazia

**A.M.D. Electronic**



[www.iir-italy.it](http://www.iir-italy.it) > [info@iir-italy.it](mailto:info@iir-italy.it)

Milano, Ottobre 2011

Egregio Dott., Gentile Dott.ssa,

Il *Packaging* dei prodotti cosmetici è uno degli strumenti fondamentali attraverso il quale il prodotto viene venduto, poiché identifica il **brand** dell'azienda produttrice e rappresenta un'importante leva di **marketing** e di *informazione* per il cliente finale. Il packaging cosmetico tocca il **lato estetico** del consumatore, attira l'attenzione, comunica i valori del brand, stabilisce una connessione. Allo stesso tempo rappresenta un aspetto complesso e per molti versi critico, poiché deve garantire la *qualità* del materiale di contenimento, nonché la **sicurezza** e la **protezione del prodotto**. Il Mercato Cosmetico, inoltre, sfiora anche quello della **salute**, dovendo quindi rispondere alle caratteristiche richieste dal Ministero della Salute e rispettare le indicazioni emanate dagli enti che controllano la veridicità delle comunicazioni.

Ecco perché, in un ambito così complesso, il **convegno** che *Istituto Internazionale di Ricerca* e *Istituto Italiano Imballaggio* organizzano a Milano (13 e 14 Dicembre 2011) rappresenta un'esclusiva opportunità di **confronto** e di **dibattito**, per valutare le *soluzioni* attuabili sia in funzione delle *novità* provenienti dalla ricerca, sia in termini di *best practice* realizzate e di tecnologie utilizzate da fornitori e aziende.

Si tratta infatti di un convegno **unico in Italia**, focalizzato sulle **specificità del mondo dei cosmetici**, dove, grazie al confronto tra Case Study portati dalle principali aziende, Associazioni di Categoria ed Esperti del settore potrà:

- Valutare **risposte concrete** alle problematiche esistenti
- Conoscere come **scegliere** gli imballaggi e i materiali
- Valutare le condizioni della **sostenibilità ambientale** del *packaging*
- Considerare il valore del *packaging* in chiave **marketing**

Si iscriva subito, inviando la scheda di iscrizione via fax al n. 02 83847262 oppure visitando il sito [www.iir-italy.it](http://www.iir-italy.it).

I Relatori del Convegno ed io La aspettiamo a questa imperdibile occasione di confronto.

Cordiali Saluti,



Anna Savi  
Responsabile del Progetto

#### A chi è rivolto il Forum

- Packaging Manager
- Resp. Controllo Qualità
- Resp. Logistica
- Resp. Marketing
- Resp. Legale



# 13 dicembre 2011

## Sicurezza, tecnologie e materiali

Chairman  
**Angelo Montenero**  
*Direttore del Dipartimento di Chimica Generale e  
Inorganica*  
**UNIVERSITÀ DI PARMA**

9.15 *Apertura dei lavori da parte del chairman*

### SICUREZZA e ASPETTI NORMATIVI

9.30  
**Requisiti dei materiali: aspetti legali e  
aggiornamento sulle novità legislative**

- Conoscere il packaging cosmetico e le leggi che lo disciplinano:
  - Che cosa prevedono le disposizioni quadro e come adempiervi
  - Conoscere le disposizioni specifiche per materiale nazionali ed europee > che cosa comportano
- Le regole per l'imballaggio dei prodotti preconfezionati
- Quali controlli in azienda
- I controlli di vigilanza
- Iscrizioni metrologiche
- Le gamme di standardizzazione dei formati nella fase di liberalizzazione

**Francesco Legrenzi**  
*Legale*  
**ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO**

10.15  
**La comunicazione nel settore  
cosmetico: profili legislativi, con  
particolare riguardo ai claim per il  
settore cosmetico**

- Il quadro normativo
- Elementi a cui prestare attenzione
- La pubblicità ingannevole

**Paolina Testa**  
*Avvocato*  
**STUDIO LEGALE ASSOCIATO FTCC**

11.00 *Coffee break*

11.30  
**Conoscere il Regolamento (CE) 1223  
del Parlamento Europeo e del  
Consiglio del 22/12/2009 sui prodotti  
cosmetici**

- Definizione del quadro normativo
- Le Norme di buona fabbricazione per il settore cosmetico: linee guida e DM 328/87

**Luigi Gagliardi**  
*Direttore*  
**ISTITUTO SUPERIORE DI SANITÀ**  
*(Invitato ad intervenire)*

### NUOVI MATERIALI e TECNOLOGIE INNOVATIVE

12.00  
**Sistemi innovativi per la sicurezza e  
l'efficienza nella creazione e gestione  
dell'Artwork: aumentare la qualità e  
ridurre i costi**

- Dalla progettazione all'approvazione finale dell'Artwork
- Produrre Artwork in qualunque lingua in pochi minuti
- I vantaggi di una soluzione Web based condivisa tra i vari player
- Il sistema di proof-reading integrato per garantire la sicurezza dei dati

**CASE STUDY**  
**Estée Lauder: la sfida  
dell'ottimizzazione del packaging  
lungo tutta la supply chain**

**Massimo Caravaggi**  
*Sales & Products Manager*  
**AMD ELECTRONIC**

12.45 *Colazione di lavoro*

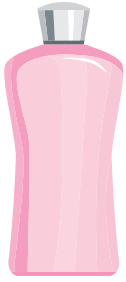
14.15  
**Gli sviluppi della ricerca sul packaging  
presso l'Università degli Studi di  
Parma: suggerimenti per il settore  
cosmetico**

- Il percorso di studi dedicato al packaging presso l'Università degli Studi di Parma
- I progetti di ricerca in corso e i primi risultati
- Obiettivi che il packaging deve soddisfare, tra conservazione ottimale di un prodotto e salvaguardia dell'ambiente
- Come progettare sistemi di packaging che riducono al minimo il volume dei rifiuti e che utilizzino materiali biodegradabili o riciclabili
- Applicazioni tecnologiche innovative: confronto tra materiali tradizionali e nuovi materiali

**Angelo Montenero**  
*Direttore del Dipartimento di Chimica Generale e  
Inorganica*  
**UNIVERSITÀ DI PARMA**

15.00 **CASE STUDY**  
**Gli imballaggi usati nel settore  
cosmetico: quali sono e quali  
utilizzare. Alcune riflessioni**

Eurocosmetic è un'azienda terzista che produce e confeziona prodotti cosmetici (tra i marchi Tantum, Palmolive, Intesa, Malizia, Pasta del



Capitano, Cera di Cupra, Acqua di Parma...) per clienti quali Angelini Colgate Palmolive, Manetti & Roberts, Gruppo Mirato, Farmaceutici Dott. Ciccarelli, Collistar, LVMH solo per citarne alcuni.

- Il Mercato cosmetico in Italia
- I prodotti cosmetici
- Rassegna imballaggi impiegati nella cosmetica:
- Condizioni che l'imballaggio deve soddisfare per garantire:
  - stabilità e conservazione
  - l'erogazione agevole del prodotto
  - la soddisfazione delle esigenze sensoriali, estetiche, normative e di comunicazione
- Requisiti dei materiali
- Le caratteristiche chiave delle materie per imballi cosmetici

**Claudio Stefanelli**  
Purchasing & Packaging Director  
**EUROCOSMETIC**



Chairman **Gian andrea Positano**  
Area Manager, Comunicazione e Centro Studi  
**UNIPRO**

9.15 *Riapertura dei lavori*

9.30  
**L'industria cosmetica italiana: potenzialità e prospettive**

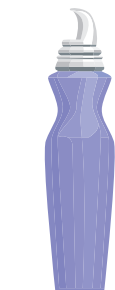
- I valori della produzione
- Import/export
- Il mercato e la sua composizione
- Congiuntura e dinamiche future

*Intervento a cura del Chairman*

10.00  
**Il mondo dei cosmetici nell'attuale contesto di mercato: trend principali e prospettive**

- Uno sguardo al largo consumo: principali trend e key facts
- Il comparto della cosmetica: valori e volume del mercato
- L'andamento dei segmenti
- La dinamica dei prezzi
- L'andamento dei canali nelle aree geografiche
- Le promozioni
- Conclusioni e prospettive

**Camilla Silva**  
Client Service Senior Account Manager  
**SYMPHONYIRI GROUP**



15.45 **CASE STUDY**

**In che modo in Pfizer viene svolta la ricerca sui processi di stampa e sui materiali innovativi per il packaging dei prodotti consumer (farmaci da banco, integratori e cosmetici)**

- Gli studi sulla grafica del pack
- Criteri per l'utilizzo degli inchiostri sul pack di prodotti cosmetici e farmaceutici da banco
- La gestione dell'artwork
- La partnership con l'Ufficio Marketing
- Confronti con il mondo dei farmaci: somiglianze e differenze

**Luca Di Stefano**  
Artwork & Packaging Design  
**WYETH CONSUMER HEALTHCARE - GRUPPO PFIZER**

16.30 *Domande e risposte*

17.15 *Termine dei lavori*

---

## 14 dicembre 2011

# Impatto ambientale, Green Packaging e Marketing

---

10.45 *Coffee break*

**IMPATTO AMBIENTALE e GREEN PACKAGING**

11.15  
**Imballaggi ed ecosostenibilità: il settore cosmetico e l'esperienza CONAI**

- Quadro normativo
- La strategia CONAI per la prevenzione "dalla culla alla culla"
- Pensare Futuro: il progetto CONAI per l'imballaggio ecosostenibile
- Dossier Prevenzione CONAI: esempi di imballaggi virtuosi del settore cosmetico

**Roberto Magnaghi**  
Responsabile Area Tecnica  
**CONAI**

12.00 **CASE STUDY**  
**La sostenibilità ambientale del packaging: marketing o realtà? L'esperienza di Specchiasol Divisione Hair & Skin Care**

Azienda che produce e distribuisce prodotti naturali portando avanti la tradizione erboristica, Specchiasol possiede 3 divisioni: fitoderivati, cosmetici e tricologia, tutti aventi come filo conduttore l'attenzione per gli aspetti

naturali. Ciò si evince anche dagli imballaggi dei prodotti cosmetici, realizzati in maniera il più possibile "ecosostenibile". Di ciò si tratterà nell'intervento che segue, soffermandosi in particolare sugli aspetti comunicativi della sostenibilità ambientale.

- Perché la scelta di un packaging 'ecosostenibile'?
- Come valorizzare la sostenibilità ambientale nella scelta del packaging
- La comunicazione delle attività intraprese per la sostenibilità ambientale: plus di vendita o filosofia aziendale?
- La EPD (Environmental Product Declaration): l'esperienza di Specchiasol

#### **Erika Pozzetti**

*Product Manager Divisione Cosmetica*

**SPECCHIASOL**

12.45 *Colazione di lavoro*

14.15

### **Packaging cosmetico e ambiente: strategie di progettazione e comunicazione**

- Gli obblighi di legge. Prevenire, riutilizzare, riciclare o recuperare l'energia o ottenere compost
- Macro trend: Biodegradabilità, Carbon Foot Print, altri indicatori di impatto ambientale
- Sviluppo di nuovi packaging in base a ciò che è possibile comunicare e facile da percepire

#### **Marco Sachet**

*Direttore*

**ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO**

15.00 **CASE STUDY**

### **Sfida alla creazione di un solare sostenibile: la scelta del packaging**

- Obiettivo degli "Itinerari Cosmetici", Corso di Formazione "ibrido" promosso dalla Sicc
- L'importanza del packaging nella creazione di una linea "sostenibile" di prodotti per la protezione solare
- Le fasi del lavoro del gruppo
- Il progetto:
  - Caratteristiche e pianificazione
  - La sostenibilità, caratteristica non solo ambientale

- Valutazione critica delle scelte operate da alcune importanti case cosmetiche
- Valutazione critica dei diversi materiali di Pack primario (plastica, vetro, alluminio) col metodo del Risk Assessment
- Valutazione critica di confronto fra confezioni monodose e multidose
- Risultati preliminari delle valutazioni

#### **Annarosa Bucci**

*Responsabile Packaging Gruppo di progetto*

*Itinerari Cosmetici*

#### **Elio Mignini**

*Presidente SICC*

**SICC SOCIETÀ ITALIANA DI CHIMICA E SCIENZE COSMETOLOGICHE**

## **PACKAGING E MARKETING**

15.30 **CASE STUDY**

### **Packaging: vantaggio competitivo per il prodotto**

Eurocosmetic è un'azienda terzista che produce e confeziona prodotti cosmetici (tra i marchi Tantum, Palmolive, Borotalco, Intesa, Malizia, Pasta del Capitano, Cera di Cupra, Bilboa, Chicco, Acqua di Parma...) per clienti quali Angelini Colgate Palmolive, Manetti & Roberts, Gruppo Mirato, Farmaceutici Dott. Ciccarelli, Collistar, LVMH solo per citarne alcuni.

- Funzione del packaging:
  - Bisogni del consumatore
  - Aspettative del consumatore nei confronti del packaging
- In che modo e a quali condizioni il packaging, quale primo contatto del consumatore con il prodotto, rappresenta un vantaggio competitivo per l'azienda

#### **Claudio Stefanelli**

*Purchasing & Packaging Director*

**EUROCOSMETIC**

16.15 *Riflessioni finali*

16.45 *Termine del convegno*

## **UN'OPPORTUNITÀ' PER FARSI CONOSCERE**

L'evento è un'occasione unica e fondamentale per i maggiori operatori del settore a livello italiano e internazionale. Il convegno è infatti un'importante vetrina e offre un'ampia visibilità! La manifestazione non è una fiera bensì un punto di incontro raccolto ed esclusivo dove conoscere ed entrare in contatto con clienti e decision maker di alto potenziale. Il connubio perfetto tra la visibilità di una fiera e la professionalità di una conferenza riservata agli addetti ai lavori. Richiedete i dettagli per organizzare insieme:

- un **intervento nell'agenda** della conferenza
- uno **spazio espositivo** in un'area di massimo passaggio
- la distribuzione di **materiale pubblicitario** durante il convegno
- la **sponsorizzazione** di **coffee break** e **colazioni**

**Volete conoscere meglio le speciali opportunità di marketing?**

Info: [lorenzo.sommacampagna@iir-italy.it](mailto:lorenzo.sommacampagna@iir-italy.it) - tel. 02 83847247

# Packaging nel settore cosmetico

Milano, 13-14 dicembre 2011

**QUOTA D'ISCRIZIONE** per partecipante + 21% IVA

**Convegno** (A4673) 1.400 €  
**1.200 € per iscrizioni entro 1 mese** **SAVE 200 €**

## SPECIALE ISCRIZIONI MULTIPLE

**2 persone** 2.400 € + 21% IVA **SAVE 400 €**  
 **3 persone** 3.350 € + 21% IVA **SAVE 850 €**  
 **4 persone** 4.200 € + 21% IVA **SAVE 1.400 €**

È necessario l'invio di una scheda per ogni partecipante della stessa azienda. Offerta non cumulabile con altre promozioni in corso.

La quota d'iscrizione comprende la documentazione didattica, la colazione e i coffee break. Per circostanze imprevedibili, IIR si riserva il diritto di modificare senza preavviso il programma e le modalità didattiche, e/o cambiare i relatori e i docenti. IIR si riserva altresì il diritto di cancellare l'evento nel caso di non raggiungimento del numero minimo di partecipanti, comunicando l'avvenuta cancellazione alla persona segnalata come "contatto per l'iscrizione" via email o via fax entro 5 giorni lavorativi dalla data di inizio dell'evento. In questo caso la responsabilità di IIR si intende limitata al solo rimborso delle quote di iscrizione pervenute.

Le offerte sono valide esclusivamente per i pagamenti pervenuti entro la data di scadenza della promozione.

**Sede dell'evento: Milano, Hotel Melià**

Via Masaccio, 19 - Tel. 02.44406

IIR si riserva la facoltà di operare eventuali cambiamenti di sede.

## Modalità di disdetta

L'eventuale disdetta di partecipazione (o richiesta di trasferimento) all'evento dovrà essere comunicata in forma scritta all'Istituto Internazionale di Ricerca entro e non oltre il **6° giorno lavorativo (compreso il sabato)** precedente la data d'inizio dell'evento. Trascorso tale termine, sarà inevitabile l'addebito dell'intera quota d'iscrizione. Saremo comunque lieti di accettare un Suo collega in sostituzione purché il nominativo venga comunicato via fax almeno un giorno prima della data dell'evento.

## Modalità di pagamento

Il pagamento è richiesto a ricevimento fattura e in ogni caso prima della data di inizio dell'evento. La quota deve essere versata secondo le modalità di seguito indicate. Copia della fattura/contratto di adesione al corso verrà spedita a stretto giro di posta.

Versamento effettuato sul ns. c/c postale n.16834202  
 Assegno bancario - assegno circolare  
 Bonifico bancario: Banca Popolare di Sondrio, Agenzia 10 Milano, C/C 000002805x07, ABI 05696, CAB 01609, CIN Z; IBAN IT29 2056 9601 6090 0000 2805 X07; Swift POS OIT22, intestato a Istituto Internazionale di Ricerca Srl, indicando il codice dell'edizione dell'evento;

Carta di credito:  Eurocard/Mastercard  Visa  CartaSi

N°

Codice di sicurezza CVV\*  Scadenza

Titolare

Firma del titolare

\*Per la maggior parte delle carte di credito, il codice CVV è costituito dagli ultimi tre numeri riportati sul retro della carta sopra la striscia della firma.

## NOVITÀ > FORMAZIONE FINANZIATA

La partecipazione a questa iniziativa è possibile anche utilizzando i **voucher formativi** che i Fondi Interprofessionali mettono a disposizione per finanziare la formazione aziendale. A tale proposito IIR è in grado di supportare le Aziende nell'individuare le fonti di finanziamento e gli aspetti gestionali e amministrativi legati all'utilizzo dei fondi, sia per i corsi e i convegni a catalogo che per i progetti formativi interni all'Azienda.

Per informazioni: tel. 02.83847.624 - voucherformativi@iir-italy.it



# scheda di iscrizione

postatarget  
basic

NAZ/157/2008  
DCOOS3554

Posteitaliane

Priority code: a4673bps

A4673

## 5 MODI PER ISCRIVERSI

TEL.	02.83847.627	FAX	02.83847.262
E-MAIL	iscrizioni@iir-italy.it	WEB	www.iir-italy.it
POSTA	Istituto Internazionale di Ricerca - Via Forcella 3, 20144 Milano		

## Dati del partecipante:

\_\_\_\_\_  
NOME COGNOME

\_\_\_\_\_  
FUNZIONE

\_\_\_\_\_  
INDIRIZZO

\_\_\_\_\_  
CAP CITTÀ PROV.

\_\_\_\_\_  
TEL. CELL.

**Si, desidero ricevere informazioni su altri eventi via** (segnalare preferenza):

FAX

E-MAIL

\_\_\_\_\_  
CONSENSO ALLA PARTECIPAZIONE DATO DA: FUNZIONE

\_\_\_\_\_  
NOME E COGNOME

## Dati dell'Azienda:

\_\_\_\_\_  
RAGIONE SOCIALE

\_\_\_\_\_  
SETTORE MERCEOLOGICO

FATTURATO IN EURO  0-10 Mil  11-25 Mil  26-50 Mil  51-250 Mil  251-500 Mil  +500 Mil

NUMERO DIPENDENTI  1-10  11-50  51-100  101-200  201-500  501-1000  +1000

\_\_\_\_\_  
PARTITA I.V.A.

\_\_\_\_\_  
INDIRIZZO DI FATTURAZIONE

\_\_\_\_\_  
CAP CITTÀ PROV.

\_\_\_\_\_  
TEL. FAX

## TUTELA DATI PERSONALI - INFORMATIVA

Si informa il Partecipante ai sensi del D.Lgs. 196/03: (1) che i propri dati personali riportati sulla scheda di iscrizione ("Dati") saranno trattati in forma automatizzata dall'Istituto Internazionale di Ricerca (I.I.R.) per l'adempimento di ogni onere relativo alla Sua partecipazione alla conferenza, per finalità statistiche e per l'invio di materiale promozionale di I.I.R. I dati raccolti potranno essere comunicati ai partner di I.I.R. e a società del medesimo Gruppo, nell'ambito delle loro attività di comunicazione promozionale; (2) il conferimento dei Dati è facoltativo: in mancanza, tuttavia, non sarà possibile dar corso al servizio. In relazione ai Dati, il Partecipante ha diritto di opporsi al trattamento sopra previsto.

**TITOLARE E RESPONSABILE DEL TRATTAMENTO** è l'Istituto Internazionale di Ricerca, via Forcella 3, Milano nei cui confronti il Partecipante potrà esercitare i diritti di cui al D.Lgs. 196/03 (accesso, correzione, cancellazione, opposizione al trattamento, indicazione delle finalità del trattamento).

Potrà trovare ulteriori informazioni su modalità e finalità del trattamento sul sito: [www.iir-italy.it](http://www.iir-italy.it)

La comunicazione potrà pervenire via: e-mail [variazioni@iir-italy.it](mailto:variazioni@iir-italy.it) - fax 02.83.95.118 - tel. 02.83.847.634

Timbro e firma