

STAMPANTI INTELLIGENTI ED ETICHETTE SOLVIBILI IN ACQUA PER FAVORIRE LA SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE ALIMENTARE E NEL PACKAGING

L'analisi di materialità condotta da SATO ha definito le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il business dell'azienda e per i suoi stakeholder

Milano, 15 novembre 2022

Investire nello sviluppo sostenibile è una priorità e tutti devono partecipare: le imprese, che devono produrre beni che rispettino l'ambiente, e i consumatori finali, che devono contribuire con le loro abitudini e i loro comportamenti, a ridurre gli sprechi. La sfida è comunque riuscire a trasformare l'impegno verso la sostenibilità in azioni concrete che ne favoriscano lo sviluppo.

SATO, multinazionale giapponese che fornisce soluzioni per l'identificazione automatica e per la tracciabilità dei prodotti, ne è consapevole. Ha quindi avviato un'analisi interna con l'obiettivo di identificare soluzioni concrete da proporre ai partner e ai clienti finali interessati a valorizzare gli aspetti di sostenibilità.

L'analisi svolta ha messo in luce due temi fondamentali sui quali l'offerta SATO può supportare concretamente le aziende:

- la riduzione dello spreco del cibo, grazie a stampanti intelligenti che garantiscono un processo di tracciamento automatico per dare nuova vita ai cibi in scadenza
- il riciclo del package, grazie a etichette dissolvibili in acqua che permettono il recupero delle confezioni attraverso la raccolta differenziata

Lo spreco alimentare è un tema che richiede grande attenzione: nel 2020, il primo anno della pandemia, nell'UE sono stati generati circa 127 chilogrammi di rifiuti alimentari per abitante. Di questi il 55 % è stato generato in ambito familiare, il restante 45% proviene dalla fascia alta della catena di approvvigionamento alimentare (*). L'inserimento sul mercato dei cibi in scadenza, processo già attivo con procedure manuali, può contribuire a ridurre gli sprechi, ma è necessario gestirlo in modo automatico e senza perdere i dati di tracciabilità. Le stampanti intelligenti SATO, grazie alla piattaforma software AEP, possono essere inserite nel processo produttivo aziendale memorizzando tutti i dati identificativi degli alimenti, inclusi quelli relativi alla data entro cui devono essere consumati. È quindi possibile stampare automaticamente le etichette dei prodotti in scadenza mantenendo tutte le informazioni relative al ciclo di trasformazione del prodotto.

Per quanto riguarda il riciclo dei package è opportuno ricordare che la maggior parte delle etichette oggi in uso sono difficilmente rimovibili dalle confezioni e di fatto costringono a smaltire involucri nei rifiuti indifferenziati. Le etichette linerless e wash&dry SATO, invece, si dissolvono in acqua garantendo la possibilità di avviare le confezioni verso il riciclo. Si tratta di etichette sensibili alla pressione progettate senza nastro di supporto, quindi prive di materiale da smaltire se non un piccolo anello centrale alla bobina che SATO stessa si occupa di ritirare e riciclare.

Le due applicazioni proposte si inseriscono nella “matrice di materialità” definita da SATO nel corso dell’analisi condotta dall’headquarter. Si tratta di uno strumento prezioso che dà concretezza e misurabilità a tutte le iniziative attraverso cui un’azienda si impegna a essere sostenibile in termini economici, ambientali e sociali. I progetti legati alla riduzione agli sprechi alimentari e al riciclo rientrano infatti nei concetti di miglioramento della produttività delle aziende e di sviluppo di prodotti ecologici che sono parte integrante della strategia SATO.

“La missione di SATO è *contribuire a un mondo migliore e più sostenibile*, per questo motivo la sostenibilità è sempre stata parte integrante della nostra attività. Identificare progetti concreti nei quali le nostre soluzioni possono avere un contributo per ridurre l’impronta di carbonio delle aziende produttive è molto importante e aiuta a rendere tangibile il nostro impegno a favore dell’ambiente.”, afferma Domenico Cianferri , General Manager di SATO Italia “Abbiamo già clienti attivi sul territorio nazionale che utilizzano i nostri prodotti e le nostre soluzioni in questo tipo di progetti”.

(*) fonte “ *first EU monitoring of food waste* pubblicato da Eurostat ottobre 2022

[SATO](https://www.sato-global.com/) <https://www.sato-global.com/>

SATO, multinazionale giapponese quotata pubblicamente nella prima sezione della Borsa di Tokyo, è sempre stata una pioniera nel mondo della marcatura: nel 1962 produceva la prima etichettatrice manuale al mondo, nel 1981 la prima stampante termica e nel 2003 la prima stampante basata sulla tecnologia RFID. Negli anni si è specializzata nell’etichettatura e produce stampanti ad alte prestazioni ampiamente riconosciute per essere ai vertici del mercato e offre soluzioni combinate hardware/software studiate su misura e sempre al passo con i più recenti requisiti tecnici e ambientali. Grazie ad una perfetta integrazione tra hardware, software e consumabili SATO è in grado di connettere persone, prodotti e informazioni al mondo dell’IoT. Con più di 80 anni di esperienza e una forza lavoro globale di oltre di 5.400 persone in 26 paesi l’azienda ha chiuso il 31 marzo 2022 con ricavi pari a 124,783 milioni di Yen giapponesi (956 milioni di euro, tasso di cambio medio 1 euro = 130,54 JPY). In Italia è presente dal 2019. I prodotti SATO sono utilizzati con successo nei settori alimentare, manifatturiero, sanitario oltre che nella GDO, nell’HO.RE.CA e nella logistica.

[SATO in Italia](https://www.satoeurope.com/it/) <https://www.satoeurope.com/it/>

Nel 2019 la multinazionale, nonostante il brand fosse presente in Italia dal 2006, decide di investire maggiormente sul territorio nazionale trasformando l’ufficio di rappresentanza in provincia di Como in una vera e propria filiale nazionale. La strategia si focalizza da subito sui servizi post-vendita per i partner con supporto tecnico gratuito, corsi di formazione in lingua italiana e interventi di riparazione effettuati sul territorio nazionale in tempi brevi. Nel 2022 inizia la fase di consolidamento grazie all’ampliamento del team italiano con figure dedicate al supporto prevendita e all’apertura di una nuova sede a Bologna.