

PLASTICNORD

www.plasticnord.com

Oggi che l'ambiente è divenuto per le imprese un fattore di competitività, di ricerca e innovazione, difficilmente si buttano le cose, specie quando si tratta di plastica. Per capirlo è consigliata una visita alla Plastic Nord, azienda del padovano, che con l'eco-design ha alimentato il proprio successo. È una vocazione che va di pari passo con l'impegno dell'azienda nell'educazione ambientale. Il numero di studenti – circa 500 – che visitano ogni anno la fabbrica e i suoi impianti parla chiaro. Ne parliamo con Giovanni Giantin presidente della società. Siete una realtà leader nel mercato nazionale con 1 milione di cassette prodotte al mese, quali sono state le chiavi del vostro successo?

«Come azienda Plastic Nord si caratterizza fin dalla sua nascita per la precisa volontà di anticipare il mercato e di essere un passo avanti rispetto alla concorrenza. Questa attitudine ci ha premiati in passato e condotti ad assumere una posizione di leadership in questo mercato. Una chiave di successo è stata senz'altro la scelta di investire in alti standard produttivi e qualità. Siamo certificati BS OHSAS 18001:2007, una certificazione che si somma ad altre già ottenute (ISO 9001:2008 e autorizzazione all'uso del logo per Ortofrutta) e che qualificano ulteriormente il nostro sistema di gestione aziendale. Un'altra scelta di valore è quella di collaborare con strutture e istituzioni deputate alla ricerca. Con il Parco Scientifico Galileo di Padova abbiamo studiato nuove soluzioni di prodotto sia dal punto di vista funzionale che estetico. Anche con l'Università di Padova stiamo sviluppando metodi e forme per rispondere sempre meglio alle esigenze di agricoltori, di cooperative, di commercianti e al nostro avvenire».

Parliamo del prodotto selezionato per Made In Padova...

«Il nome della cassetta dice molto sulla storia e sui valori alla base del prodotto. L'abbiamo chiamata cassetta Amica dell'Ambiente perché è prodotta con materiale riciclato ottenuto dalla lavorazione dei tappi in plastica che raccogliamo con il progetto "Amico dell'Ambiente". È un'iniziativa che coinvolge scuole e associazioni. Accanto all'obiettivo di informare e sensibilizzare i cittadini sui temi del recupero della plastica, le associazioni e le scuole possono autofinanziarsi grazie alla raccolta dei tappi che noi paghiamo a peso».

A Plastic Nord si riconosce il merito di avere sviluppato con flessibilità e intelligenza prodotti sempre nuovi e attenti all'umore e alle esigenze del mercato. Ci può raccontare qualche episodio?

«Plastic Nord nasce alla fine degli anni Novanta e dimostra subito questa sua capacità di interpretare i bisogni del mercato proponendo un prodotto personalizzabile. Questa opportunità fu ben accolta dagli operatori che cercavano una visibilità maggiore nel proprio prodotto. Un altro esempio, più recente, è quello di aver realizzato una linea specifica adeguata per contenere e trasportare i meloni. È un risultato che arriva dopo due anni di studio per perfezionare lo stampo e verificare le prestazioni della nuova cassetta. È un lavoro per nulla banale e che pochi fanno. Oggi però noi abbiamo un prodotto adeguato alla tipologia merceologica e che consente, rispetto al passato, di impilare più cassette insieme e di avere pertanto un vantaggio logistico. In altre occasioni, per esempio con la linea Natura, abbiamo lavorato sempre sul design per semplificare le lavorazioni, per essere più veloci riuscendo a dare lo stesso prodotto a costi contenuti».

L'impegno di Plastic Nord per il miglioramento delle prestazioni ambientali dei prodotti non si misura in chiacchiere ma con investimenti continui.

«È giusto ricordare che la Plastic Nord fa parte del gruppo Imball Nord, di cui sono presidente, e che svolge la filiera completa della plastica, dalla raccolta, al riciclo, alla ri-produzione. L'imballaggio che viene immesso sul mercato è prima recuperato, poi macinato e stampato. Quindi non si butta via nulla. La storia di Plastic Nord è una testimonianza di continue innovazioni sia di prodotto che di processo per ridurre l'impatto delle nostre attività sull'ambiente. Per esempio da 15 anni siamo costantemente attenti al risparmio delle materie prime. In collaborazione con l'Università di Padova abbiamo studiato una serie di stampi per diminuire gli spessori del prodotto e ridurre di conseguenza i consumi di materie prime, senza alterare la portata delle cassette e le necessità tecniche del cliente. Il risultato è che riusciamo ad avere degli imballaggi che pesano il 10% in meno.

Non solo, il sistema di incastro delle cassette ha consentito di aumentare da 4040 a 7400 il numero di cassette che possono essere caricate in un camion. Questo significa risparmiare sui trasporti, ridurre l'inquinamento e diminuire il traffico. Plastic Nord, infine, è attenta anche al risparmio energetico e per questo abbiamo cambiato spesso le nostre macchine. Le prime consumavano circa 114 KW/h, le seconde 90 KW/h e oggi ne abbiamo da 42KW/h. È un risparmio significativo che ha ridotto i costi operativi ma anche il nostro impatto ambientale».

Nowadays, as the environment has become an issue for business companies in terms of competition, research and innovation, things are not easily disposed of, especially when made of plastic. In order to fully understand this, one should visit Plastic Nord, a company in the Padua area that has fuelled its success with eco-design. A mission that goes hand in hand with the company's commitment in environmental education, as is clearly shown by the number of students that each year visit the factory and its plants, which equals 500 approximately. We speak about this with Giovanni Giantin, the chairman of the company. With a monthly production of one million crates you are leading the national market, what are the keys to your success?

«From the very beginning Plastic Nord has profiled itself as a company with a precise determination to anticipate the market trends and stay one step ahead of its competition. This attitude has been rewarding in the past, and has brought us to a occupy a leading position in this market. One of the keys to our success has undoubtedly been our choice to invest in high standards for production and quality. We have been certified BS OHSAS 18001:2007, a certification that adds up to others that were previously obtained such as ISO 9001:2008 and the authorization for the use of the Fruit & Vegetables Label, which further qualify our company's management system. Another valuable choice has been that of collaborating with research institutions and institutes. Together with the 'Galileo Science and Technology Park of Padua', we have studied new productive solutions, both in functional and aesthetical terms. With the university of Padua we are also developing methods and ways to respond more adequately to the requirements of farmers, cooperatives, wholesalers and of our own future».

Let's talk about the product chosen for the Made in Padova award...

«The name of the crate tells a lot about its history and about the values that are at its foundation. We have named the crate 'Amico dell'Ambiente', ('Friend of the Environment'), because it is produced using the recycled waste materials of the plastic bottle caps that we gather with the 'Amico dell'Ambiente' project, which involves schools and associations. Apart from informing and raising awareness among the population regarding the issue of the recovery of plastic waste, this project at the same time helps schools and associations to finance themselves with the collection of bottle caps, which we pay by weight».

We must credit Plastic Nord for developing flexible and intelligent new products, attentive to the

moods and needs of the market. Tell us more?

«Plastic Nord starts at the end of the nineties and immediately proves its ability to respond to the market needs offering a customizable product. This proposal was well accepted by the market operators that were looking for a greater visibility of their product. Another more recent example is a specific product line we have developed that is especially suited to contain and carry melons. That is the result of two years of study, in order to perfect the mould and verify the performance of the new crate. This is by no means a trivial job, which only few people do. Today however we have a product that is very well suited to its commodities sector and, compared to the past, allows for the stacking and piling up of more crates, thus offering a logistic advantage. Also in other occasions, for example with the 'Natura' line, we have worked on the design in order to simplify production, to be able to reduce production times and offer the same product at lower prices».

The commitment of Plastic Nord to improve its environmental performance cannot be measured in words but rather in continuous investments.

«It would be correct to remember that Plastic Nord is part of the Imball Nord group, of which I am the chairman, and which performs the entire production cycle of plastic, from its collection and its recycling, to its re-production. Crates that are put on the market are first recollected, than ground and moulded. Nothing is wasted. The history of Plastic Nord is a testimony of continuous innovations, both of the product and of its processing, in order to reduce the impact of our activities on the environment. For instance, since 15 years we have constantly been attentive to economize on our raw materials. In collaboration with the university of Padua we have developed a number of moulds which allow to diminish the thickness of the product, thus reducing our consumption of raw materials, yet without affecting the payload of the crates and the technical requirements of the customer. The result is that we have been able to obtain crates that weigh 10% less. And not only, their locking system allows to increase the number of crates that can be loaded on a single truck from 4040 to 7400. This means saving on transport costs, and reduction of pollution and traffic. And finally, Plastic Nord is also attentive to energy saving and for this reason we have often updated our machinery. Our first machines used about 114 KW/h, the next ones 90 KW/h, and now we are at 42 KW/h. This is a significant saving which has allowed for the reduction of not only our operating costs but of our environmental impact as well».





CON UN MILIONE DI CASSETTE PRODOTTE AL MESE, PLASTIC NORD OCCUPA UNA POSIZIONE DI LEADERSHIP NEL MERCATO NAZIONALE. L'AZIENDA GUIDATA DA GIOVANNI GIANTIN, NELLA FOTO IN GRANDE, HA FATTO DELLA QUALITÀ E DEGLI ELEVATI STANDARD PRODUTTIVI LA RAGIONE DEL SUO SUCCESSO.

WITH A MONTHLY PRODUCTION OF OVER A MILLION OF CRATES, PLASTIC NORD OCCUPIES A LEADING POSITION ON THE NATIONAL MARKET. UNDER THE LEADERSHIP OF GIOVANNI GIANTIN, PORTRAYED IN THE LARGE PICTURE, THE COMPANY HAS TRANSFORMED THE HIGH QUALITY STANDARDS OF ITS PRODUCTION INTO THE REASON OF ITS SUCCESS.

