Milano, 3 - 4 novembre 2026

Il Gruppo con la PMI Qwarzo ha sviluppato per i succhi Santal una cannuccia in carta funzionalizzata che unisce sostenibilità, resistenza e migliore esperienza d'uso.

Lactalis, l'open innovation al servizio del packaging sostenibile

Elisa Castellini, marketing manager Lactalis: "Questo progetto dimostra che l'innovazione più efficace nasce dall'ascolto del consumatore e dalla capacità di unire competenze interne ed esterne".

L'azienda

Il Gruppo Lactalis in Italia è parte del Gruppo francese Lactalis, leader mondiale dei prodotti lattiero-caseari con oltre 30 miliardi di euro di fatturato, 85.500 collaboratori e 266 stabilimenti in 50 Paesi. Lactalis è presente in Italia da oltre 35 anni e prende vita dai più prestigiosi marchi della tradizione casearia italiana: Invernizzi, Cademartori e Galbani, leader di mercato e dei formaggi italiani nel mondo. Nel 2011 viene acquisita Parmalat, leader in Italia nel mercato del latte, nel 2020 si finalizza l'acquisizione del Gruppo Castelli, leader nella produzione e distribuzione dei formaggi DOP italiani, nel 2021 il portafoglio prodotti si è arricchito con l'ingresso di Leerdammer e nel 2023 quella di Ambrosi.

Il Gruppo Lactalis in Italia, con 4.000 referenze di prodotto tra latte, formaggi, salumi e DOP, è costituito da 8 Business Unit: Galbani Formaggi, Galbani il mio salumiere, Parmalat, Castelli, Ambrosi, Leerdammer, Lactalis Italia Export e Lactalis Italia Out of home.
Con un fatturato di oltre 2,9 miliardi di euro, Lactalis in Italia si avvale oggi di 5.300 collaboratori e conta 30 stabilimenti produttivi sul territorio nazionale.

Dalla necessità di cambiare alla ricerca della nuova soluzione

Il progetto nasce da un'esigenza concreta: adeguare le confezioni dei succhi di frutta Santal alla progressiva sostituzione della cannuccia in plastica, mantenendo però un'esperienza di consumo soddisfacente. Il passaggio alle cannucce di carta aveva infatti evidenziato alcune criticità: la difficoltà nel perforare il piccolo foro di alluminio del brick, soprattutto per i bambini, e la perdita di consistenza dopo essere rimaste a contatto con il liquido. La carta tendeva a deteriorarsi e a sfaldarsi, rendendo più difficile bere e lasciando una percezione poco piacevole sulle labbra. Da qui Lactalis ha cercato, attraverso l'open innovation, una tecnologia capace di conservare i vantaggi ambientali della carta migliorandone le prestazioni. Il contatto con la PMI Qwarzo è avvenuto

durante una visita a Smau Parigi nel 2024. La società presentava soluzioni di funzionalizzazione della carta destinate a diversi tipi di contenitori e supporti. Lactalis ha individuato nella tecnologia una possibile risposta al problema delle cannucce e ha avviato una sperimentazione, coinvolgendo le funzioni di Ricerca e Sviluppo e Packaging. Dopo le verifiche di laboratorio, la soluzione è arrivata sul mercato grazie alla preziosa collaborazione del team acquisti e industriale di Lactalis insieme ai fornitori di cannucce: da luglio è presente sui brick dei succhi Santal.

Cos'è la cannuccia funzionalizzata

La tecnologia sviluppata da Qwarzo interviene sulla carta attraverso una funzionalizzazione minerale, applicata come rivestimento. Non si tratta di un nanomateriale e, secondo le verifiche effettuate nel progetto, il trattamento non altera la riciclabilità della cannuccia. L'intervento modifica invece alcune caratteristiche fisiche del materiale, rendendolo più strutturato e resistente. La differenza è stata verificata sia attraverso prove tecniche sia direttamente con test di utilizzo. In laboratorio, il team Lactalis ha sottoposto le cannucce ai protocolli normalmente utilizzati per validare gli imballaggi dei prodotti, compresa l'immersione nel succo per un lungo periodo di tempo. I test hanno evidenziato una performance superiore rispetto alla precedente soluzione in carta, soprattutto in termini di resistenza e permanenza nel liquido. La verifica è poi proseguita con un blind test interno: ai partecipanti sono state fornite diverse cannucce, compresa una immersa nel prodotto per 30 minuti. I tester hanno riconosciuto in modo significativo la differenza tra le soluzioni e, tra coloro che l'hanno rilevata, la grande maggioranza ha preferito quella funzionalizzata. La nuova cannuccia mantiene quindi il formato previsto per il brick, ma offre maggiore consistenza, una superficie più liscia e una migliore tenuta durante il consumo.

Più resistenza, meno sprechi e una migliore esperienza per il consumatore

Il principale vantaggio della soluzione riguarda l'esperienza di chi utilizza il prodotto. Una cannuccia più resistente facilita la perforazione del brick e mantiene la propria struttura anche dopo essere immersa nel succo, rendendo più semplice il consumo sia per gli adulti sia per i bambini. La maggiore consistenza riduce inoltre il deterioramento della carta e la conseguente sensazione poco gradevole sulle labbra. C'è poi un beneficio legato alla riduzione degli sprechi: quando la cannuccia si deteriora o non consente di utilizzare correttamente la confezione, una parte del prodotto può rimanere nel brick. Migliorare la funzionalità della cannuccia contribuisce quindi a rendere più efficace l'utilizzo del contenuto.

Il progetto dimostra infine il valore dell'open innovation come strumento per trasformare un'esigenza emersa dal mercato in una soluzione concreta grazie al lavoro in team interfunzionale all'interno con il contributo di tutte le funzioni in particolare anche degli acquisti e dell'industriale. Lactalis ha potuto quindi combinare competenze interne di marketing, R&D, packaging, industriale e acquisti con una tecnologia esterna, già applicata da Qwarzo ad altri supporti in carta, e portarla sul mercato grazie alla collaborazione esterna con i propri fornitori.

Un piccolo componente del packaging diventa così la dimostrazione concreta di come un'esigenza

quotidiana possa trasformarsi in una soluzione più sostenibile e più vicina alle persone, grazie alla stretta collaborazione tra personale interno ed esterno all'azienda.