

CRESCONO LE **DIMENSIONI**, AUMENTANO LE **COMPETENZE**

Una saggia politica di sviluppo delle linee esterne e l'attenzione alla ricerca e all'innovazione tecnologica sono fra i pilastri delle strategie di una specialista milanese di soluzioni per il packaging che ha guadagnato la fiducia dei grandi brand nazionali e globali

GIUSEPPE FAZIO giornalista



Filippo Meazza, vice president sales & marketing

Da oltre 75 anni la lombarda Capardoni (quartier generale a Gorgonzola, nell'hinterland milanese, e tre poli produttivi nella stessa area) cura lo sviluppo e la produzione di soluzioni di packaging accessoriate destinate a una varietà di applicazioni della cosmetica. Dal 1999 e a seguito dell'acquisizione da parte della famiglia Meazza, ha dato il via a una politica di crescita per linee esterne che ha dato impulso alla sua evoluzione a 360 gradi. Oggi collabora con la filiera dei terzisti nazionali e internazionali e si interfaccia direttamente con le più note label mondiali soprattutto (ma non solo) negli ambiti dei profumi, del make-up e della skincare nonché degli storici smalti.

Dalla fine del 2024 la competitività di Capardoni si è accresciuta grazie alla fusione con la specialista del packaging per l'alimentare e farmaceutico Capsol e all'integrazione dei rispettivi know-how. Non c'è, però, alcuna intenzione di rallentare il passo: anzi, la divisione di ricerca e sviluppo accelera, spinta dalle nuove tecnologie, come ha riferito il vice president sales & marketing societario, Filippo Meazza.



Le possibili direttrici dello sviluppo futuro

Coerentemente con il percorso sin qui seguito, Capardoni punta a consolidare la propria crescita anche attraverso operazioni di integrazione sinergica con altre realtà complementari al suo core business. Per il momento una delle massime priorità è il trasferimento delle competenze tecniche e del portato di innovazione di Capsol all'interno del settore cosmetico, in vista del miglioramento dell'offerta di servizi alla clientela. È senz'altro da ritenersi strategico il fatto che la società disponga di tre siti produttivi nel nostro Paese e per lo più in una regione fortemente vocata al beauty & personal care qual è quella lombarda. Per i riempitori italiani ed europei il vantaggio è poter contare su una fornitura di packaging (praticamente) a chilometro zero; per quelli statunitensi è dato dalla possibilità di risparmiare sulle spedizioni dirette all'Oriente, a beneficio delle tempistiche e della sostenibilità.

Quanto incide oggi e inciderà in futuro la cosmesi sul vostro complessivo business?

Per adesso è al 60%, ma lavoriamo per presidiare nuove aree geografiche e nicchie di mercato che riteniamo possano essere promettenti nei prossimi anni. Monitoriamo attentamente i trend di mercato per rispondere alle esigenze della clientela con forme e soluzioni in linea con la domanda da parte dei consumatori finali. Sempre più spesso chiedono sostenibilità: per questo mettiamo a punto packaging più facilmente riciclabili o, comunque, caratterizzati dal minore impatto ambientale.

Alla luce di tutto questo, dove sono diretti i vostri più recenti investimenti in tecnologia?

Negli ultimi anni abbiamo rinnovato macchine e impianti di produzione acquistando nuove soffiatrici e presse a iniezione energeticamente più efficienti. Siamo in attesa di un'altra soffiatrice per produrre flaconi in PET e dell'implementazione di numerose automazioni per l'assemblaggio. L'headquarter di Gorgonzola ha di recente raggiunto la classe A4, il massimo livello di efficienza energetica in edilizia per un sito industriale e per migliorare ancora gli ambienti di lavoro e l'output stiamo installando un impianto di condizionamento e di ricircolo dell'aria nel reparto produttivo. Vogliamo continuare a investire in innovazione come nella logistica e sull'assemblaggio. A oggi disponiamo di 71 macchinari a iniezione, quattro per il soffiaggio e altri impianti di automazione, destinati proprio all'assemblaggio.

Le spinte innovative come si traducono nella vostra offerta di prodotti?

Al Cosmopack di Bologna abbiamo presentato il contagocce Diamond,



IN NUMERI

75+ gli anni di storia | 60% la quota del fatturato garantita dalla cosmetica | 71 i macchinari a iniezione utilizzati | 4 i macchinari a soffiaggio | 3 i siti produttivi a Gorgonzola, Lentate sul Seveso, Agrate Brianza

un'innovazione rivoluzionaria che integra il design accattivante con la funzionalità eco-consapevole. Pressoché unico nel suo genere, è caratterizzato da un nipple che con la sua forma di diamante si discosta del tutto da quelli tradizionali.

La soluzione scelta aggiunge un tocco in più di eleganza e, al contempo, fornisce una migliore impugnatura per un'erogazione precisa e senza sforzo. Diamond è costituito da tre componenti in PP che lo rendono completamente riciclabile: è una soluzione monomateriale che garantisce che il nostro prodotto sia tanto bello quanto rispettoso del pianeta. Nipple, collare e tubo possono essere realizzati in ogni colore. Progettato e prodotto in Italia, Diamond Dropper dà, inoltre, perfetta testimonianza del nostro impegno per l'innovazione, la sostenibilità e la qualità. ●