



Consultancy and Market Research
Food and Dairy
www.clal.it

Tetra Pak Italiana : l’Azienda e il suo Presidente

Tetra Pak, leader mondiale nel trattamento e confezionamento degli alimenti, esprime con il proprio motto “protegge la bontà” la filosofia aziendale del gruppo svedese, che ha come vision l’impegno a rendere gli alimenti sicuri e disponibili, ovunque.

Presente in più di 165 paesi nel mondo con oltre 20.000 dipendenti, Tetra Pak crede in una leadership (di settore) responsabile, per creare una crescita economica in armonia sia con la sostenibilità ambientale sia con una buona coscienza civile.

Tetra Pak lavora, insieme con i propri fornitori e clienti, alla creazione delle soluzioni di trattamento e confezionamento degli alimenti più idonee ad offrire a milioni di persone in tutto il mondo prodotti convenienti, innovativi e rispettosi dell’ambiente.

Paulo Eduardo Nigro, brasiliano, 46 anni, ricopre la carica di Presidente e C.E.O. della Tetra Pak Italiana SpA. Ha iniziato nel 1991 in Tetra Pak Brasile, inizialmente come responsabile vendite e successivamente, dopo avere assunto diversi incarichi, come Vicepresidente – Divisione Contenitori di Cartone. Nel 1997 é passato a Tetra Pak Canada come Presidente & C.E.O. e, nel 2001, é approdato alla guida di Tetra Pak Italiana.

Intervista all’Ing. Paulo Nigro

Una presentazione

- D.** *Una grande Azienda svedese, diffusa in tutto il mondo, e un Presidente brasiliano: insieme, nella cornice del territorio emiliano. Quale percorso ha condotto entrambi in Emilia, Ingegnere Nigro? Con quali ricadute?*
- R.** La scelta di costruire il sito produttivo a Rubiera (Reggio Emilia), nel cuore della provincia emiliana nota in tutto il mondo per la sua operosità, è stata, a suo tempo, attentamente valutata. Lungo la via Emilia, in particolare tra Modena e Reggio, hanno visto la luce alcuni dei casi aziendali italiani di successo noti in tutto il mondo. Per fare soltanto un nome, Ferrari, con il know-how nel comparto della meccanica che ha ricevuto slancio e ispirazione dalle ‘rosse’.
- In questo territorio ricco di risorse, nel 1965 il Gruppo Tetra Pak ha deciso di investire con l’apertura del primo stabilimento fuori dalla Svezia, una sfida che ha portato a risultati straordinari. La sede di Rubiera, in cui lavorano circa 450 dipendenti, è oggi di fondamentale importanza nel Gruppo per il raggiungimento di nuovi traguardi di innovazione, sviluppo sostenibile e valorizzazione delle risorse umane.
- È inoltre stato motivo di grande orgoglio per noi di Tetra Pak inaugurare l’anno scorso, in occasione del 40esimo anniversario della fondazione dello stabilimento di Rubiera, una nuova area, dedicata agli uffici, che ha ampliato il sito.

La conversazione

- D.** Scorrendo la documentazione che arricchisce il sito di Tetra Pak, viene da pensare che la storia di questa grande Azienda Multinazionale coincida con un **“lungo viaggio intorno ai liquidi”**, iniziato il 18 maggio del 1951, un viaggio fra idee, forme e materiali. Quali sono state le tappe più significative di questo percorso? Oggi, verso quale direzione sta volgendo l’itinerario di Tetra Pak, per posizionarsi vantaggiosamente sui mercati?
- R.** Importante e significativa è stata nel tempo l’evoluzione dei contenitori Tetra Pak, dalla forma al design, passando per l’innovazione costante. All’origine di tutto c’è il concetto di essenzialità e funzionalità del contenitore, costituito prevalentemente da carta, che *“fa risparmiare più di quanto costa”*. Questa era la filosofia dello svedese Ruben Rausing, che nel 1951 inventò il primo contenitore Tetra Pak.
- La storia di Tetra Pak inizia con il classico “tetraedro” (**Tetra Classic™**), che ha dato il nome all’azienda, evolutosi, subito dopo, nel contenitore a forma di parallelepipedo chiamato **Tetra Brik™**.
- Nel 1961 Tetra Pak crea il primo contenitore asettico ed il sistema UHT, che ha avviato un grande cambiamento nel modo di trasportare, acquistare e consumare il latte. Nasce il **Tetra Brik Aseptic**, la cui forma è ancora il parallelepipedo. Oggi questo sistema si è evoluto in varie configurazioni e formati, come quello a base quadrata (Tetra Brik Aseptic Square) o a forma di prisma (Tetra Prisma Aseptic), tutto per rispondere alle esigenze dei consumatori. Inoltre, per i prodotti freschi, è arrivato il **Tetra Top™**, una vera e propria bottiglia di cartone con tappo richiudibile, che racchiude il meglio tra la bottiglia di plastica e la confezione in cartone.
- La grande novità recente è il **Tetra Recart™**, il primo contenitore Tetra Pak per prodotti solidi umidi: zuppe, sughi, legumi... Leggero da trasportare, è sicuro da utilizzare poichè infrangibile e privo di parti taglienti e, come tutte le nostre confezioni, è riciclabile.
- Infine, in occasione di ANUGA FOODTEC 2006, fiera mondiale di Colonia sulle tecnologie alimentari, abbiamo presentato la nuovissima confezione **Tetra Aptiva Aseptic™**, la prima bottiglia asettica di cartone al mondo. Tale confezione combina i vantaggi, in termini di gusto e valore nutrizionale, del confezionamento asettico in cartone con l’appeal delle bottiglie in plastica. Per non parlare poi dell’investimento: questo sistema costerà molto meno di quello per le bottiglie di plastica asettiche.
- L’evoluzione dei contenitori Tetra Pak è influenzata anche dal “fattore ambientale”: si parla infatti di *design for environment* nella progettazione dei nostri imballaggi. Per esempio la maggior parte dei nostri contenitori hanno forme che permettono l’ottimizzazione nel trasporto e nello stoccaggio, minimizzando gli spazi inutilizzati; negli ultimi 20 anni il peso dei nostri imballaggi si è ridotto del 20%.
- D.** Ogni viaggio si propone un obiettivo e in questa prospettiva si organizza. Ci pare che uno degli obiettivi fondamentali di Tetra Pak, nell’ideazione dei sistemi di imballaggio e trattamento, sia realizzare un concetto diffuso di **“protezione”**. “Proteggere” è parola ‘materna’: significa prendersi cura e, insieme, far durare pensando al futuro, custodire e mantenere intatto un bene. Vuole spiegare come Tetra Pak intende il valore della protezione e in quali direzioni l’orienta?
- R.** Il tema della protezione è il *fil rouge* di tutta la nostra attività. Sono stato uno degli ideatori del motto mondiale di Tetra Pak, **“Protegge la bontà”**, perché credo che sia questo il valore



fondamentale del nostro lavoro che, come recita la nostra vision, è "rendere gli alimenti sicuri e disponibili, ovunque".

Proprio per questo motivo il concetto di "protezione" nel nostro motto fa riferimento a tutta la filiera. Infatti "Protegge la bontà" significa non solo proteggere l'alimento dall'ossigeno, dall'aria, dalla luce e da qualsiasi possibile agente esterno, per mantenerlo integro fino al consumo, ma anche proteggere il consumatore, rendendo disponibili gli alimenti in confezioni eco-compatibili facili da aprire, da trasportare e da conservare. Inoltre il motto fa riferimento anche alla protezione dei clienti e dei loro marchi.

Proteggere la bontà significa anche tutelare le foreste, l'ambiente e la società. Tetra Pak infatti da sempre implementa una strategia ambientale volta allo sviluppo sostenibile, con l'obiettivo di minimizzare l'impatto che il ciclo di vita del prodotto ha sull'ambiente.

Obiettivi importanti in questo campo sono già stati raggiunti: nel 2005 oltre 45.900 tonnellate di cartoni per bevande post consumo, il 44.9% dell'immesso sul mercato, sono state recuperate in Italia. Tali risultati sono il frutto della collaborazione tra Tetra Pak e Comieco, che, grazie ad un Protocollo d'Intesa siglato a giugno 2003, stanno estendendo la raccolta differenziata del cartone per bevande su tutto il territorio nazionale. Solo alcuni esempi: Roma, Milano, Firenze, Trieste, Napoli, Torino, Reggio Emilia, Modena,

Ad oggi 12 milioni di cittadini possono godere di questo servizio di raccolta.

Il Protocollo permetterà di incrementare sempre più la quantità di materiale sottratto alla discarica e avviato a riciclo. Dal contenitore Tetra Pak, infatti, sono recuperate al 100% le sue tre componenti: carta, polietilene e alluminio diventano nuova carta **Cartalatte™**, **Cartafrutta™** e **nuovo materiale plastico, EcoAllene®**.

Inoltre gli stabilimenti di produzione sono certificati per la qualità (ISO 9001), per l'ambiente (ISO 14000) e per l'igiene (Brc/Iop); il consumo di energia si è ridotto di ben oltre il 15% dal 2002 al 2005 e siamo impegnati a ridurlo di un ulteriore 9% entro il 2008 !!

Come notizia di prima mano, ho il piacere di informare che Tetra Pak e il WWF Svedese hanno siglato un accordo triennale per una cooperazione globale nel campo della riforestazione e dei cambiamenti climatici. Questo dimostra come la preservazione delle risorse naturali sia parte caratterizzante del DNA della nostra azienda.

D. *Come Tetra Pak realizza concretamente il concetto di sicurezza, in particolar modo nel settore lattiero - caseario?*

R. I nostri contenitori sono costituiti da carta (75%), polietilene (20%) e alluminio (5%).

Sono opachi e, pertanto, proteggono l'alimento dalla luce, contrariamente agli imballaggi trasparenti che ne subiscono l'azione negativa. È infatti risaputo che la luce riduce e danneggia le caratteristiche organolettiche degli alimenti, in particolar modo impoverisce il contenuto vitaminico. Non siamo noi ad affermarlo: sono i numerosi studi fatti in Italia e in altri paesi. Riduce, inoltre, anche le vitamine che contrastano i radicali liberi, accusati oggi di essere la causa principale del precoce invecchiamento cellulare.

Sul fronte dell'ambiente, svariate analisi di LCA (Life Cycle Assessment) condotte dall'Università di Padova hanno confrontato gli impatti ambientali lungo tutto il ciclo di vita dei nostri contenitori (Tetra Top per i prodotti freschi e Tetra Prisma Aseptic per i prodotti a lunga conservazione) con quelli delle bottiglie in plastica (PET e HDPE). Tali analisi hanno



Consultancy and Market Research
Food and Dairy
www.clal.it

dimostrato che i nostri contenitori sono più eco-compatibili: minor impiego energetico e minor contribuzione a fenomeni quali acidificazione delle piogge ed effetto serra.

Un aspetto che ritengo fondamentale per i nostri clienti é quello della affidabilità. Da più di 40 anni noi abbiamo una produzione locale che offre ai nostri clienti una copertura sul territorio nazionale e che ha sviluppato una qualità all'avanguardia. Siamo l'unica azienda al mondo in grado di offrire sistemi integrati/chiavi in mano e contemporaneamente confezioni, macchine per il confezionamento, processi integrati di trasformazione per l'industria alimentare e tecnologie per l'intero percorso del trattamento e confezionamento degli alimenti. Inoltre, il nostro servizio di assistenza tecnica ha sede in Italia, diversamente della maggioranza di nostri concorrenti che servono i clienti da altri paesi.

- D.** *Chi protegge ispira fiducia ed eredita la responsabilità di conservarla e di alimentarla, sia nei momenti facili sia nei momenti critici. In che modo una grande Azienda come Tetra Pak coltiva la fiducia dei Clienti che le si rivolgono?*
- R.** E' proprio sulla correttezza della comunicazione, verso tutto il nostro pubblico di riferimento, che abbiamo puntato, nella gestione dell'episodio legato all'ITX. Ci siamo rivolti *in primis* ai nostri clienti, non appena abbiamo ricevuto notizia delle analisi in corso, informandoli sulle azioni di Tetra Pak, sugli incontri con la Direzione Salute della Commissione Europea e sulle decisioni assunte. Inoltre abbiamo anche organizzato incontri ad hoc con alcuni clienti. Successivamente, Tetra Pak ha incontrato e informato dei propri provvedimenti anche le Associazioni dei Consumatori e il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, dando la massima disponibilità alle autorità sanitarie ed alla comunità scientifica per ogni richiesta e indagine necessaria.

Considerando che la tecnologia di stampa Offset UV riguardava il 3% dei volumi totali da noi prodotti, abbiamo provveduto a sostituirla subito per i contenitori di alimenti per bambini ed entro il 30 novembre 2005 per tutti gli altri prodotti.

Tetra Pak ha diffuso tempestivamente ai media note stampa relative agli sviluppi della vicenda, soprattutto laddove si dava notizia di informazioni false, come quelle delle analisi dell'editore Altroconsumo, che si sono rivelate errate per stessa ammissione della fonte. L'obiettivo dell'azienda è stato quello di evitare un allargamento del panico mediatico e le strumentalizzazioni. Va detto, infatti, che la tecnologia di stampa Offset Uv, che prevede l'utilizzo del fissatore ITX, è largamente in uso nell'industria degli imballaggi alimentari da molti anni. Il caso ITX fa scuola, ha colpito tutta l'industria dell'imballaggio, a livello mondiale, e ci obbliga a riflettere e a prendere dei provvedimenti.

Proprio per questo, sin dall'inizio del 2006, Tetra Pak ha incrementato ulteriormente l'investimento in ricerca e qualità, al fine di azzerare il rischio e assicurare che eventi di tal genere mai più possano cogliere l'azienda di sorpresa. A tal fine ha programmato l'avvio di collaborazioni con alcune Università. L'obiettivo è di monitorare e garantire al 100% tutta la catena produttiva con la volontà di estendere tali attività dalle materie prime fino al trattamento dell'imballaggio presso i clienti e alla successiva distribuzione, passando per le fasi di produzione dell'imballaggio stesso. In sostanza ci concentreremo e monitoreremo costantemente tutto il processo, dalle materie prime alla produzione, fino alla distribuzione per il consumo finale. Vi posso confermare, senza ombra di dubbio, che questo passo rappresenterà la vera ed

esclusiva innovazione nella ricerca sui fenomeni fisico - chimici nell'industria del packaging a livello mondiale.

D. *Stare al passo con un mondo in trasformazione chiede ad una grande Azienda di ampliare continuamente conoscenze e competenze, per tradurre l'intelligenza in costruzione di soluzioni: tutto questo aggiunge valore ad un prodotto e comporta costi. Si può investire nella ricerca, nella formazione del personale, nell'indagine tecnologico-scientifica e riuscire, allo stesso tempo, ad essere competitivi sul mercato?*

R. La competitività per Tetra Pak spazia dalla ricerca sulla performance dei materiali all'individuazione di soluzioni per sistemi di trattamento e confezionamento sempre più all'avanguardia, in grado di rispondere alle esigenze dei nostri clienti. In questo contesto, per vincere le sfide di un mercato sempre più competitivo, Tetra Pak ha scelto la strada dell'innovazione. Del resto il Gruppo è tra i maggiori investitori mondiali in R&D con un investimento pari al 4% sul fatturato totale.

Innovazione significa progettazione di packaging sempre più funzionali, appealing e rispettosi dell'ambiente, applicando le ultime tecnologie ai propri impianti di produzione. Ma non solo; l'innovazione si traduce anche in attivazione di iniziative rilevanti a livello sociale: progetti ambientali, partnership con Organizzazioni Non Governative, come l'International Osteoporosis Foundation, per combattere l'osteoporosi, e percorsi di educazione alimentare e ambientale nelle Scuole e presso la Grande Distribuzione.

Tra le attività di R&D, Tetra Pak da sempre dedica un ruolo fondamentale alla formazione del personale. Una prima linea formativa, tuttora in atto, è destinata allo sviluppo delle competenze manageriali dei dirigenti, attraverso il progetto AGORA`, che ha come obiettivo lo sviluppo di un modello di leadership in linea con i cambiamenti socio-culturali presenti in azienda.

Un altro ambito della formazione è mirato ad aumentare la consapevolezza del potenziale derivante dalla "diversità". Tetra Pak ha lanciato lo scorso anno l'iniziativa SWIM ("Substaining Women in Management") per favorire lo sviluppo di una cultura che valorizzi il ruolo femminile in azienda. Con questo progetto, tutte le dipendenti di Tetra Pak nel mondo possono condividere in una intranet a loro dedicata esperienze, opportunità di formazione e di crescita.

Sempre in tema di diversità, quest'anno Tetra Pak ha promosso il progetto formativo chiamato "Fotografiamo la realtà", un progetto che focalizza il modo in cui può essere interpretato e risolto un problema partendo da punti di vista e sensibilità diversi.

Per quanto riguarda la formazione tradizionale, da alcuni anni Tetra Pak ha attivato il progetto "World Class Manufacturing", che ha come scopo quello di lavorare in modo più efficiente grazie ad una migliore conoscenza dei processi e l'acquisizione di diverse competenze. Alla base del progetto c'è una precisa linea formativa: una volta definiti gli obiettivi di business, ci chiediamo quali sono le competenze mancanti per raggiungerli.

Per tutti i progetti di formazione, Tetra Pak utilizza dallo scorso anno un sistema sofisticato chiamato "eHR", in cui tutto il processo formativo viene gestito direttamente dai manager e dai collaboratori.