

L'architettura della sostenibilità:  
il cartone ondulato asset strategico

speciale

cartone  
ondulato

# DAL CARTONE AL BRAND

Massimiliano Luce

*Quando la scatola smette di essere un costo e diventa un "brand ambassador". Ecco come Botta EcoPackaging ridefinisce i confini del settore*

Nel manifatturiero italiano, il cartone ondulato continua a rappresentare una delle infrastrutture industriali più rilevanti. Nel 2023 le aziende italiane hanno consegnato circa 7,68 miliardi di metri quadrati di cartone ondulato, pari a oltre 4 milioni di tonnellate di materiale, confermando la centralità della filiera nonostante un fisiologico rallentamento rispetto ai picchi post-pandemia (EUWID, 2024). Parallelamente, l'espansione dell'e-commerce sta ridefinendo radicalmente il ruolo del packaging. In Italia, il valore degli acquisti online supera i 62 miliardi di euro nel 2025, con oltre 35 milioni di consumatori digitali (Netcomm - Politecnico di Milano, 2025). In questo contesto, l'imballaggio non è più soltanto un dispositivo di protezione: diventa interfaccia fisica tra brand e cliente. Il momento dell'unboxing si è trasformato in un

touchpoint di marketing: la scatola comunica qualità, valori e identità prima ancora che il prodotto venga aperto. È,

a tutti gli effetti, parte integrante del prodotto stesso. In questo scenario, **Botta EcoPackaging** [www.botta.it](http://www.botta.it) ha saputo anticipare il cambiamento, non limitandosi a produrre scatole, ma ingegnerizzando soluzioni che proteggono tanto il prodotto quanto la reputazione dei brand.

## CIRCULARITY BY DESIGN: PROGETTARE PARTENDO DALLA FINE

È in questo scenario che si colloca la divisione EcoPackaging, nata nel 2018 all'interno di Botta EcoPackaging. La differenza non risiede tanto nel materiale quanto nell'approccio progettuale. Il principio guida è quello della circularity by design: progettare l'imballaggio partendo dal fine vita e lavorare a ritroso lungo l'intero ciclo. Prima di disegnare una soluzione di packaging, Botta EcoPackaging si chiede cosa ne accadrà dopo l'apertura, chi la raccoglierà, come verrà selezionata, se è compatibile con i flussi di riciclo effettivamente disponibili nel mercato di destinazione. Solo a partire da quella risposta si prendono decisioni su materiali, strutture e grammature. Questo approccio aderisce rigorosamente alla gerarchia dei rifiuti: prevenire l'eccesso, ridurre l'impiego di materie prime e facilitare una totale riciclabilità. Non si tratta semplicemente di "sostituire la plastica", ma di ingegnerizzare soluzioni capaci di abbattere i volumi superflui, ottimizzando lo spazio nei trasporti e riducendo drasticamente l'impronta di carbonio della logistica. L'imballaggio viene concepito come un sistema integrato con meno materiale, ma distribuito meglio per garantire una protezione superiore. «La vera sfida non è solo usare un materiale naturale, ma progettualizzarlo nel modo giusto», osserva **Lara Botta, vice president dell'azienda**. «Quando il packaging è pensato per sparire o rientrare nel ciclo produttivo senza frizioni, diventa una risorsa concreta per l'intera filiera».

**1** L'iQRcode trasforma il packaging in un punto di contatto interattivo per fornire dati su sostenibilità e logistica

**2** L'integrazione digitale trasforma la scatola in un Brand Ambassador capace di comunicare l'identità del prodotto

**3** La Eco-Paper Cushioning Bag sostituisce la plastica con una soluzione in carta completamente riciclabile e protettiva



## IL "BOX MODEL" E LA CACCIA GLOBALE AI BREVETTI

Un elemento che distingue Botta EcoPackaging nel mercato tradizionale è il cosiddetto "Box



4

Model". Invece di limitarsi ai formati standard, l'azienda agisce come un hub di ricerca globale. Botta EcoPackaging individua e acquisisce licenze e brevetti di packaging in cartone ondulato da tutto il mondo, rendendoli disponibili per i propri clienti. Questa capacità di "fare proprie" le innovazioni strutturali internazionali permette di offrire soluzioni d'avanguardia, come sistemi di chiusura tamper-evident senza nastro o inserti automontanti, che ottimizzano sfide logistiche complesse senza investimenti massicci in R&D da parte del cliente finale. Il cartone ondulato evolve così da supporto standard a architettura funzionale, dove grammature e tipi di onda vengono scelti chirurgicamente per massimizzare la resistenza riducendo il peso in sinergia con gli accessori di protezione interna selezionati.

## OPEN INNOVATION: IL PONTE TRA RICERCA E MERCATO

L'innovazione in Botta EcoPackaging non è un processo isolato o confinato tra le mura aziendali, ma il risultato di una solida strategia di Open Innovation. Questo modello si basa sulla convinzione che il progresso non debba derivare solo da risorse interne, ma dalla creazione di un ecosistema permeabile, dove idee, tecnologie e competenze fluiscono dall'esterno verso l'interno (e viceversa) attraverso collaborazioni strategiche.

Grazie a queste sinergie, l'azienda riesce a implementare soluzioni digitali avanzate, come l'iQRcode — un sistema proprietario che trasforma il packaging in un punto di contatto interattivo per fornire dati in tempo reale su sostenibilità e logistica — e a sperimentare materiali d'avanguardia per il cushioning, tra cui il micelio.



5



6

**4 Il riconoscimento SMAU Innovation Award 2025 premia la strategia di Open Innovation e l'eccellenza tecnologica di Botta EcoPackaging**

**5 La famiglia Botta guida l'azienda verso un futuro sempre più sostenibile unendo tradizione e innovazione**

**6 Il team di Botta EcoPackaging lavora ogni giorno per trasformare il cartone ondulato in un asset strategico per la sostenibilità**

La cooperazione si estende inoltre a partner industriali internazionali, con i quali Botta EcoPackaging testa soluzioni di economia circolare in contesti distributivi reali per garantirne l'efficacia operativa. Tale apertura strategica ha permesso all'azienda di posizionarsi sulla frontiera tecnologica, come dimostrano lo SMAU Innovation Award 2025 e la finale ai Sustainability Awards 2024 di Packaging Europe per la Eco-Paper Cushioning Bag. Essere al centro di questa rete significa trasformare il ruolo del fornitore in quello di partner strategico: Botta EcoPackaging non offre semplicemente un imballaggio, ma una consulenza tecnica d'alto profilo fondata su dati oggettivi e tendenze emergenti, intercettando le evoluzioni del mercato prima ancora che diventino standard di settore.

## E-COMMERCE E REPUTAZIONE: IL RISCHIO DEL "GREEN-CLASH"

Con un mercato e-commerce che in Italia supererà i 62 miliardi di euro nel 2025, il packaging è diventato il primo punto di contatto fisico tra brand e consumatore. Questo ha generato una nuova criticità: il rischio reputazionale. Molte aziende investono milioni in campagne di comunicazione sulla sostenibilità, ma se il cliente riceve il prodotto avvolto in strati eccessivi di plastica monouso o all'interno di una scatola palesemente sovradimensionata, la percezione del brand crolla istantaneamente. Questo "clash" tra promessa di sostenibilità ed esperienza reale genera una perdita di fiducia che ha pesanti ricadute economiche. Il Unique Selling Point di Botta EcoPackaging risiede proprio nella capacità di allineare questi due mondi. L'expertise tecnica sulla carta si unisce alla sensibilità verso il marketing e la comunicazione: il packaging diventa un "Brand Ambassador" coerente, capace di ispirare il consumatore e riflettere la visione dell'azienda attraverso l'unboxing experience.

## OLTRE LA MATERIA

In un settore maturo, Botta EcoPackaging dimostra che l'innovazione non passa necessariamente per la scoperta di nuovi materiali rari, ma per l'uso intelligente e ingegneristico di quelli che già possediamo. Il cartone ondulato, supportato da competenze di design circolare e una visione aperta all'innovazione globale, si conferma lo strumento più fertile per la transizione ecologica della manifattura italiana. Progettare meglio per sprecare meno: non è solo un imperativo ambientale, è la nuova frontiera della competitività industriale. ■