

elotalk

NOVITÀ E CURIOSITÀ DAL MONDO ELOPAK – 03.2011

Trend & Opportunità

**Il latte a scuola
è ancora un successo**



La Giornata Mondiale del latte a scuola

Le basi per i futuri mercati lattiero-caseari

Dal lancio, nel 2000, del World School Milk Day (WSMD), la giornata mondiale del latte a scuola, a cura della FAO (Food and Agriculture Organization) delle Nazioni Unite, oltre 70 Paesi hanno aderito alle varie iniziative.

Michael Griffin dell'ONU, che ha collaborato all'avvio dell'iniziativa, ha detto a Elotalk che "l'evento aperto internazionale è stato organizzato dalla FAO per contribuire a promuovere l'idea che il latte fa bene ai bambini ed è stato inizialmente lanciato tramite e-mail e da allora è cresciuto attraverso questo strumento e Internet".

Il World School Milk Day cade sempre l'ultimo mercoledì di settembre. Questa data è stata scelta perché le scuole sono aperte nella maggior parte dei paesi. Si tratta di un evento aperto e la gente può festeggiare come desidera. Negli ultimi dieci anni si sono svolte innumerevoli manifestazioni.

- **Australia:** la gara 'Milk It' per i bambini delle scuole elementari prevede la creazione di un personaggio dei cartoni animati che spiega perché bere latte fa bene

- I bambini della **Corea del Sud** hanno costruito un mappamondo fatto interamente di cartoni del latte
- Il **Danish School Milk Scheme** ha invitato tutti i 650.000 bambini in età scolare a partecipare a un concorso fotografico per WSM
- In **Pakistan** il WSMD è stato celebrato per un'intera giornata con una festa popolare alla quale hanno partecipato 24.000 persone
- A **Singapore** i bambini hanno bevuto latte insieme durante il WSMD per raccogliere 32.000 dollari da offrire in beneficenza
- In **Croazia** i bambini hanno disegnato poster che illustravano i motivi per cui è importante bere latte

Trend & Opportunità

Sommario	Pagina	Pagina
World School Milk day	3	Nel Regno Unito da distribuzione di latte a scuola è ecocompatibile 8
Il successo di Reid 's	4	Latte nelle scuole: un'opinione 10
Promoting better Child Health	6	Latte nelle scuole polacche: 15 anni e 15 aziende 14

Published by Elopak AS Group Headquarters.
Postbox 418 Skøyen, 0213 Oslo, Norway.
Tel: +47 31 27 10 00, Fax: +47 31 27 15 00
Editor: Jutta Pinnerød
Research: Stephanie Sergeant, Caroline Sephton
Layout, Prepress and Print: Kampen Grafisk as.
Giugno 2011



Printed on 100% recycled paper

Attirare l'attenzione sul latte

Scopo del WSMD è organizzare una giornata in cui l'attenzione è focalizzata sull'uso del latte nelle scuole per promuoverne la distribuzione. "Il World School Milk Day è una giornata aperta, nella quale le persone possono festeggiare come meglio credono: a livello nazionale o regionale, addirittura in singole scuole o classi. Alcuni paesi hanno iniziato in sordina, per poi organizzare ogni anno eventi più grandi. Grandi o piccole, le manifestazioni hanno un obiettivo comune: attirare l'attenzione sull'uso del latte nelle scuole per promuoverne il consumo", spiega Michael Griffin.

"La FAO è lieta del successo di questa iniziativa e Internet si è dimostrato il veicolo perfetto per la condivisione di eventi ed esperienze in tutto il mondo", aggiunge Michael Griffin.

"La creazione di programmi per il consumo di latte nelle scuole favorisce in modo diretto lo sviluppo dei prodotti lattiero-caseari. In Giappone, per esempio, un programma di questo tipo ha contribuito ad aumentare il consumo di latte da 5 litri a persona degli inizi degli anni Sessanta agli 80 litri odierni. Proviamo ad immaginare se lo stesso risultato venisse ottenuto in Cina!"

Creare l'abitudine per i consumatori del futuro

"Il latte nelle scuole non è un mercato facile, ma il settore nel suo complesso deve riconoscere che gli scolari di oggi saranno i consumatori di domani. Uno degli obiettivi del WSMD e anche del World Milk Day che si è svolto a giugno è quello di aiutare a sviluppare l'abitudine del consumo di latte da parte dei bambini. Se i bambini non crescono bevendo latte o consumando altri prodotti caseari, non lo faranno da adulti, quando saranno consumatori", conclude Michael Griffin della FAO.

Tenendo presente questo aspetto e il fatto che l'alimento è considerato necessario nella dieta di un bambino, il latte nelle scuole rappresenta un importante veicolo per la promozione del suo consumo.

E allora, cosa potete fare per sostenere il dodicesimo "World Milk School Milk Day" il prossimo 28 settembre?



Siete interessati a far parte della mailing list o a ricevere ulteriori informazioni? Allora contattate:
School-Milk-Owner@fao.org



Il successo di Reid's

Una nuova piega per il latte nelle scuole

Il settore lattiero-caseario canadese ha quasi raddoppiato la fornitura di latte alle scuole. Un packaging specifico per gruppi d'età ha consentito a Reid's Dairy di conquistare una quota di mercato grazie a una maggiore concorrenzialità e più che raddoppiare i volumi dal lancio, nel 2007. Il successo del latte nelle scuole ha consentito di aumentare le vendite anche di altri prodotti Reid's Dairy.

Jason Giuliani, direttore vendite di Elopak Canada Inc. dice: "I bambini apprezzano il cartone Mini Diamond Curve® che ha avuto un grande successo da quando è stato introdotto. La confezione da 250 ml è destinata ai bambini delle scuole elementari, mentre quella da 500 ml ai teen-ager delle scuole superiori.

Quella da 500 ml è una confezione "on-the-go". Abbiamo scoperto che bambini e adolescenti non consumano tutto il latte al cioccolato in un'unica occasione. Preferiscono portarlo con sé mentre si spostano. Per esempio, lo bevono prima di giocare a calcio e lo finiscono dopo la partita".



"Twist & Go" apprezzato su tutti i mercati

Il cartone Mini Diamond Curve® ha una chiusura senza membrana, e quindi più facile da aprire, basta girare. Abbiamo scoperto che gli insegnanti apprezzano non dover aprire i cartoni di latte di un'intera classe. La confezione è molto diffusa anche negli ospedali, in quanto le infermiere non devono aiutare i pazienti ad aprirla".

Volumi in crescita oltre le aspettative!

Lanciata nel 2007 e confezionata nei cartoni Mini Diamond Curve® da 250 e da 500 ml, la gamma di prodotti Reid's di latte per la scuola prevede latte scremato al 2%, 1% e al gusto cioccolato. I volumi sono cresciuti in modo significativo e hanno consentito a Reid's di aumentare la propria quota di mercato.

Jason spiega: "In Canada molte scuole hanno vietato le bevande gassate e questo ha rappresentato un'opportunità per gli esclusivi prodotti Reid's negli istituti scolastici dell'Ontario".

Dai ragazzi un messaggio chiaro

Reid's ha basato la sua campagna marketing per il latte nelle scuole sui risultati di una ricerca di mercato condotta tra gli alunni. La loro risposta è stata chiara: volevano essere considerati "persone", non solo bambini. Reid's ha

quindi stampato sui cartoni immagini di skateboard e giocatori di calcio per creare un riferimento diretto con lo stile di vita sportivo e dinamico dei ragazzi.

'Vivace' e 'fresco' dicono i bambini

Negli istituti i ragazzi hanno assegnato al cartone Mini Diamond Curve® il massimo dei voti, dichiarando che è vivace, fresco e salutare. E il tappo richiudibile ha riscosso grande successo. Inoltre, il prodotto in sé ha raggiunto un valore di brand attraverso l'uso strategico e creativo del pannello curvato.

Reid's Dairy, che ha sede a Belleville, in Ontario, Canada, serve l'area centrale e orientale della regione. Questa azienda indipendente e a conduzione familiare è stata fondata negli anni Sessanta da Arthur Quickert, un lattaiolo emigrato in Canada dalla Germania devastata dalla guerra.

Per ulteriori informazioni sul progetto latte nelle scuole, contattare Jason Giuliani del nostro ufficio in Canada: jason.giuliani@elopak.com e visitare il sito web del nostro cliente: www.reidsdairy.com.

Tuteliamo la salute dei bambini

In tutto il mondo il latte nelle scuole è considerato un componente positivo della dieta giornaliera dei bambini. La FAO delle Nazioni Unite ha ribadito questo concetto, rivelando che oltre il 50% dei Paesi membri ha elaborato linee guida nutrizionali che specificano i livelli quotidiani raccomandati di consumo di latte da parte dei bambini (1).

Nel Regno Unito, la dottoressa Rosemary Leonard, ospite fissa di BBC Breakfast e consulente medico di 'Cool Milk' sostiene che il latte e i prodotti derivati siano il modo migliore per favorire l'assunzione di calcio. Il 90% dello scheletro degli adulti si forma entro il diciottesimo anno di età. Nelle ragazze anche prima. Se un bambino non assume una quantità sufficiente di calcio attraverso la dieta, sarà a rischio di osteoporosi più avanti negli anni. Più frequente nelle donne, questo disturbo colpisce un uomo su 12. È importante che i ragazzini assumano una quantità sufficiente di calcio". (2).

La dottoressa continua: "In alternativa, è necessario mangiare un'imponente quantità di verdure verdi per avere una quantità di calcio decente. Per assumere lo stesso calcio di un bicchiere di latte parzialmente scremato, dovremmo mangiare 11 porzioni standard di spinaci o 4 porzioni di broccoli, cosa che è già una sfida per un adulto, figuriamoci per un bambino!" (2).

Maggiore assunzione di iodio

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, la carenza di iodio è la causa più comune di danno mentale evitabile nel mondo, che affligge un terzo della popolazione globale. Provoca anche problemi alla tiroide. (3).

Nei bambini in età scolare si associa a scadenti performance di studio, ridotta capacità intellettuale e peggioramento delle capacità lavorative. La perdita di quoziente intellettivo (QI) può variare da 10 a 15 punti. Molti esperti ritengono che il problema possa essere corretto facendo bere ai bambini più latte, che è una buona fonte di iodio. (3).

Il dottor Vanderpump che quest'anno ha condotto uno studio sulle deficienze per conto dell'associazione britannica che si occupa dei problemi della tiroide, afferma che storicamente l'assunzione di iodio attraverso

la dieta proviene dal latte. Una tazza di latte fornisce circa il 50% del fabbisogno giornaliero di iodio. Test sul latte dimostrano che la sua composizione non è sostanzialmente cambiata ma è possibile che i bambini ne bevano meno che in passato. Questo è il nostro sospetto. I tagli nella fornitura di latte gratuito nelle scuole non ha agevolato le cose". (4).

In Nuova Zelanda diminuisce l'incidenza del cancro al colon negli adulti

Secondo un nuovo studio condotto in Nuova Zelanda, il consumo di latte nelle scuole è associato anche a una diminuzione dei casi di cancro al colon negli adulti. Gli scienziati della University of Otago Medical School hanno condotto una ricerca per stabilire se in Nuova Zelanda la partecipazione al programma di distribuzione di latte nelle scuole abbia determinato una riduzione del tasso di incidenza del cancro al colon nella popolazione adulta. (5).

Dal 1937 al 1967 il programma finanziato dal governo ha fornito gratuitamente ogni giorno mezza (284 ml) di latte intero ai bambini delle scuole neozelandesi. Per il periodo in esame lo studio ha posto a confronto 562 casi con un gruppo di controllo composto da 571 persone. (5).

I risultati suggeriscono che la partecipazione a programmi di consumo di latte nelle scuole è associata a una riduzione del 30% del rischio di contrarre il cancro all'intestino. La percentuale è inoltre più significativa per coloro che hanno consumato una quantità superiore di latte. (5).

Attrante per le ragazze adolescenti

DairyCo (in precedenza Milk Development Council) è un'organizzazione non commerciale e no profit che attualmente supporta il programma del latte nelle scuole in Gran Bretagna. Le normali campagne affrontano le problematiche correnti. Una recente si rivolge in particolare alle ragazze adolescenti che hanno la tendenza a



bere poco latte a causa dell'errata convinzione che abbia un elevato contenuto di grassi. (6).

In realtà il latte intero contiene solo il 3,9% di grassi; il latte parzialmente scremato solo l'1,7% e il latte scremato solo lo 0,03%. Il latte fornisce anche proteine per la crescita e la riparazione cellulare, la vitamina B12 per i globuli rossi, (riboflavina) per una pelle sana e l'energia dei carboidrati. (7).

La campagna è stata incentrata sui vantaggi specifici, quali la lucentezza dei capelli; nei negozi di moda sono stati affissi dei poster e sono stati creati annunci pubblicitari televisivi da mandare in onda durante il reality il Grande Fratello. Altre recenti campagne hanno promosso i benefici del latte consumato insieme ai cereali nel quadro di una dieta equilibrata, incoraggiando le scuole ad aprire appositi spazi dedicati alla colazione. (8).

Fonti:

(1). 'The Importance of Milk in Schools', Report di Michael Griffiths, FAO, Nazioni Unite, distribuito in occasione della campagna pan-

- americana rivolta ai consumatori 'Yes to Milk', 2010. Vedere: http://www.sialaleche.org/pdf/Michael_Griffin.pdf
(2). Cool Milk at School. 'Ask Dr Rosemary... 'Suggerimenti su una serie di problematiche associate alla salute. Vedere: <http://www.coolmilk.com/cms/index.php?q=node/116>
(3). 'Iodine Deficiency in Europe: A continuing Public Health Problem', Report by the World Health Authority (WHO). Vedere: http://www.who.int/nutrition/publications/iodine_deficiency_pub/en/
(4). 'Worrying levels of iodine deficiency in the UK', di Michelle Roberts, reporter di tematiche sulla salute, BBC News, 12 aprile 2011. Vedere: <http://www.bbc.co.uk/news/health-13034582>
(5). 'School Milk Consumption could reduce Adult Colon Cancer'. Studio neozelandese apparso su American Journal of Epidemiology. Vedere: <http://www.21food.com/news/detail32403.html> 12 febbraio 2011.
(6). 'Dairy products and teenage health', BBC News, 29 marzo 2010. Vedere: http://news.bbc.co.uk/1/hi/northern_ireland/8594015.stm
E inoltre: 'Important nutrients in childhood and adolescence', DairyCo, The Dairy Council. Vedere: <http://www.milk.co.uk/page.aspx?intPageID=111> e <http://www.milkink.com/newsdetail.aspx?id=149>
(7). 'The Health Benefits of Semi-Skimmed Milk'. Report di DairyCo, The Dairy Council. Pubblicato in originale, 11 giugno 2009. Vedere: <http://www.dairyco.net/library/school-milk/health/the-health-benefits-of-semi-skimmed-milk.aspx>
(8). 'Start your own breakfast club'. DairyCo. Breakfast Club Download Pack. Vedere: <http://www.dairyco.org.uk/library/school-milk/breakfast-club.aspx>

Per ulteriori informazioni sul progetto latte nelle scuole
www.elopak.com



Nel Regno Unito la distribuzione di latte a scuola è ecocompatibile

Fresh Pastures Dairy dello Yorkshire, nel Regno Unito, è la prima 'Community Interest Company' di questo tipo in Europa. Questa impresa sociale è stata fondata nel 2006 da Graham Morley e dalla moglie Sharyn per fornire latte alle scuole ma anche per offrire opportunità di lavoro a disoccupati di lungo corso e a persone con disabilità fisiche e mentali.

Fresh Pastures CIC ha adottato un approccio innovativo. Graham Morley, direttore generale e co-fondatore, sostiene che lo schema del latte nelle scuole sia una parte importante della vita scolastica e ha dimostrato di migliorare la concentrazione in classe. Attraverso i prodotti e il sito web www.freshpasturescic.co.uk educiamo i giovani a una vita sana, a una dieta salutare e ai problemi dell'ambiente, all'inserimento sociale e alla consapevolezza delle pari opportunità per i disabili. Organizziamo anche visite scolastiche e disponiamo di una piattaforma di visualizzazione dove gli alunni possono vedere il processo di riempimento dei cartoni".

Un futuro più sano

Morley aggiunge: "Non forniamo soltanto un 'cartone di latte', offriamo un futuro più sano. Siamo un'azienda a responsabilità sociale e crediamo anche nel divertimento. Vogliamo coinvolgere il nostro giovane pubblico in un modo che favorisca la conoscenza e il piacere. Ecco perché abbiamo creato un sito web".

Inizialmente Fresh Pastures gestiva solo due contratti per le autorità locali, per la fornitura di latte a 270 scuole. Oggi Fresh Pastures CIC offre 150.000 prodotti distribuiti su circa 200 linee diverse a circa 3.100 imprese ogni giorno utilizzando veicoli conformi agli

standard di emissione Euro 5 dell'Unione Europea. Entro la fine dell'anno tutto il latte dell'azienda sarà prodotto da fattorie dello Yorkshire.

Elopak ha collaborato con Fresh Pastures per progettare i cartoni Mini Pure-Pak® da 200 ml. Clarabella, la mucca dei cartoni, comunica i vantaggi per la salute con uno slogan che dice "Finisci il tuo latte per avere ossa e denti forti". I profitti vengono investiti in progetti della comunità o nell'azienda.

Insegnare il riciclaggio nelle scuole

Graham Morley è un pioniere del riciclaggio dei cartoni e collabora con le scuole per migliorare il livello di conoscenza degli studenti. Su tutti i cartoni sono riportati messaggi educativi che spiegano come effettuare il riciclaggio e cos'è la tutela ambientale. Un nuovo programma di raccolta fa risparmiare a monte cinque tonnellate di rifiuti a settimana.

"Abbiamo una visione olistica del nostro sviluppo futuro. Le scuole apprezzano i nostri solidi cartoni realizzati con fibre di carta di alta qualità e un rivestimento in polietilene a bassa densità. Abbiamo messo in atto un sistema che raccoglie i cartoni che poi vengono inviati al programma di riciclaggio ACE. Abbiamo compiuto ogni sforzo per promuovere il riciclaggio della maggior quantità di packaging possibile. Forniamo costantemente un servizio di raccolta nelle aree di distribuzione e abbiamo in programma piani di espansione futuri", spiega Graham Morley.

Mark Eaves, Market Unit Manager di Elopak per Regno Unito e Irlanda, dice che "il mercato dei cartoni di latte nelle scuole aumenta di anno in anno; ora è stato attuato



un esteso programma di riciclaggio e le autorità locali possono stipulare più facilmente contratti con fornitori come Fresh Pastures che utilizzano confezioni di carta più ecocompatibili. Questi imballaggi basati sulla carta, realizzati in materiali riciclabili (soprattutto legno proveniente da foreste gestite correttamente), con ridotte emissioni di CO2 e facili da riciclare, risultano vincenti se confrontati con altri packaging per il latte. Sosteniamo attivamente il lavoro dei nostri clienti. Inoltre, collaboriamo con Dairy Co, l'organizzazione no profit britannica che supporta la distribuzione del latte nelle scuole. Continueremo a sostenere i nostri clienti chiamati ad operare in un mercato in crescita con soluzioni innovative e creative".

Per ulteriori informazioni sul progetto, contattare Mark Eaves, Elopak Market Unit Manager, presso l'ufficio di Manchester: mark.eaves@elopak.com, e visitare il sito web del nostro cliente: www.freshpasturescic.co.uk o ancora il programma latte nelle scuole: www.schoolmilk.co.uk

Latte nelle scuole: un'opinione

Di Geoff Platt, Redattore della rivista "Dairy Innovation"

Chi mi conosce e ha letto i miei editoriali su "Dairy Innovation" e prima ancora su "Milk Industry" saprà che sono un sostenitore accanito dei programmi per il consumo e gli schemi di distribuzione del latte nelle scuole.



Ma perché?

Certamente non dipende dalla mia esperienza di aver bevuto latte a scuola quando ero ragazzo. Appartengo alla generazione che ha vissuto nell'epoca in cui il latte veniva distribuito a scuola la mattina presto e lasciato nel cortile sotto il caldo sole estivo, quindi quando arrivava l'ora dell'intervallo, il latte era buono e caldo, e molto cagliato. Qualcuno vi dirà che quell'esperienza disgustosa ha cancellato il latte dalla loro vita.

Una delle ragioni per cui sostengo l'iniziativa del consumo di latte nelle scuole è che nonostante la lobby che opera in senso contrario e le affermazioni dei detrattori, io credo che il latte faccia bene e sia un componente importante di una dieta equilibrata. Soprattutto per la crescita dei bambini e degli adolescenti in fase di sviluppo. E non solo perché favorisce denti sani e ossa forti. Uno dei miei spot pubblicitari preferiti era uno del Dairy Council che girava in Inghilterra negli anni Ottanta, in cui una bottiglia di vetro da una pinta per il latte veniva riempita con strati di compresse colorate. Queste venivano etichettate per dimostrare la straordinaria gamma di vitamine, minerali e

altri ingredienti offerta dal latte. Il titolo suonava così: "È un miracolo che ci sia spazio per il latte".

Il latte offre una straordinaria serie di cose buone, spesso ignorate nel dibattito sul grasso e dalla tendenza, in alcune zone, ad eliminare ogni grammo di grasso dalle nostre diete.

Sono state condotte molte ricerche per dimostrare la capacità di questa bevanda giornaliera di aiutare lo sviluppo intellettuale e la prontezza dei bambini, e di aumentare la concentrazione e il rendimento durante la giornata.

I programmi per la distribuzione del latte nelle scuole e i relativi sussidi possono naturalmente assumere un contenuto altamente politico in alcuni paesi. L'approntamento dei programmi e la loro gestione non sono sempre facili, mentre è facile trovare motivi per non attuarli. Sospetto che alcune aziende del settore considerino queste iniziative una sorta di fastidio, qualcosa che non aggiunge granché al profitto.

Se questo può essere vero nel breve periodo, ritengo che il programma latte nelle scuole abbia il potenziale per offrire un vantaggio a lungo termine. Creare

* Sostenitore del programma School Milk e collaboratore di LinkedIn, ho lanciato il gruppo School Milk Network su questo social network professionale un anno fa. È aperto a tutti coloro che partecipano a programmi di distribuzione del latte e alle mense scolastiche o sostengono questo progetto: fattorie, aziende di lavorazione del latte, membri delle associazioni di categoria, nutrizionisti, fornitori del settore lattiero-caseario, agenzie governative e ONG che lavorano a progetti simili. Se fate parte della community di LinkedIn, perché non aderite alla School Milk Network?

l'abitudine di bere latte da piccoli può contribuire a stabilire un comportamento che verrà mantenuto anche nell'età adulta e per tutta la vita, con implicazioni positive per il futuro del settore.

In molti paesi lo sviluppo di programmi per la distribuzione del latte nelle scuole è stato associato alla crescita nazionale del settore lattiero-caseario.

Uno studio curato dal Food & Agriculture Office delle Nazioni Unite ha dimostrato che l'importanza della distribuzione del latte nelle scuole nell'ambito di un mercato nazionale dei prodotti liquidi varia da paese a paese. In alcune nazioni arriva al 25%. Questo dato sembra ridursi abbastanza drasticamente in alcuni dei paesi definiti "sviluppati".

Seguendo le attività di distribuzione del latte nelle scuole è confortante vedere gli sforzi compiuti dai governi dei paesi "in via di sviluppo" per espandere o lanciare per la prima volta questi programmi. Io non posso intervenire, ma chiedetevi perché i paesi in via di sviluppo spesso fanno sfuggire quelli più avanzati.

Gran parte delle relazioni sulle attività dei programmi di distribuzione del latte nelle scuole verte attorno al "World School Milk Day", iniziativa lanciata dalla FAO un decennio fa, in base alla quale questi programmi vengono celebrati ogni anno in tutto il mondo l'ultimo mercoledì di settembre. È fantastico vedere la varietà di attività e

iniziative e il coinvolgimento di così tante persone. Ed è straordinario che tutto questo sia sostenuto dai fornitori del settore lattiero-caseario come Elopak.

Dalle colonne del mio editoriale, quando abbiamo lanciato la rivista "Dairy Innovation", nel 2005, dissi che il programma latte nelle scuole era un'iniziativa che il settore ignorava a proprio rischio.

Oggi continuo a pensarla così.



Geoff Platt si occupa del settore lattiero-caseario dagli inizi degli anni Ottanta.

Nel 1999 è entrato a far parte dello staff della National Dairy Producers' Association come redattore specializzato nel settore del latte. Ha occupato quel ruolo per sei anni, periodo durante il quale l'organizzazione per il commercio si è fusa con la Dairy Industry Federation per dare vita alla Dairy Industry Association (DIAL) e quindi a Dairy UK, un ente che rappresenta l'intero settore.

Nel 2005 Geoff è entrato in Zenith International Publishing, da poco rinominata FoodBev Media, dove ha contribuito a lanciare Dairy Innovation.

Appassionato di questi prodotti, e accanito sostenitore del programma School Milk, Geoff è un relatore abituale dei congressi di Global Dairy e di altri eventi internazionali di settore. È inoltre attivo su LinkedIn, dove ha aperto la School Milk Network e su Twitter.



Latte nelle scuole polacche: 15 anni e 15 aziende

Il latte ha fatto la prima comparsa nelle scuole polacche nel 1996, in cartoni Pure-Pak® da 250 ml. Elopak è stata la prima azienda privata ad aderire al programma School Milk attraverso programmi pilota realizzati in collaborazione con tre aziende produttrici di latte.

Inizialmente aderirono Spomlek e Garwolin, iniziando la fornitura a due scuole di Varsavia senza alcun sostegno finanziario esterno. Ad esse si aggiunse poi Ciechanów. Oggi sono complessivamente 15 le aziende polacche che forniscono prodotti a base di latte nelle scuole del paese e il settore è in rapida espansione.

Nel 2000 è stata istituita la fondazione 'Milk for Schools, Milk for

Health' che ha riunito una rete di specialisti dei settori nutrizione e tecnologia in grado di supportare Elopak nelle proprie attività orientate alle scuole. Da quando l'Unione Europea ha dato il proprio supporto ai progetti per le scuole, nel 2004, un numero crescente di cooperative lattiero-casearie ha deciso di partecipare all'iniziativa polacca denominata 'Glass of Milk' (un bicchiere di latte).

Attualmente il catering ai bambini delle scuole polacche verte su tre prodotti principali: latte fresco e extended shelf life è generalmente disponibile al naturale e al gusto cioccolato o vaniglia con un contenuto di grassi compreso tra l'1,5% e il 2%. È disponibile anche lo yogurt da bere con un contenuto di grassi dell'1,8% senza ingredienti artificiali in una varietà di gusti, tra cui fragola, banana e pesca, a seconda del produttore. Tutti i prodotti sono disponibili nel



formato da 250 ml con cannuccia in cartoni Standard Pure-Pak® e Mini Diamond Pure-Pak® Curve.

I cartoni "Gable Top" sono il n. 1 per la freschezza

I cartoni di tipo "Gable Top" hanno molto successo tra i consumatori polacchi di prodotti freschi. Lo slogan "Perfect Milk because it 's fresh" ricorda ai bambini che viene offerto loro un prodotto di qualità. Per esempio, poiché si tratta di latte fresco, deve essere distribuito più frequentemente del latte UHT.

Viene svolto molto lavoro per promuovere il programma 'Perfect Milk at School'. Le attività includono la preparazione di volantini, poster, calendari, un sito web, articoli e annunci pubblicitari nelle pubblicazioni scolastiche e didattiche; il



coordinamento con nutrizionisti, docenti medici e la partecipazione a conferenze e altri eventi del mondo scolastico.

Uno dei messaggi chiave è che fare parte di questa iniziativa per le scuole significa che gli studenti ricevono latte fresco (e prodotti derivati speciali come gli yogurt 100% naturali), ossia la scelta migliore per la salute dei ragazzi.

Vendite alle stelle

Grzegorz Dabrowski, di Elopak Polonia, dice: "All'inizio è stata dura far accettare il prodotto. Il problema principale era trovare il denaro. Elopak ha organizzato le prime forniture di latte nelle scuole in collaborazione con tre aziende produttrici molto prima che la Polonia entrasse a far parte dell'Unione Europea. Tuttavia, con l'introduzione

del contributo statale, nel 2007, le vendite sono raddoppiate da un giorno all'altro in concomitanza con la distribuzione gratuita del latte bianco ai bambini delle scuole elementari".

Sono circa 2.800 le scuole servite da partner della distribuzione e oltre 700 quelle che ricevono il latte direttamente dalle aziende produttrici. In totale sono quasi 600.000 gli alunni che bevono latte in cartoni Pure-Pak®.

I prodotti vengono forniti alle scuole su pallet due-cinque volte alla settimana. I prodotti sono forniti freddi, con una shelf-life di sette 7 giorni per il latte fresco e fino a 21 giorni nel caso del latte extended shelf life e degli yogurt.

Oggi i prodotti sono distribuiti nelle scuole nel quadro del programma 'Perfect Milk at School' che incoraggia gli alunni ad aumentare l'assunzione di proteine, calcio e vitamine naturali consumando latte e prodotti derivati durante la giornata scolastica.

Il programma è sostenuto dal governo, dall'Unione Europea e attraverso il Milk Promotion Found. Attualmente il sostegno statale rende possibile la distribuzione gratuita del latte bianco naturale agli alunni delle

Volumi annui di prodotti lattiero-caseari per le scuole in cartoni Elopak

2004	5.6 milioni
2005	14.1 milioni
2006	23.4 milioni
2007	53.1 milioni (introduzione del contributo statale)
2008	99.9 milioni
2009	93.3 milioni
2010	53 milioni (dopo una riduzione del contributo)



scuole elementari fino a tre giorni la settimana. Il latte nei vari gusti costa 0,22 szloty alla confezione, mentre lo yogurt da bere costa 0,31 szloty.

In altre strutture didattiche il supporto dell'Unione Europea significa che gli alunni pagano 0,49 szloty per il latte bianco naturale, 0,71 szloty per il latte nei vari gusti e 0,80 szloty per lo yogurt da bere.

Negli asili e nelle scuole secondarie, grazie al supporto europeo e al Milk Promotion Fund, gli alunni devono pagare 0,28 szloty per il latte bianco, 0,50 szloty per il latte ai vari gusti e 0,59 szloty per uno yogurt funzionale che si chiama BiFi.

Un successo commerciale

Lo yogurt funzionale BiFi ha riscosso un tale successo nelle scuole, che di recente è stato lanciato sul mercato generale delle

vendite al dettaglio. Primo yogurt da bere di questo tipo in Polonia, è 100% naturale, contiene il 50% di zucchero in meno ed ha un basso contenuto di lattosio. Il nome BiFi deriva dal fatto che il prodotto contiene il popolare batterio Bifidus, che migliora la salute intestinale.

Elopak Polonia ha collaborato a stretto contatto con i suoi clienti per sviluppare un prodotto il più possibile naturale e salutare per il consumo nelle scuole. Il team che ha sviluppato il progetto ha optato per un latte a ridotto contenuto di lattosio e la ricetta, che prevede tre gusti (pesca, banana e fragola), viene preparata da cinque aziende produttrici: Mlekpól, Mlecz Wolsztyn, Jana Ćeroda Wielkopolska, SM Gostyń e ZPJ "MAGDA" Szafliary.

Le attività di supporto al marketing comprendono un sito web dedicato a BiFi, informazioni sul prodotto attraverso quiz su Internet e un

concorso fotografico per le scuole. Come conseguenza del suo successo, Mlekpól, la più grande azienda lattiero-casearia della Polonia, ha lanciato BiFi sul mercato al dettaglio nell'agosto 2010 e il prodotto è disponibile nelle catene Carrefour e Real. Si tratta dell'unico yogurt funzionale da bere per le persone con intolleranza al lattosio. Il cartone è provvisto della chiusura Elo-cap™.

La pratica mini-confezione con un tappo più grande è ideale per il mercato dei più piccoli ed ha il vantaggio di essere già familiare ai bambini in età scolare. Costituito essenzialmente di carta, il package si distingue anche perché ecologico e riciclabile e può essere utilizzato per produrre giornali, copertine, cartoni e mobili. Questi vantaggi ambientali, insieme alle più basse emissioni di CO2 rispetto a qualsiasi altro package utilizzato nel settore lattiero-caseario, hanno un forte impatto, soprattutto nel caso di prodotti destinati ai bambini.

Per ulteriori informazioni sul prodotto e sul mercato polacco, contattare Grzegorz Dabrowski dell'ufficio Elopak in Polonia: grzegorz.dabrowski@elopak.pl

Per ulteriori informazioni sul programma di distribuzione di latte nelle scuole in Polonia, visitare il sito:

<http://www.mlekowszkole.pl/> , oppure <http://www.bifi.pl/> , oppure:

http://arr.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=697&Itemid=535



Elopak fornisce le migliori soluzioni di packaging per i brand più famosi, migliorando ed arricchendo la consumer experience con vantaggi emozionali e ambientali.

**Siete interessati a ricevere
informazioni da Elopak?
Iscrivetevi qui...
www.elopak.com**