## Vino, il colosso dell'imballaggio cresce grazie al crowdfunding

## **BELLE IMPRESE**

PESCARA Imballaggi di cartone ecosostenibile e riciclabile al 100% per proteggere bottiglie di vetro o altri prodotti fragili. E un brevetto made in Abruzzo, che risponde al nome di Nakpack, un marchio registrato della società Nakuru srl, fresca di sede a Pescara, che sbarca sulla piattaforma Crowd-FundMe spa, l'unica quotata a Piazza Affari, in cerca di investitori per crescere in Italia e all'estero. Scelto dai principali brand dell'e-commerce, da Tannico a Vivino, e da cantine come Berlucchi, Bacardi, Frescobaldi, l'innovativo packaging di cartone è ormai utilizzato per far viaggiare ogni anno oltre un milione e mezzo di bottiglie nel mondo, con una copertura del 60% delle spedizioni online in Italia. «E un imballaggio - spiega l'abruzzese Angelo Bandinu, al timone della Nakuru - realizzato in cartone ondulato, che permette di ottenere un'elevata protezione ed è sviluppato per risolvere ogni problema dell'intera filiera del vetro, dal produttore di vino/olio/birra, alla vendita via e-commerce. Presenta poi i vantaggi del ridotto spazio di stoccaggio, della flessibilità di utilizzo per qualsiasi modello di bottiglia e della velocità di montaggio, pari a 60 secondi per una confezione da 6 bottiglie». Il cartone con cui l'imballaggio è prodotto, più resistente e più leggero del polistirolo, è riciclabile ed ecocompatibile, perché viene realizzato da foreste in cui per ogni albero utilizzato ne vengono piantati 5 nuovi. La Nakuru, in possesso di un brevetto e 24 modelli di utilità industriale a livello europeo, cui si aggiungono 2 utility application in fase di assegnazione negli Stati uniti, con Nakpack è leader nel suo mercato in Italia, dove realizza il 92% dei ricavi. Nel 2018 ha registrato un fatturato di oltre 1,3 milioni. «La campagna di equity crowdfunding - conclude l'imprenditore francavillese - punta a raccogliere 150 mila euro nei prossimi due mesi, da impiegare per potenziare la rete di vendita e l'area logistica italiana, entrare in nuovi mercati esteri e rafforzare la presenza in Francia e Inghilterra».

Monica Di Pillo

© RIPRODUZIONE RISERVATA