Report

Speciale Cibus

PACKAGING&LOGISTICA

In abbinamento alla stampa nazionale

Primo Piano

Un nuovo patto per l'industria

Andrea Gentili, presidente Ucima

Nel 2021 il settore delle macchine per il packaging è tornato a crescere, dopo un 2020 che comunque non aveva segnato un calo significativo, ma già dalla fine dell'anno a pesare sulle aziende sono state diverse criticità, nonostante almeno sette mesi di ordinativi già previsti: il prezzo delle materie prime, i forti ritardi di consegna della componentistica e gli aumenti dei loro costi, gli incrementi delle tariffe dei trasporti, i rincari energetici. L'attuale scenario globale rischia di incidere negativamente sul comparto, oltre a mettere un freno alla ripartenza dell'economia nazionale. Ne parliamo con Andrea Gentili, presidente Ucima (Unione Costruttori italiani macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio).

Ora con la guerra in Ucraina, qual è la situazione che si profila per il comparto nei prossimi mesi?

«Il conflitto tra Russia e Ucraina ha aggravato una situazione che si trascinava da mesi: da un lato, il rincaro continuo dei materiali e dei servizi che riforniscono le nostre aziende, dall'altro, le difficoltà finanziarie e logistiche dovute alle sanzioni, con ogni commessa verso l'Est Europa che si è complicata notevolmente. Le conseguenze della guerra non sono al momento prevedibili, poiché anche in caso di risoluzione del conflitto armato, la "guerra economica" ha sempre tempi più lunghi. Ma ciò che preoccupa di più i nostri associati sono gli incrementi di tutti gli altri beni primari e servizi che riforniscono il nostro settore, i

>>> segue a pagina 3

IPACK-IMA 2022

NUOVE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

Apre i battenti a Milano, dal 3 al 6 maggio, il marketplace internazionale di riferimento per i professionisti del mondo food e non food. La manifestazione è realizzata grazie alla collaborazione tra Fiera Milano e Ucima

a pagina 28

ALL'INTERNO

Cibus 2022
Fiera di riferimento per la filiera dell'industria alimentare, in programma a Parma dal 3 al 6 maggio

Transpotec Logitec
Manifestazione leader per l'autotrasporto: presenti 346 aziende a Fiera Milano dal 12 al 15 maggio

Intralogistica
Movimentazione interna delle merci ed elementi del magazzino in vetrina a Fiera Milano 3-6 maggio

Imballaggi alimentari tailor made

Sostenibilità, innovazione, flessibilità produttiva e custom made, oltre alla qualità del servizio alla clientela, permettono di rispondere in modo tempestivo alle molteplici esigenze del mercato

Politica economica

Le iniziative del Governo per la trasformazione delle filiere dell'energia

Ulteriori risorse dedicate a rifinanziare gli interventi per contrastare i costi energetici che colpiscono cittadini e imprese. Al via le misure per sostenere il settore dell'automotive. Parla il ministro del Mise Giancarlo Giorgetti

>>> segue a pagina 49

La lotta allo spreco alimentare passa anche dall'innovazione tecnologica e dalla produzione di contenitori che garantiscono una protezione ottimale del cibo, allungando la shelf life degli alimenti e, di conseguenza, riducendo l'impatto ambientale. A spiegare l'evoluzione degli imballaggi alimentari è Jacopo Bonotto, amministratore delegato di Hotform, azienda padovana specializzata nel settore dello stampaggio di materiali termoplastici per la produzione di contenitori per il comparto alimentare, dai cibi caldi ai freschi, dai dolci ai prodotti da forno, fino alle insalate, ai piatti pronti e al take away. «Qualsiasi sia il settore industriale, della grande distribuzione o all'ingrosso assicuriamo prodotti dai massimi standard qualitativi grazie a una produzione automatizzata di alto livello tecnologico e ai puntuali controlli eseguiti a regola d'arte dai nostri tecnici di elevata esperienza e competenza. Senza di-

Jacopo Bonotto, amministratore delegato di Hotform che ha sede a Tombolo (Pd)

a pagina 4

ETICHETTIFICIO BERNA PRINT

Etichette adesive

BERNA PRINT si contraddistingue da anni per ricerca, sviluppo e innovazione. Oggi presenta due nuove linee di etichette: vegane e compostabili

a pagina 34

Innovazione

Alessandro Casiraghi, presidente di DCM, illustra le ultime tecnologie per il packaging industriale: dalle macchine piegatrici alla robotica

a pagina 36

Scopri i nostri nuovissimi Lemon Detox Tea e Berry Cassis Slim Tea, al gusto intenso di limone o frutti rossi, per la tua routine di benessere dell'estate!
Perfetti da preparare con acqua fredda dove e quando vuoi!

Acquistali ora sul nostro sito www.fitvia.it o scansiona il nostro QR code.

Per te abbiamo uno sconto speciale del 10% valido su tutti i nostri prodotti da applicare al carrello prima del pagamento!

CODICE: IDRATAZIONE10

GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa

Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Redazione
Renata Gualtieri,
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Cinzia Calogero, Anna Di Leo, Alessandro Gallo,
Simona Langone, Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Michelangelo Podestà,
Silvia Rigotti, Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali
Magdi Jebreal

Hanno collaborato
Fiorella Calò,
Francesca Druidi, Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi, Maria Pia Telese

Sede
Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche
Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

Supplemento di Dossier
Registrazione: Tribunale di Bologna
n. 7578/2005

>>> segue dalla prima

Un nuovo patto per l'industria

LE CONSEGUENZE DEI RINCARI E DELLA "GUERRA ECONOMICA" SUL COMPARTO DELLE MACCHINE PER PACKAGING. LA PROPOSTA, INSIEME AD ACIMAC E AMAPLAST, DI UN INDUSTRIAL NEW DEAL. LA SFIDA DELLA TRANSIZIONE ECOLOGICA. I GRANDI TEMI PER IL SETTORE NEL PUNTO DI ANDREA GENTILI, PRESIDENTE UCIMA

Nel 2021 il settore delle macchine per il packaging è tornato a crescere, dopo un 2020 che comunque non aveva segnato un calo significativo, ma già dalla fine dell'anno a pesare sulle aziende sono state diverse criticità, nonostante almeno sette mesi di ordinativi già previsti: il prezzo delle materie prime, i forti ritardi di consegna della componentistica e gli aumenti dei loro costi, gli incrementi delle tariffe dei trasporti, i rincari energetici. L'attuale scenario globale rischia di incidere negativamente sul comparto, oltre a mettere un freno alla ripartenza dell'economia nazionale. Ne parliamo con Andrea Gentili, presidente Ucima (Unione Costruttori italiani macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio).

Ora con la guerra in Ucraina, qual è la situazione che si profila per il comparto nei prossimi mesi?

«Il conflitto tra Russia e Ucraina ha aggravato una situazione che si trascinava da mesi: da un lato, il rincaro continuo dei materiali e dei servizi che riforniscono le nostre aziende, dall'altro, le difficoltà finanziarie e logistiche dovute alle sanzioni, con ogni commessa verso l'Est Europa che si è complicata notevolmente. Le conseguenze della guerra non sono al momento prevedibili, poiché anche in caso di risoluzione del conflitto armato, la "guerra economica" ha sempre tempi più lunghi. Ma ciò che preoccupa di più i nostri associati sono gli incrementi di tutti gli altri beni primari e servizi che riforniscono il nostro settore, i quali fanno lievitare in maniera preoccupante i costi produttivi generali. La conseguenza diretta è la riduzione della marginalità, che mina la capacità delle aziende di fare ricerca e sviluppo e di presidiare i mercati».

Anche l'export, storico punto di forza del settore, ha recuperato nel 2021. Qual è l'andamento che si prevede possa avere nel 2022? In che maniera il conflitto in Ucraina modificherà gli equilibri del mercato? Quali restano i mercati più competitivi per il settore italiano?

«Russia e Ucraina valgono il 3,1 per cento dell'export totale (dati forniti dal Centro Studi Mecs-Ucima riferiti all'anno 2020). Non una cifra considerevole, ma un mercato comunque di riferimento per i produttori italiani. L'andamento del 2022 non sarà troppo condizionato sotto questo profilo, ma bisognerà comprendere- come detto prima- l'evolversi delle sanzioni economiche. I mercati che più trascinano l'export dei nostri macchinari per l'imballaggio, sempre secondo i dati del nostro Centro Studi riferiti all'ultima indagine statistica, sono gli Stati Uniti (13,10 per cento dell'export totale del 2020), la Francia (6,50 per cento) e la Germania (5,70 per cento). Non abbiamo dati consolidati al momento per fare alcuna previsione sull'andamento dell'export nel 2022».

Ucima ha lanciato l'allarme sullo scenario attuale insieme ad Acimac e Amaplast. Insieme proponete un Industrial new deal. Quali sono le priorità che proponete per far fronte in maniera strutturale e non emergenziale a questa crisi sia a livello nazionale che europeo, mantenendo la competitività del settore?

«Serve una seria politica industriale continentale che consenta alla manifattura nazionale ed europea di ridurre la sua dipendenza da materie prime e semilavorati provenienti da altre regioni. L'Industrial new deal che immaginiamo insieme ad Acimac e Amaplast deve tutelare l'industria continentale con misure di breve periodo che supportino le aziende in questo difficile momento, ma soprattutto che ne salvaguardino il futuro. Vanno sicuramente in questa direzione le misure legislative della Commissione europea a sostegno dell'industria europea dei semiconduttori, a cui però devono essere aggiunte nuove misure su materie prime, energia e logistica. Noi ci mettiamo a disposizione delle istituzioni per costruire assieme un futuro di sviluppo per il nostro tessuto industriale».

Andrea Gentili, presidente Ucima

Quali sono i principali sviluppi innovativi del packaging tra trend digitali e sostenibilità?

«Il comparto è stato uno dei più dinamici nell'epoca degli incentivi per l'industria 4.0. E una ulteriore accelerazione è arrivata nel periodo pandemico, dimostrando ancora una volta una grande capacità di reazione e adattamento: fin dai primi mesi di pandemia, infatti, le nostre aziende hanno perfezionato i vari sistemi per l'installazione e l'assistenza a distanza. Ora, la grande sfida è rappresentata dalla transizione ecologica, che però richiede tempo. Dal punto di vista industriale, infatti, si tratta di testare e industrializzare nuovi materiali. il tema della sostenibilità pone obiettivi importanti e complessi, la cui risoluzione deve essere trainata dalla cooperazione con le istituzioni e da un'azione congiunta tra le aziende, e in questo Ucima esercita un ruolo fondamentale. A tal proposito, voglio ricordare che Ucima, insieme ad Amaplast, promuove la terza edizione di Packaging Speaks Green, il forum internazionale dedicato allo sviluppo della cultura della sostenibilità e dell'economia circolare nel settore dell'imballaggio. Grazie a esperti internazionali e stakeholder dell'intero settore, l'evento fornirà lo stato dell'arte di tutta la filiera del packaging dal punto di vista dell'ecosostenibilità, sotto il profilo sia degli aspetti produttivi che dei materiali che finiscono nelle mani degli end user. L'appuntamento è dal 3 al 6 maggio prossimi a Fiera Milano». • **Francesca Druidi**

I DATI DEL 2021

Supera la soglia degli 8 miliardi la corsa dei costruttori italiani di macchine per packaging: nel 2021, secondo i dati preconsuntivi di Mecs-Centro Studi di Ucima, il fatturato complessivo del settore si attesta a 8.435 milioni di euro, in aumento dell'8 per cento rispetto al risultato registrato nel 2020. Un dato che supera il fatturato 2019 e consolida il settore anche alla luce della pandemia. In particolare, il mercato dei costruttori italiani di macchine per il packaging è aumentato del 18 per cento in Italia, per un valore assoluto di 2.035 milioni di euro. L'export ha contribuito complessivamente per 6.400 milioni di euro, crescendo del +5 per cento rispetto all'esercizio precedente.

Imballaggi alimentari tailor made

SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE, FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA E CUSTOM MADE, OLTRE ALLA QUALITÀ DEL SERVIZIO ALLA CLIENTELA, PERMETTONO DI RISPONDERE IN MODO TEMPESTIVO ALLE MOLTEPLICI ESIGENZE DEL MERCATO ATTUALE DEGLI IMBALLAGGI ALIMENTARI. L'ESPERIENZA DI JACOPO BONOTTO

La lotta allo spreco alimentare passa anche dall'innovazione tecnologica e dalla produzione di contenitori che garantiscono una protezione ottimale del cibo, allungando la shelf life degli alimenti e, di conseguenza, riducendo l'impatto ambientale. A spiegare l'evoluzione degli imballaggi alimentari è Jacopo Bonotto, amministratore delegato di Hotform, azienda padovana specializzata nel settore dello stampaggio di materiali termoplastici per la produzione di contenitori per il comparto alimentare, dai cibi caldi ai freschi, dai dolci ai prodotti da forno, fino alle insalate, ai piatti pronti e al take away. «Qualsiasi sia il settore industriale, della grande distribuzione o all'ingrosso assicuriamo prodotti dai massimi standard qualitativi grazie a una produzione automatizzata di alto livello tecnologico e ai puntuali controlli eseguiti a regola d'arte dai nostri tecnici di elevata esperienza e competenza. Senza dimenticare il rispetto dell'ambiente che da sempre ci contraddistingue, in un'ottica di sostenibilità ed economia circolare», spiega l'ad.

IL TRAGUARDO DEI RIFIUTI ZERO

L'economia circolare rappresenta una direttrice importante per il presente e il futuro di Hotform. «L'attenzione agli sprechi- prosegue Bonotto- ci ha permesso di raggiungere un importante risultato nel nostro ciclo produttivo: tutto il materiale viene sempre riutilizzato, grazie anche al nostro processo di estrusione del Pet. Si tratta di un vantaggioso sistema a loop chiuso che, oltre a soddisfare il fabbisogno di produzione interno, crea un circuito virtuoso attraverso l'utilizzo principalmente degli sfridi di produzione per ricavare un Pet riciclabile al 100 per cento». Ogni articolo è perciò realizzato con un'ampia componente di materiale plastico riciclato, grazie al laboratorio di ricerca e sviluppo interno che ha il compito di brevettare le migliori soluzioni per imballaggi alimentari. L'azienda ha, inoltre, costruito un importante impianto fotovoltaico e di trigenerazione a biocarburanti, con un nuovo cogeneratore per la produzione di energia termica ed elettrica, che ha permesso di introdurre un agile sistema tecnologico fatto di automazione, informazione, connessione e programmazione completa.

L'ATTENZIONE AGLI SPRECHI

Ci ha permesso di raggiungere un importante risultato nel nostro ciclo produttivo: tutto il materiale viene sempre riutilizzato, grazie anche al nostro processo di estrusione del Pet

PRODUZIONE CUSTOM E FILIERA CONTROLLATA

Una delle esigenze espresse dal mercato (industria, Gd, grossisti) è quella di avere soluzioni di imballaggio in plastica per alimenti su misura e personalizzate. «Per realizzarle ci occupiamo della produzione interna degli stampi. La nostra officina meccanica, dotata di macchinari e torni di alta tecnologia, si occupa della creazione oltre che della manutenzione di ogni singolo stampo». Come avviene il processo produttivo vero e proprio? I tecnici seguono ogni step di realizzazione, partendo dalla richiesta iniziale ed esaminando tutti gli aspetti importanti per il cliente. Analizzano non solo le necessità degli alimenti che andranno inseriti negli imballaggi, ma anche la capacità e il funzionamento dei macchinari produttivi delle industrie clienti, tenendo conto di consumi, trasporti, quantità necessarie, volumi di prodotti da ritirare e frequenza del ritiro. L'obiettivo è garantire una qualità sempre più precisa, alte performance e costi ottimizzati. «Ogni attività di personalizzazione prevede la creazione di un campione, che andrà esaminato dal cliente per verificare che soddisfi ogni parametro richiesto, prima di passare alla realizzazione degli stampi in base al render. La produzione interna degli stampi ci consente di reagire in maniera immediata alle modifiche richieste dal cliente e di cambiare la produzione molto rapidamente, evitando alle aziende di subire importanti blocchi e deficit di tempo».

SPINTA ALL'INNOVAZIONE

Cogliere le opportunità dell'Industria 4.0 ha consentito a Hotform di implementare i processi produttivi, aumentando l'offerta e la qualità dei prodotti. «In un momento storico complesso come questo- conclude Bonotto- abbiamo voluto fortemente credere nell'importanza di investire con determinazione e coraggio nelle nuove tecnologie, nella formazione e nell'aggiornamento del personale. Una scelta vincente, che ci ha permesso di raggiungere nel 2021 una crescita notevole del fatturato aziendale, con l'aumento del 20 per cento». La crescita dell'azienda si deve, infine, anche all'installazione di due isole di confezionamento ed etichettatura completamente robotizzate, importanti per l'igiene (non ci sono contatti con gli operatori) e il controllo del prodotto, garantendo altissimi standard di resistenza meccanica, trasparenza e spessore. • **Leonardo Testi**

Jacopo Bonotto, amministratore delegato di Hotform che ha sede a Tombolo (Pd)

QUALITÀ E ASSISTENZA

Fondata nel 1976, Hotform è un'azienda formata da quasi cento professionisti e circa 17mila metri quadri di stabilimenti suddivisi tra uffici, officina, magazzino, stoccaggio materie prime, macchinari e area carico/scarico. A contraddistinguerla è da sempre l'alta qualità dei prodotti e dei materiali trattati, così come l'utilizzo di tecnologie all'avanguardia e un controllo garantito da un'impeccabile procedura interna, ampiamente collaudata grazie a esperienza e costante spinta all'innovazione. Altri valori fondamentali sono l'assistenza puntuale e il servizio al cliente. «La programmazione serrata e precisa ci permette di avere sempre scorte di magazzino e di garantire l'assoluto rispetto dei tempi di consegna, uno dei nostri capisaldi», commenta Jacopo Bonotto. Hortform offre sia articoli standard, che personalizzati e su misura in base alle esigenze del cliente, grazie a una struttura studiata per rientrare nei parametri della Brc – Global standard for food safety.

PACKAGING ALIMENTARE, TRA INNOVAZIONE E CONTINUITÀ

Forte della lunga esperienza cominciata nel 1976, HOTFORM è una delle aziende di maggior prestigio nel settore dello stampaggio di materiali termoplastici – come PET, OPS, PP e bioplastiche – per la produzione di contenitori e imballaggi nel settore alimentare.

A contraddistinguere l'azienda, da sempre, è l'alta qualità dei prodotti e dei materiali trattati, così come l'utilizzo di tecnologie all'avanguardia e un controllo garantito da un'impeccabile procedura interna, ampiamente collaudata grazie a esperienza e costante spinta all'innovazione.

L'assistenza puntuale e il servizio al cliente attento e scrupoloso sono ulteriori vantaggi che rendono HOTFORM un partner di fiducia nel settore, disponibile a soddisfare in maniera completa le richieste di chi la sceglie, puntando sempre all'eccellenza.

HOTFORM offre prodotti sia standard che personalizzati in base alle esigenze del cliente, grazie a una struttura studiata per rientrare nei parametri della BRC – Global Standard for Food Safety – pronta a rispondere in modo preciso e tempestivo alle molteplici esigenze del mercato attuale.

HOTFORM®

Via Decime, 28/e - 35019 Tombolo (Pd) - Tel. 049.5993500 - Fax 049.5998331

info@hotform.it - www.hotform.it

Cibus 2022, innovazione e sostenibilità

TORNA A PARMA L'APPUNTAMENTO CON CIBUS, LA GRANDE FIERA INTERNAZIONALE DELL'AGROALIMENTARE. TORNA IN UN MOMENTO COMPLESSO PER IL FOOD AND BEVERAGE ITALIANO A CAUSA DELLE TURBOLENZE GEO-POLITICHE. PROTAGONISTA DELLA MANIFESTAZIONE IL MADE IN ITALY RESILIENTE

Sono attesi circa 60mila visitatori professionali e 3mila aziende espositrici alla 21esima edizione di Cibus, organizzata da Fiere di Parma e Federalimentare dal 3 al 6 maggio 2022. Il ritorno dei buyer stranieri, permesso dall'allentamento della pandemia e dalle nuove norme a favore della partecipazione fieristica da parte di operatori extra-Ue, è una buona notizia in uno scenario reso incerto dalla situazione geopolitica internazionale e dagli aumenti di gas e materie prime che, insieme ai problemi logistici, stanno erodendo la redditività delle aziende del settore agroalimentare. «L'appuntamento di Cibus serve a ribadire la centralità delle nostre imprese alimentari che, pur in condizioni sfavorevoli, continuano a produrre, a cercare nuove soluzioni, consapevoli del fatto che fermarsi non è possibile. Cibus ci ricorda così il valore del food&beverage in condizioni ordinarie e, ancor di più, in condizioni extra-ordinarie», ha commentato Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare il 9 marzo scorso, giorno della conferenza stampa di presentazione della fiera. Carlo Ferro, numero uno di Ice Agenzia, ha ricordato come l'export del nostro Paese fosse ripartito nel 2021, così come l'agroalimentare italiano che ha registrato una crescita del +14.7 per cento rispetto al 2019. «Alle nuove sfide dei mercati internazionali post-Covid, si aggiunge, tuttavia, uno scenario internazionale dominato da inattese e drammatiche complessità geopolitiche. In questo quadro fare sistema è ancor più importante. Ice Agenzia sostiene la 21esima edizione di Cibus, appuntamento iconico del mondo agroalimentare italiano, con lo stanziamento di risorse più importante negli ultimi sei anni», aggiunge Carlo Ferro. Per questa edizione l'Agenzia prevede di portare a Parma 380 buyer specializzati e 10 giornalisti da 42 Paesi, facilitando la diffusione della piattaforma My Business Cibus. «Queste azioni vogliono contribuire al successo di Fiere di Parma e degli espositori nel mitigare l'impatto del momento per le imprese esportatrici. Con l'auspicio, di cuore, che ben prima della data di apertura della fiera il mondo abbia ritrovato la pace». La fiera sarà un'occasione per definire il ruolo di resilienza dell'agroalimentare anche secondo Antonio Cellie, ceo di Fiere di Parma. «Migliaia di buyer verranno a Cibus con questo spirito: capire con i loro fornitori chiave come gestire l'emergenza e, auspicabilmente, uscirne».

TRA LE NOVITÀ

Cibus4Sustainability, dedicato alla diffusione di esempi virtuosi di sostenibilità lungo la filiera alimentare

LE GREEN BEST PRACTICE DELL'AGROALIMENTARE

A Cibus 2022 l'attenzione alla sostenibilità sarà declinata in tutti i suoi molteplici aspetti: ambientale, economica e sociale. La novità della fiera è il progetto ideato e organizzato da Cibus in collaborazione con PwC: Cibus4Sustainability, dedicato alla diffusione di esempi virtuosi di sostenibilità lungo la filiera alimentare, dalla produzione alla trasformazione fino alla distribuzione. Più di 100 aziende hanno partecipato alla call e, con il loro contributo, sarà presentato uno stato dell'arte sulle iniziative legate alla sostenibilità intraprese dal sistema agroalimentare in occasione del convegno "Cibus4Sustainability: le buone pratiche di industria e distribuzione" in programma il 4 maggio. Inoltre, le best-practice delle aziende troveranno visibilità nella lounge dedicata alla sostenibilità, nel padiglione 8, per tutta la durata della fiera. Un comitato tecnico scientifico è incaricato di valutare le diverse iniziative proposte dalle aziende espositrici a Cibus 2022 e selezionare le più virtuose per ognuno dei quattro filoni di analisi individuati in termini di attori coinvolti, risultati raggiunti e più in generale di impatto positivo generato. Le aree di analisi sono il packaging eco-sostenibile, l'efficienza energetica, lo spreco alimentare e la sostenibilità sociale. Tra i parametri considerati ci sono quindi l'eco-progettazione e la gestione dell'intero ciclo di vita degli imballaggi; la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra per i retailer e la catena distributiva; le soluzioni adottate dall'industria per prevenire lo spreco e favorire il riutilizzo o il recupero; infine, l'attuazione di pratiche di lavoro socialmente responsabili. Per il quarto anno di fila si rinnoverà, inoltre, Cibus Food Saving, la collaborazione tra Cibus e Banco Alimentare, che mira a salvare dallo spreco tutti quei prodotti che altrimenti andrebbero scartati. Le aziende espositrici avranno la possibilità di donare i loro alimenti al termine della fiera.

LE NOVITÀ DEL MERCATO

Protagonisti di Cibus anche i prodotti Ig italiani e internazionali per la promozione e la valorizzazione dei territori d'origine, il set informativo necessario a creare valore sugli scaffali e un'area start up con realtà italiane ed estere come incubatrice di proposte innovative. In fiera verranno presentati i nuovi prodotti dell'industria italiana, da quelli a marchio del distributore ai free from, dai prodotti pensati per il canale Away From Home (Horeca The Hub), a quelli Halal & Kosher, dai prodotti biologici a quelli vegani e free from. Anche l'edizione 2022 proporrà ai visitatori specializzati le ultime novità del settore Food & Beverage attraverso l'organizzazione di aree ed eventi dedicati ad esplorare i nuovi scenari del settore agroalimentare. L'area "Cibus Innovation Corner" ospiterà i prodotti più innovativi selezionati da una giuria di esperti targata Food.net. Un intenso calendario di talk nella stessa area approfondiranno con esperti di settore le nicchie di mercato e trend presenti in fiera. La fiera organizzerà, inoltre, tour on site (Cibus Destination) dedicati a temi centrali del dibattito agroalimentare per permettere ai visitatori della manifestazione di scoprire specificità regionali, nicchie di mercato e trend presenti in fiera. Cibus Destination on the road offre invece l'opportunità di visitare direttamente le aziende per un approfondimento sui prodotti e store tour presso i più importanti retailer italiani per vivere un'esperienza completa del food made in Italy. • **Francesca Druidi**

La filiera completa della qualità

“DAL SEME ALLA TAVOLA”. IN ORGANIC OILS SI CURA OGNI FASE DELLA PRODUZIONE DI OLI DI ALTISSIMA QUALITÀ, MA NON SOLO. L’AZIENDA OGGI PRODUCE ANCHE FARINE AD ALTO VALORE PROTEICO E SENZA GLUTINE

Organic Oils Italia si trova a Mugnano (Pg)
www.organicoils.it

Organic Oils da oltre 25 anni produce oli di semi biologici in una splendida vallata dell’Umbria, sul Lago Trasimeno. «Da sempre lavoriamo a stretto contatto con coloro che la terra la conoscono, rispettandola e proteggendola, e abbiamo imparato che il modo più naturale per produrre oli di assoluta qualità è curare il prodotto “dal seme alla tavola”, seguendone l’intera filiera produttiva» afferma il titolare Luca Pellegrini.

Si sente spesso di parlare di filiere, ma nel panorama nazionale solamente Organic Oils può garantire quello standard di controllo che permette la corretta esecuzione di ogni tappa del processo produttivo fino alla sua conclusione, ossia quando il prodotto arriverà sulle tavole dei nostri clienti.

«Sempre attenti alle nuove tecnologie, in Organic Oils seguiamo la genesi del prodotto fin dalla semina e grazie a un sistema di rilevamento video satellitare possiamo sia intervenire tempestivamente in caso di bisogno, così come seguire le fasi più belle e interessanti, quali la semina, la fioritura e la mietitura.

Dopo la raccolta, in azienda effettuiamo innanzitutto i controlli necessari a garantire la qualità dei semi che, successivamente, andremo a lavorare tramite corretta tecnica di spremitura a freddo; quando richiesto, con un modernissimo impianto a controcorrente di vapore, possiamo deodorare il prodotto per renderlo più gradevole e di più facile utilizzo in cucina. Infine, sempre all’interno del nostro stabilimento, curiamo l’imbottigliamento, l’etichettatura e la commercializzazione dei nostri prodotti verso i mercati di tutto il mondo, completando così la filiera produttiva».

La scelta di spremere a freddo semi biologici certificati e, quando possibile, di provenienza italiana, è un’altra elezione peculiare dei prodotti Organic Oils. Con questo metodo di lavorazione si evita il formarsi di indesiderati odori e sapori sgradevoli, legati al surriscaldamento del seme durante la spremitura, ottenendo così oli di elevatissima qualità sia da un punto di vista organolettico che nutrizionale, minimizzando allo stesso tempo l’impatto ambientale, con uno sguardo attento e responsabile all’emissione di CO2.

La produzione di farine disoleate di qualità come co-prodotto della spremitura dei semi di lino, girasole e sesamo rappresenta per Organic Oils un’altra scommessa vinta. «Produciamo farine ad alto valore proteico, anche senza glutine, destinate al mercato alimentare umano, sempre più attento ad acquistare prodotti naturali e biologici, di elevato valore salutare». A completare il quadro di un’azienda moderna e leader nel proprio settore, non si può non menzionare lo scrupoloso controllo qualitativo svolto all’interno dei laboratori d’analisi ubicati nell’azienda stessa e tutte le certificazioni, quali biologico, IFS Food, VeganOK.

• **Lucrezia Gennari**

Leggera e gustosa

LA BRESAOLA SI DISTINGUE PER LE SUE CARATTERISTICHE NUTRIZIONALI E PER IL POCHISSIMO SALE CHE LA RENDE ADATTA A ESSERE PRESENTE NELLE DIETE DI TUTTI. QUALITÀ CHE NON VANNO A DISCAPITO DEL SAPORE. CON BARBARA BORDONI APPROFONDIAMO LA DIVERSIFICATA OFFERTA DEL SALUMIFICIO DI FAMIGLIA

Negli ultimi anni gli affettati hanno preso ancora più piede sulle tavole degli italiani. E soprattutto la bresaola continua ad essere il prodotto suggerito dai medici per una dieta equilibrata, adatto agli sportivi – con il suo 30 per cento di proteine per 100g e pochissimo sale - ma negli ultimi dieci anni la bresaola è diventata parte integrante dell'alimentazione di tutti, anche al di fuori del territorio italiano. «È un prodotto sempre più richiesto perché i consumatori oggi sono molto attenti all'origine dei prodotti. Il nostro impegno è quello di non tradire la loro fiducia e il loro desiderio di essere informati puntualmente circa le caratteristiche e i valori nutrizionali dei prodotti che acquistano» spiega Barbara Bordoni, responsabile aziendale dell'omonimo salumificio. L'attività nasce nel 1964 quando Pietro Bordoni, "nonno Piero", avvia la sua personale produzione di bresaola, creando il marchio che porta il suo nome. Il forte legame con il territorio, l'alta qualità delle materie prime e la passione per il mestiere, rendono in breve tempo la bresaola Bordoni una delle eccellenze della Valtellina. Col tempo la famiglia si allarga, a Piero subentrano i tre figli Dario, Paolo e Gianpiero e, successivamente, arrivano Barbara e Giorgia, figlie di Dario, affiancate da Piero e Stefano, figli di Paolo. Nel 1997 il salumificio diventa un vero e proprio stabilimento, con dipendenti e una rete di vendita ben avviata, che porta in luoghi sempre più lontani il gusto unico e inimitabile di Bordoni: una bresaola Igp, ottenuta esclusivamente dai tagli più nobili, lavorati attentamente da mani esperte che miscelano le spezie secondo l'antica ricetta di famiglia. «I nostri fiori all'occhiello sono la bresaola Storica, l'Italiana e la Igp. La prima è caratterizzata da fette molto grandi e dal taglio pregiato delle carni, la seconda è prodotta con carne proveniente da bovini nati, allevati e macellati sul territorio nazionale mentre la terza è prodotta rispettando il disciplinare del protocollo Igp. Le materie prime sono selezionate con esperienza e sapienza direttamente dalla nostra famiglia. Da sempre abbiamo coltivato una rete di fornitori di fiducia che quotidianamente sono al nostro fianco per mantenere elevata la qualità dei nostri prodotti. Ma il nostro impegno in prima persona è totale: un componente della nostra famiglia è impegnato ogni giorno a valutare e selezionare le materie prime che rendono eccellente tutta la nostra produzione. A titolo d'esempio, la carne deve essere priva di grasso, deve provenire da animali allevati all'aperto e deve presentare le tipiche caratteristiche organolettiche, colore rosso rubino e consistenza. Oltre a queste caratteristiche sono fondamentali la scelta degli aromi tipici del prodotto e il governo scrupoloso di tutte le fasi di lavorazione: dalla salatura alla stagionatura in ambiente protetto e controllato».

Il rispetto per il passato sopravvive in grandi classici dell'azienda come La Storica, una bresaola unica e inimitabile, prodotta con il meglio delle materie prime, amorevolmente lavorate e sapientemente stagionate tra le fresche e purissime brezze di montagna, per un gusto sublime e senza tempo, capace di emozionare. Ma in casa Bordoni non mancano le novità, come la nuovissima Julienne di bresaola: «nell'ultimo anno abbiamo iniziato la produzione di questa Bresaola 2GO, un prodotto gustoso e versatile, ottenuto dalle migliori carni, lavorate secondo l'antica ricetta di famiglia, creato per completare ogni piatto con bontà e leggerezza. Una qualità unica per infinite possibilità. Il Salumificio Bordoni, dunque, non arresta la sua corsa e mentre celebra importanti traguardi - già membro del Consorzio di tutela della Bresaola della Valtellina - oggi fa parte del prestigioso network "Le famiglie del Gusto" (insieme a salumificio San Michele, Salumificio F.lli Coati e Felsineo) e può vantare importanti certificazioni internazionali che attestano la qualità e la genuinità della bresaola Bordoni e l'impegno per la sostenibilità e per la sicurezza sul lavoro dell'azienda. Dal 1964, una storia ricca di passione da cui ci aspettiamo ancora molte gustose sorprese. «I prodotti di qualità sono eterni, nel food così come in altri mercati. Non deroghiamo alla qualità – aggiunge ancora la responsabile aziendale - ed è questo il segreto per fare felici i nostri consumatori. L'innovazione, così come dimostrato dal nostro recente lancio di Julienne, non è un'alternativa ma una naturale evoluzione». • **Luana Costa**

*Salumificio Bordoni ha sede a Mazzo di Valtellina (So) - **www.bresaolabordoni.it***

BRESAOLA 2GO

Un prodotto gustoso e versatile, ottenuto dalle migliori carni, lavorate secondo l'antica ricetta di famiglia, creato per completare ogni piatto con bontà e leggerezza

SFIDARSI SEMPRE

La famiglia Bordoni non è abituata a stare ferma. La forza dell'azienda risiede anche nella ricerca costante di nuove sfide da intraprendere e nuovi progetti da sposare. Solo così si cresce e si migliora davvero. «Considerati i trend di consumo legati alla bresaola e l'atteggiamento dei consumatori, vecchi e nuovi, siamo molto fiduciosi – afferma Barbara Bordoni -: il nostro è un prodotto destinato ad avere successo grazie alle sue caratteristiche nutrizionali e all'attenzione che dimostra di avere nei confronti di chi lo acquista».

ECCELLENZA INIMITABILE E VERSATILE.

SCOPRI LA RICETTA ORIGINALE
DI FAMIGLIA NELLA BRESAOLA
STORICA BORDONI, O DIVERTITI
A CREARE PIATTI FANTASIOSI
CON LA NUOVA JULIENNE.

BORDONI

L'ARTE DELLA BRESAOLA

BRESAOLABORDONI.IT

Seguici su

L’arte della pasta di Bologna

A MINERBIO, NELLA PROVINCIA DELLA CAPITALE ITALIANA DEL TORTELLINO, SI TROVA UN PASTIFICIO ARTIGIANALE CHE PRENDE LA PASTA FRESCA MOLTO SUL SERIO. QUI, IL MASTRO PASTAIO SILVANO BELLEI E I SOCI SILVANO GALICI E ALESSANDRO RITELLI HANNO UNITO CULTURE, COMPETENZE ED ESPERIENZE PER REALIZZARE GRATIFICO – L’ARTE DELLA PASTA DI BOLOGNA

L’autentica pasta fresca artigianale è considerata tra le eccellenze della tradizione culinaria emiliano-romagnola. Quella di alta qualità si riconosce come una delle esperienze multisensoriali per eccellenza: tatto, vista, udito, olfatto e infine gusto, nessun senso è escluso. Il marchio Gratifico – L’Arte della Pasta di Bologna incarna esattamente questo ideale. «Attraverso i nostri prodotti vogliamo trasmettere l’atmosfera, i sapori e le emozioni della nostra tradizione culinaria» afferma Alessandro Ritelli, socio di Grafico, laboratorio bolognese che produce pasta fresca con passione e dedizione.

I prodotti del pastificio, preparati come da tradizione ma con interessanti rivisitazioni gourmet, comprendono una selezione di paste fresche all’uovo, ripiene e non, oltre a una selezione di paste con la sfoglia all’ortica, erba officinale già conosciuta ai tempi della Grecia per le numerose proprietà benefiche, grazie ai sali di selenio, ferro, sodio, cromo, rame, zolfo, calcio, zinco, silicio, magnesio e fosforo, e alle vitamine A, B1, B2, B3, C, J e K, di cui è ricca. «Prepariamo i tortellini di Bologna conosciuti anche con il nome suggestivo di “ombelico di Venere”, nelle varianti con la sfoglia all’ortica e con la sfoglia al mallo di noce ripieni di carne e tartufo per chi ama la tradizione unita a sapori ricercati, raffinati e gustosi. I tortelloni della tradizione culinaria medioevale, dalla sfoglia sottile ritagliata in piccoli pezzi richiusi potevano racchiudere una fàrcia salata di verdure, carne, salumi e formaggi, o dolce di marmellate, mostarde, uvette, frutta candita o biscotti, e cotti bolliti in acqua o brodo e serviti con formaggio e spezie, o fritti e addolciti di zucchero e miele. Ora vengono preparati con gustosa ricotta di latterie e spinaci, oppure con il al prezzemolo oltre alla variante e con la sfoglia all’ortica. I balanzoni o tortelli matti alla ricotta e mortadella, i cappellacci di zucca dal ricettario di Giovan Battista Rossetti del 1584, dove si trovano con il nome di tortelli di zucca con butirro, i ravioli agli spinaci e ai funghi porcini e i raviolini di carne all’aroma di tartufo, le tagliatelle tradizionali larghe quanto la dodicimillesima parte dell’altezza della Torre degli Asinelli, cuore della città di Bologna, le pappardelle e le ortichelle fresche, e infine altre specialità di zona come i garganelli, ricetta emiliano-romagnola e la gramigna paglia e fieno, nota per la sua forma arricciolata e giocosa».

Il pastificio artigianale Gratifico – L’Arte della Pasta di Bologna ha sede a Minerbio (Bo)
www.gratifico.it

LE PROPOSTE

I prodotti del pastificio, preparati come da tradizione ma con interessanti rivisitazioni gourmet, comprendono una selezione di paste fresche all’uovo, ripiene e non

L’elevata qualità delle materie prime è garantita dalla ricerca dell’azienda stessa e dalla selezione delle materie prime. «Abbiamo scelto di alzare i nostri standard di qualità selezionando con cura i migliori ingredienti del comprensorio emiliano-romagnolo. Conosciamo personalmente ogni produttore dei nostri ingredienti, il Parmigiano Reggiano Dop stagionato 30 mesi e autorizzato dal Consorzio del Parmigiano Reggiano, la Mortadella prodotta nella Città di Bologna, le uova da allevamenti a terra, il migliore grano per le nostre farine di semola e 00, le migliori erbe, verdure e piante officinali dai campi del comprensorio». Tutti questi ingredienti, selezionati con cura e lavorati da fresco, la sfoglia ruvida ottenuta grazie alla consolidata esperienza di pastai da generazioni, creano una composizione di pasta unica. E il frutto degli sforzi fatti si vede. Nel 2019, Gratifico ha ricevuto dalla Confraternita dello Gnocco d’Oro il premio come miglior tortellino d’oro pastorizzato di Bologna nella categoria pasta fresca. • **Costanza Manca**

INNOVAZIONE ARTIGIANA

Nel pastificio Gratifico, la maestria artigiana e l’attenta e lenta lavorazione tramandata da generazioni si intrecciano con una filiera produttiva curata in ogni suo aspetto mediante l’implementazione di tecnologie di ultima generazione e il rispetto dei più avanzati standard di qualità e sicurezza. «Vogliamo condividere la passione che coltiviamo fin dall’infanzia per la tradizione di Bologna ma la nostra visione è prospettica - afferma Alessandro Ritelli -. Per questo comprendiamo il valore di introdurre elementi innovativi nella produzione, come l’esclusiva tecnica di lavorazione e conservazione della pasta ripiena frutto di vere e proprie ricerche scientifiche e l’adozione di un sistema di gestione per la sicurezza alimentare certificata Uni En Iso 22000».

LA FORMULA DELLA FELICITÀ

INGREDIENTI DI QUALITÀ

GRATIFICO

l'arte della pasta di Bologna

La pasta fresca bolognese dalla sfoglia ruvida e dagli ingredienti di qualità selezionata (come la Mortadella artigianale prodotta a Bologna e il Parmigiano Reggiano DOP stagionato 30 mesi) che grazie all'innovativa tecnica di lavorazione, senza l'aggiunta di conservanti, preserva nel tempo il gusto autentico dei prodotti.

Trovi la nostra pasta fresca in via Mattei 6 a Minerbio (Bo) o su gratifico.shop con consegne in tutta Italia

La qualità è il nostro mestiere

NELLA CULLA DELL'APPENNINO ABRUZZESE È NATA 60 ANNI FA UN'AZIENDA CHE ANCORA OGGI VUOLE CONTINUARE A CRESCERE ED È QUESTO IL SEGRETO DELLA SUA SOSTENIBILITÀ. CENTRO CARNE HA SAPUTO VALORIZZARE IL PRODOTTO TIPICO

Per ogni settore del mercato c'è una sfida da combattere ogni giorno. La posta in gioco è alta perché si tratta di creare un futuro professionale mirato a rispettare le esigenze del consumatore. E soprattutto, come in quello alimentare, si ha a che fare oggi con un profilo particolarmente consapevole e che mette la salute al centro delle trattative. Dalla tv ai giornali, l'eco che risuona e rimbalza continuamente lancia a più voci una parola d'ordine prima tra tutte: qualità. E lo sa bene l'azienda Centro Carne Srl che da oltre 60 anni opera mostrando un profilo affidabile e ricercato. «Le nostre radici sono lontane, stiamo vivendo la seconda generazione, ma i valori e le tradizioni sono rimasti gli stessi. La passione ci ha spinti oltre i nostri limiti e crediamo ancora di non averli superati e col sostegno della terza si apre un orizzonte più limpido e chiaro». Così spiega Claudia Corradetti, responsabile marketing. Una lunga storia solcata da sacrifici e costanza, la cui vera sostenibilità è data dalla capacità di adattarsi sempre ai cambiamenti, mostrando di saper reagire alle difficoltà. «Abbiamo appreso l'amore per quello che stiamo costruendo – sottolinea Corradetti - da Pasquale e Vincenzo, i soci fondatori. Il 2005 è stato per noi un anno importante perché ha visto nascere il primo stabilimento di 3500 mq. Una struttura che ci ha permesso di sperimentare quello che sappiamo fare meglio, ovvero mettere al centro le due coordinate per noi fondamentali: il prodotto e il cliente. Innovare, automatizzare al massimo i processi produttivi, accrescere il capitale umano a disposizione e trasmettere a dipendenti e collaboratori la nostra passione: tutto questo contraddistingue la famiglia Centro Carne. Oggi possiamo dire che abbiamo il controllo dell'intera filiera, siamo anche allevatori oltre che macellatori, trasformatori e distributori. La terra, il profumo dei pascoli è un vivo ricordo che ci ha fatto risvegliare la voglia di curare la materia prima dall'origine». L'azienda alleva razze bovine pregiate dell'Appennino Centrale, vitelloni e scottone di Marchigiana, Chianina E Romagnola Igp e suini di razza autoctona come il suino nero d'Abruzzo. «La nostra terra è fonte di ricchezza e d'ispirazione, siamo perciò in continua crescita e sviluppo. Il nostro core business ruota principalmente attorno alla linea dei trasformati: hamburger e tartare, su cui stiamo investendo molto, per offrire qualcosa che possa differenziarsi nel mercato. Inoltre, per poter garantire un'offerta completa e in linea con le richieste di mercato, abbiamo inserito nel nostro portfolio anche altre referenze a peso variabile come carpaccio di scottona marchigiana, bocconcini, tagliata e tagli derivanti sempre dalla lavorazione in osso delle mezzene». Ma il vero punto di forza di questa realtà profondamente radica e che ha saputo valorizzare l'identità di un intero territorio è la gestione del capitale umano. «I nostri ragazzi sono cresciuti con la nostra azienda e senza di loro non saremmo dove siamo. Quello che ci rende orgogliosi del nostro lavoro è vedere la loro passione e l'impegno giornaliero per essere essi stessi valore aggiunto. Siamo una famiglia e consideriamo l'intero corpo aziendale come un'unica entità e trasmettiamo questi valori anche a chi ci sceglie, perché da questa armonia deriva anche la sicurezza per quello che si mangia».

IL TRAGUARDO

Oggi possiamo dire che abbiamo il controllo dell'intera filiera, siamo anche allevatori oltre che macellatori, trasformatori e distributori

Il settore delle carni in Italia genera un valore economico dell'ordine di oltre 30 miliardi di euro all'anno e seppure l'emergenza sanitaria causata dalla pandemia da Covid-19 abbia condizionato fortemente l'andamento della curva dei mercati in tutti i comparti, il mercato è in ripresa. «Abbiamo voglia di crescere e nonostante ci troviamo in un periodo difficile continuiamo ad investire sulla nostra azienda e stiamo portando avanti diversi progetti. In particolare, abbiamo aggiunto nelle nostre stalle anche i suini e stiamo portando avanti il progetto dei suini allevati all'aperto, suini neri di razza Apulo Calabrese nati e allevati in Abruzzo. Si tratta di maiali allevati all'aperto, in ampi spazi, attraverso un processo di accrescimento che "segue i ritmi della natura". Il risultato? una carne tenera, sapida ed estremamente gustosa. Un prodotto di nicchia, unico nel suo genere. Altro progetto importante è quello della "Manzetta D'Abruzzo", marchio registrato. Vogliamo dare voce a tutte le realtà sparse nel nostro Appennino Centrale Abruzzese che fanno fatica a rimanere in quei borghi dove la natura e la vita socio economica è un unico sistema». • **Lea Di Scipio**

Centro Carne ha sede a Sant'Omero (Te)
Sarà presente a Cibus - Padiglione 03, stand B056
www.centrocarne.com

I BRAND

«I nostri brand principali e storici - spiega Claudia Corradetti - sono principalmente la "Carne che Passione", linea bovina di alta qualità, dalla costata all'hamburger, e "Mai sazi i salumi con il sorriso", salumi provenienti da suini nati e allevati in Italia, tutti lavorati secondo l'antica tradizione abruzzese. La punta di diamante è la linea "Best Quality" - Carne che passione, all'interno della quale sono presenti tutte le carni pregiate marchigiana Igp, chianina Igp, romagnola Igp, fassona piemontese, angus e bio. Dai tagli pregiati come la Costata, la Fiorentina, fino ai prodotti trasformati e confezionati in atm o skin, tutta la carne che utilizziamo è solo carne di prima qualità, frutto di una filiera controllata».

CENTROCARNE

QUALITÁ E BENESSERE

"Qualità e benessere": il nostro marchio comunica il nostro punto di forza, il fare stare bene facendo bene le cose. È un elemento alla base del nostro business e anche ciò che ci differenzia dai nostri competitor. Perché dovrebbero sceglierci? Perché offriamo prodotti di qualità, con filiera controllata e utilizzo di carni pregiate.
In relazione a quest'ultimo aspetto, altro punto di forza che ci caratterizza è il nostro legame con il territorio. L'Abruzzo è la nostra "casa", dove siamo nati e cresciuti, che ci riesce a regalare una materia prima eccellente. Noi abbiamo scelto di investire molto sull'Abruzzo e su quello che aveva da offrire, abbiamo voluto valorizzare il nostro territorio e mostrarne le bellezze raccontandolo attraverso i nostri prodotti.
Infine, ultimo punto, probabilmente il più importante, è il nostro capitale umano. Sicuramente senza i nostri ragazzi, che sono cresciuti con la nostra azienda, non saremmo dove siamo oggi. Soprattutto, l'elemento che fa la differenza e che ci rende orgogliosi del nostro lavoro, è vedere la passione con cui svolgono il loro mestiere e l'impegno giornaliero per potersi migliorare ed essere un valore aggiunto per l'azienda, i colleghi e per se stessi.
Noi in Centro Carne parliamo di Famiglia, perché consideriamo l'intero corpo aziendale come un'unica entità, in cui vogliamo trasmettere principi e valori.

Centro Carne
Via Cristoforo Colombo, 1
64027 Sant'Omero (TE) - Tel. 0861 88 71 99
infocarne@centrocarne.com - www.centrocarne.com

Ogni creazione, un momento di puro piacere

UNIGEL È UNA REALTÀ IMPRENDITORIALE CHE UNISCE I MARCHI NORDPOL® E UNIGUMM®, SPECIALIZZATI NELLA PRODUZIONE DI INGREDIENTI COMPOSTI DI ALTISSIMA QUALITÀ PER GELATERIA E PASTICCERIA ARTIGIANALI E PER L'INDUSTRIA ALIMENTARE

«Nel 1936 a Milano inizia l'avventura di Nordpol®, brand iconico della grande tradizione artigianale italiana» racconta Lorena Foppa, presidente di Unigel. «Acquisito da Luigi Gadda e Fanny Colciago, nel 1966 entra a far parte della nascente società Unigel Spa di Zingonia, fiorente polo industriale della bergamasca. Nordpol® custodisce e promuove la tradizione italiana della gelateria artigianale, offrendo una gamma completa di ingredienti e semilavorati per gelaterie, pasticcerie e grandi laboratori, e proponendo soluzioni funzionali per le più svariate applicazioni, spaziando dal mondo artigianale a lavorazioni in continuo, ovvero per gelato semi-industriale e industriale. Tra i prodotti rappresentativi di Nordpol® sicuramente citerei i nostri neutri, i nostri nuclei e le nostre basi per gelato, miscele in polvere sapientemente bilanciate e standardizzate, facilmente adattabili a differenti ricettazioni. I neutri sono il cuore di un gelato di ottima

qualità, ne addensano e stabilizzano la miscela, controllando la formazione di cristalli di ghiaccio durante il congelamento per ottenere la giusta consistenza e cremosità». Il ventaglio dell'offerta Nordpol® è amplissimo, e comprende veramente tutti i gusti. «Il catalogo aggiornato della nostra offerta include una selezione di paste classiche, utilizzabili singolarmente o in combinazione per creare gusti fantasia, paste pure di nocciola e pistacchio, paste di frutta e paste per variegare, perfette per aromatizzare qualsiasi tipo di miscela base, tutte realizzate con ingredienti selezionati. Unigel produce anche semilavorati pronti all'uso per gelato mantecato, gelato soft, creme fredde e granite, oltre a una rosa di proposte per la pasticceria. «Nell'ultimo anno ci siamo dedicati con entusiasmo e passione a un progetto di ricerca e sviluppo a tutto tondo e abbiamo sviluppato una linea di prodotti alternativi di alta qualità, dall'ingredientistica semplice, pensata per consumatori che hanno specifiche esigenze nutrizionali e salutistiche. Un progetto che abbraccia la filosofia del 'Less is more', da cui il nome della gamma prodotti».

La società si espande nel 1988 registrando il marchio Unigumm®, una nuova divisione dedicata allo sviluppo di miscele di idrocolloidi ad hoc, di facile utilizzo, che possano abbracciare l'ampia varietà di esigenze produttive della piccola, così come della grande industria alimentare del food & beverage. «Partendo da singoli ingredienti, anche standardizzati, vengono sviluppate ricette performanti che, una volta settate in applicazione, siano in grado di garantire una resa standardizzata e costante. Oltre ad altissimi standard qualitativi, il nostro reparto QA & QC garantisce elevati e rigorosi standard di sicurezza, mettendo in atto tutte le procedure di controllo necessarie per rispettare le normative Haccp, sia per le materie prime in ingresso sia per i prodotti finiti in uscita».

Secondo Lorena Foppa, l'obiettivo fondamentale dell'azienda è la cura del cliente, partner commerciale a 360 gradi. «Unigel mette la propria esperienza, flessibilità e creatività al servizio dei propri clienti. Vero punto di forza del brand è il nostro servizio su misura, che ci permette di soddisfare le richieste di ogni singolo cliente proponendo formulazioni personalizzate pensate e sviluppate per soddisfare specifiche esigenze, inclusi prodotti idonei al consumo vegetariano e vegano, certificati Halal e Kosher, e in linea con i requisiti del biologico. Offriamo servizi di realizzazione di prodotti a marchio, e garantiamo un supporto attento e puntuale nel pre- e nel post-vendita. Questo è possibile grazie ai valori aziendali che ci impegniamo a tradurre in pratica nel quotidiano, investendo costantemente sulla ricerca per creare prodotti innovativi e al passo con le tendenze dei vari mercati di riferimento. Da oltre ottant'anni lavoriamo ogni giorno con entusiasmo e passione per custodire i valori di artigianalità e tradizione, e coltivare lo spirito di innovazione, con

uno sguardo attento rivolto al futuro». A livello internazionale Unigel lavora tenacemente nel testare mercati di interesse, prendendo contatti in aree ritenute strategiche con l'obiettivo di farsi conoscere sempre più al di fuori dei confini nazionali. Punti fermi restano il potenziamento produttivo e la ricerca e sviluppo di soluzioni innovative.

• **Costanza Manca**

Unigel si trova a Ciserano (Bg)

www.unigelitalia.com

SU MISURA

Formulazioni custom-made, inclusi prodotti idonei al consumo vegetariano e vegano, certificati Halal e Kosher, e in linea con i requisiti del biologico

UNIGEL Spa
Via Modena, 14
24040, Ciserano (BG)
Tel. 0039 035 883154
www.unigelitalia.com
info@unigelitalia.com

nordpol UNIGUMM

Una storia di eccellenza italiana

Unigel Spa è una realtà imprenditoriale specializzata nella produzione di ingredienti composti di altissima qualità per gelateria e pasticceria artigianali e per l'industria alimentare. Nel 1936 a Milano nasce il marchio Nordpol®, oggi fra i più rappresentativi della grande tradizione della gelateria artigianale italiana. Acquisito nel 1966 da Luigi Gadda e Fanny Colciago entra a far parte della nascente società Unigel Spa di Zingonia, fiorente polo industriale della bergamasca.

La società si espande nel 1988 registrando il marchio Unigumm®, dedicato allo sviluppo di miscele di idrocolloidi ad hoc, di facile utilizzo, che amplia l'offerta aziendale. Nel 2016 Nordpol® celebra i suoi primi ottanta anni di storia.
A inizio 2022 l'azienda si trasferisce in una nuova sede operativa dal design moderno e accogliente, ampliando i propri spazi per ospitare nuovi uffici, una grande sala dimostrativa, il reparto di ricerca e sviluppo, la produzione e la logistica, e preparandosi così ad accogliere le sfide portate dal costante impegno volto all'espansione commerciale e al potenziamento produttivo.

Benessere e bio-sicurezza

GRUPPO LEADER NELLA FILIERA DELLE CARNI BOVINE, AZOVE È UNA REALTÀ UNICA NEL PANORAMA ITALIANO E VENETO DELLA ZOOTECNIA. MICHELA TEDESCO, DIRETTORE GENERALE DELL'AZIENDA, CI PRESENTA LA COOPERATIVA E IL NUOVO PROGETTO, AZOVEZERO

Una filiera completa e diretta, dalla selezione iniziale di animali di razze pregiate fino alla distribuzione capillare dei prodotti confezionati, caratterizzata da un'accentuata territorialità e contraddistinta da professionalità, qualità garantita e continuità. La Società Agricola Cooperativa Azove da sempre opera con metodi di lavoro attenti alla sostenibilità. Centrale, sin dalle origini, l'attenzione concreta alla qualità garantita e al benessere animale, con l'obiettivo di integrare etica ambientale e presidio della sicurezza alimentare.

Il 2022 si apre con AzoveZero, il nuovo prodotto confezionato di carne bovina proveniente da animali allevati senza antibiotici negli ultimi 6 mesi. «AzoveZero è una linea nata da un progetto che ha come obiettivi il benessere dei bovini, l'allevamento responsabile, etico e socialmente sostenibile, e la salute dei consumatori. Spiega il direttore generale Michela Tedesco: «Abbiamo condotto, in collaborazione con Dafnae e con l'Università degli studi di Padova, una ricerca della durata di 36 mesi sull'entità e le modalità di utilizzo degli antibiotici nell'allevamento del bovino da carne in Veneto. La finalità è stata quella di identificare l'incidenza dello stato di benessere dell'animale e della bio-sicurezza in allevamento. Secondo i dati raccolti, laddove vi sia una riduzione del 20 per cento dell'uso di antibiotici gli indicatori di benessere e bio-sicurezza risultano significativamente maggiori. La vaccinazione preventiva ha inoltre dimostrato una copertura del 90 per cento delle patologie a cui il bovino è soggetto, e la quarantena si è rivelata una scelta virtuosa non solo per la salute e la qualità di vita dell'animale, ma anche per la valorizzazione del lavoro e della remunerazione degli allevatori». Lo slogan di questo progetto, "Ricominciamo da Zero", si riferisce innanzitutto alla decisione di non somministrare antibiotici negli ultimi 6 mesi di allevamento degli animali, ma anche a scelte rispettose dell'ambiente in grado di accompagnare tutte le fasi della produzione. «Riduciamo l'utilizzo della plastica nel packaging - aggiunge il direttore – ma commercializziamo anche prodotti monoporzione facili da preparare per contenere gli sprechi alimentari. Sosteniamo la ricerca e portiamo innovazione nei nostri processi di lavorazione. Scegliamo i migliori metodi di allevamento per accrescere il benessere degli animali. Questi sono i punti cardine alla base del nostro progetto, per un futuro ecologico ed ecosostenibile in cui l'innovazione possa veramente migliorare la qualità della vita».

• **Costanza Manca**

La Società Agricola Cooperativa Azove si trova a Cittadella (Pd) - **www.azove.it**

azovezero

0

Ricominciamo da zero.
Zero antibiotici negli ultimi 6 mesi di allevamento

Dal 1973 passione, lungimiranza, dedizione, tutela del prodotto, e rispetto della tradizione e dell'ambiente sono alla base della continua evoluzione della Società Cooperativa Azove, che mette a disposizione dei suoi 100 soci un ventaglio sempre più ampio di servizi, dalla lavorazione e commercializzazione delle carni, alla creazione del marchio Certa e, più recentemente, alla macellazione nel nuovo stabilimento di Cittadella, in provincia di Padova, dove Azove provvede al sezionamento e alla lavorazione delle carni in osso e sottovuoto. Con una produzione annua di 45.000 bovini da carne da allevatori privati e cooperative che operano in tutte le province del Veneto, Azove opera con le più importanti insegne della Gdo e con grossisti e macellerie su tutto il territorio nazionale. Tecnici, veterinari e agronomi seguono l'allevamento effettuando controlli sui requisiti delle strutture di stabulazione e delle attrezzature e verificando il rispetto di pratiche d'allevamento e trasporto in grado di assicurare il benessere dell'animale. Particolare attenzione è data all'alimentazione dei bovini, anche materia di ricerca e sperimentazione con l'IZS delle Venezie e l'Università di Padova, insieme ai temi della sostenibilità e dell'allevamento di bovini Antibiotic Free.

AZOVE - Via del Macello, 9 - 35013, Cittadella (PD) - Tel. 0039 049 7851850 - www.azove.it - segreteria@azove.eu

Una rete di sicurezza (alimentare)

CON LUCA ALLEGRETTI, AMMINISTRATORE DI RETE BIOLAB, ALLA SCOPERTA DI UN'AZIENDA NAZIONALE PER LA SICUREZZA ALIMENTARE. ANALISI, FORMAZIONE E CONSULENZA RIVOLTA ALLE AZIENDE DEL SETTORE AGROALIMENTARE E NON SOLO

La qualità del settore agroalimentare non è data solamente da un alto valore intrinseco dei prodotti di partenza, grande eccellenza del nostro paese, ma anche dalla corretta gestione di tutto il processo della filiera e dall'applicazione delle normative igienico-sanitarie nazionali, internazionali, cogenti e volontarie. L'interpretazione, l'applicazione e la Food Safety in senso lato, rendono necessari interventi professionali di consulenza e di supporto. Rete Biolab, con il suo lavoro a tutto tondo, fornisce servizi dedicati, dall'analisi alla consulenza, per un'assistenza completa.

Qual è il vostro core business?

«L'azienda fornisce supporto per analisi microbiologiche e chimiche alle aziende di ristorazione, all'industria alimentare e in tutte le imprese ove gli alimenti sono oggetto di qualità e salubrità, dall'approvvigionamento, alla produzione e al confezionamento. Abbiamo affiancato altri servizi, come da richieste normative, come la formazione regionale del personale alimentarista o servizi inerenti la gestione dell'implementazione e gestione della modulistica per l'autocontrollo. La nostra storia è molto particolare. Siamo nati nel 2007, dalla sinergia di venti società che si sono sviluppate per gestire tutti i clienti di livello nazionale.

La nostra grande forza è proprio quella di avere risorse per affiancare clienti su tutto il territorio italiano. Dodici laboratori e diciassette sedi di consulenza riescono a rispondere in modo veloce ed efficiente alle esigenze delle aziende, multinazionali o in franchising. Un asset che permette a Rete Biolab di collaborare anche con grandi realtà di ristorazione commerciale, ristorazione collettiva (assistenziale e scolastica), health & fitness, hotel e industria, caratterizzate anche dalla presenza di diverse sedi sul territorio.

Un unico partner, un'unica interfaccia amministrativa, commerciale e tecnica che accomuna professioni e competenze territoriali».

Il comparto food è quello di cui vi occupate principalmente?

«È sicuramente quello che ci ha fatto nascere, ma non è l'unico. Ci occupiamo anche di cosmetica e ambientale. Quest'ultimo settore spesso alle luci della ribalta a causa di problemi legati alla legionella, un pericoloso batterio che può svilupparsi all'interno degli impianti idraulici, soprattutto di luoghi molto frequentati come hotel, piscine e palestre. Ci siamo specializzati anche in questa tipologia di servizio, creando documenti di valutazione del rischio legionella e relativi controlli analitici. La norma obbliga infatti le aziende ad avere un monitoraggio continuo per questo patogeno, abbiamo quindi rivolto una parte del nostro lavoro per gestire questa problematica. Ci occupiamo anche di analisi di acque di scarico e rifiuti, tutte attività di specializzazione dei laboratori. Il comparto food rimane comunque la nostra prima occupazione e, anche grazie ad un'intensa attività di auditing, costituisce circa il 70 per cento della nostra clientela. Tecnici qualificati, in riferimento alle vigenti norme europee Iso 9001 e Iso 19011, effettuano visite ispettive, attività complementare di validazione dei processi interni e di fornitori. La divisione orientata all'analisi prevede che tutti i laboratori siano accreditati Iso 17025 dall'ente italiano di controllo, Accredia. Nonostante la crisi pandemica nell'ultimo anno abbiamo svolto quasi diecimila interventi di campionamento ed emesso più di quarantamila rapporti di prova, milleottocento audit e seicento interventi formativi e di consulenza».

Rete Biolab Srl - ***www.retebiolab.com***

Come vi ponete nei confronti della gestione sanitaria del post-pandemia?

«Durante la pandemia anche noi abbiamo risentito dello stato emergenziale, perché la nostra clientela in primis ha ricevuto una batosta importante derivante da chiusure e restrizioni, sia per il settore alimentare che per le palestre e hotellerie. Siamo stati in grado di elaborare anche servizi per la gestione delle linee guida ministeriali e per il controllo del Sars-Cov2 sulle superfici, verifica a supporto delle operazioni di sanificazione. Il post-Covid ci offre la possibilità di rafforzare i rapporti con i clienti e aprire ulteriori scenari operativi tramite nuove specializzazioni: le normative europee, Brc, Ifs, Iso 14000 e Iso 22000, rappresentano opportunità che oggi più che mai posso dare un plusvalore ai servizi che eroghiamo alle aziende alimentari. Nel 2022 la ripartenza è stata positiva perché il settore agroalimentare è di nuovo attivo e nuove sfide attendono le aziende che intendono volgere lo sguardo e l'attenzione all'export e alla sicurezza. Rete Biolab le potrà affiancare per tutte le necessità». • **Elena Bonaccorso**

IL TARGET PRINCIPALE

Grazie alla competenza di 60 professionisti il comparto food è il nostro core business, costituendo circa il 70 per cento della clientela

Dalla passione per i caffè speciali

CON CURA, STUDIO E RICERCA INCESSANTI, LA TORREFAZIONE CAFFÈ GENTILI PRODUCE MISCELE PER ESPRESSO IN GRANI, MACINATO PER MOKA E SPECIALTY COFFEE PER FILTRO, CHE FANNO DELL'ALTA QUALITÀ IL PROPRIO MARCHIO DI FABBRICA. L'ESPERIENZA DI MICHELE GENTILI

Bevanda simbolo dell'italianità nel mondo, il caffè racconta una storia di dedizione e studio che ha saputo rinnovarsi nel tempo grazie all'impegno di associazioni e appassionati, votati alla ricerca del perfetto equilibrio tra sapore e tostatura, senza mai perdere la propria identità. Partendo da un'attenta selezione di fornitori sparsi in diverse zone del mondo, Caffè Gentili persegue un importante obiettivo di qualità, attraverso l'utilizzo di varietà pregiate e uniche, e un metodo di tostatura dagli alti standard, dedito a ottimizzare le qualità di ciascuna tipologia di caffè usato per garantire miscele di grande valore e dal sapore inconfondibile, esempio di grande eccellenza italiana nel mondo.

«Il nostro caffè – racconta Michele Gentili, titolare dell'azienda –, si contraddistingue per una ricerca continua di qualità. Infatti, non consideriamo mai il nostro livello di conoscenza sulla torrefazione sufficiente ma continuiamo quotidianamente a studiare, imparare e a scoprire per mezzo di una sperimentazione meticolosa nuovi dati sulla tostatura del caffè, che ci permettono così di valorizzare in maniera eccellente ogni miscela. Questo atteggiamento maniacale ci garantisce un grande bagaglio di consapevolezza che, unito all'arte artigiana che ha reso l'espresso italiano la bevanda più celebre al mondo, ci permette di offrire prodotti dal gusto unico e intenso, e di grande valore».

Fondata nel 2004 da un'idea di due grandi amici, Marco e Michele, la Caffè Gentili ha trovato la propria identità nel 2016, quando Michele decise di lasciare il ruolo di responsabile dell'ufficio tecnico nell'azienda di famiglia per seguire la sua grande passione nel mondo dei caffè speciali.

«Mi approcciai al mondo degli specialty coffee grazie ad Andrea Lattuada e Mario Semino – continua Michele Gentili –, punti di riferimento nel settore dei caffè speciali nonché miei mentori e maestri. Così decisi di istituire una squadra all'insegna dell'eccellenza, accomunata dalla medesima passione e contraddistinta da una filosofia che unisce con entusiasmo l'esperienza lasciata dai nostri maestri torrefattori con la più moderna tecnica di tostatura allineata alla SCA, Specialty Coffee Association, associazione che rappresenta un pool globale di esperienza e talento». Con uno stile personale tanto nel packaging quanto nell'immagine aziendale, il Caffè Gentile si differenzia dalle altre torrefazioni per il proprio particolare metodo di tostatura, affinato da una competente tecnica d'assaggio: un vero e proprio allenamento a percepire il gusto per ottenere determinate note aromatiche. «La maggioranza delle torrefazioni – aggiunge Michele Gentili –, mette all'interno della propria torrefattrice percentuali diverse di caffè che vengono miscelate e tostate in un'unica soluzione, per poi essere insacchettate e immesse sul mercato. Noi di Caffè Gentili, al contrario, tostiamo singolarmente ciascuna qualità di caffè, attraverso uno studio e delle prove specifiche, in modo da ottimizzare al massimo il connubio tra sapore e tostatura, per poi stoccarle, sempre per tipo, all'interno di silos in acciaio completamente lavabili. La miscela viene successivamente assemblata mediante un impianto di miscelazione automatizzato, tramite il quale è possibile personalizzarle secondo le richieste del cliente. Il nostro particolare metodo di tostatura, definito dalla SCA, ci permette di offrire al grande pubblico un caffè differente da tutti gli altri e che rappresenta la migliore espressione dei singoli ingredienti, poiché sono stati cotti nel modo migliore».

UN METODO D'ECCELLENZA

Caffè Gentili tosta singolarmente ciascuna qualità di caffè, attraverso uno studio e delle prove specifiche, in modo da ottimizzare al massimo il connubio tra sapore e tostatura

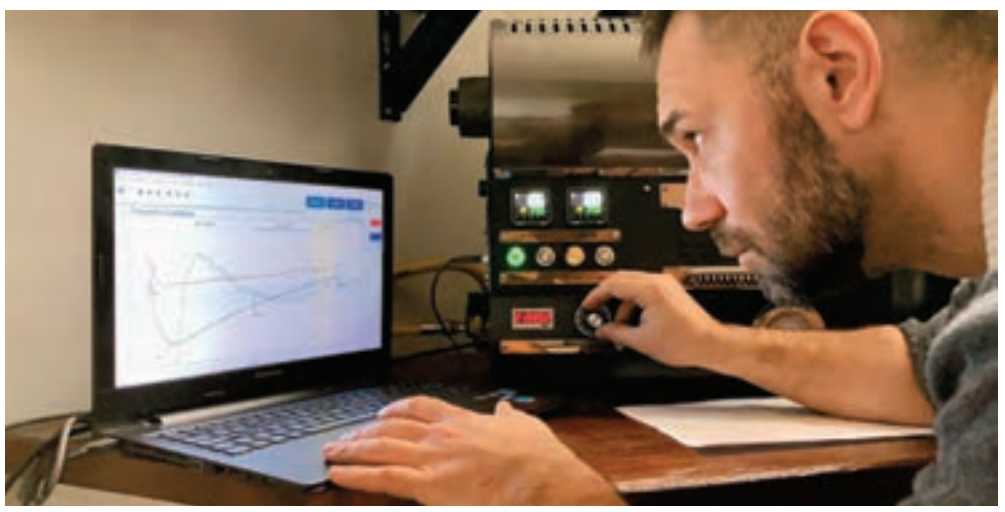
Con un'immagine contemporanea che si ispira alle città del mondo, le nuove capitali del gusto e delle innovazioni, Caffè Gentili è attualmente un marchio riconosciuto in tutto il mondo e che deve l'80 per cento del proprio fattura ai clienti esteri.

«Oggi la Caffè Gentili esporta i propri prodotti in tutta Europa fino agli Emirati Arabi, passando per Germania e Inghilterra– conclude il titolare –. Parallelamente al nostro ventaglio di prodotti che comprende il macinato per moka, le capsule fap e caffè in grani per espresso, realizziamo anche prodotti per marchi terzi, mettendo così a disposizione di clienti esteri il nostro importante know-how italiano, che ci ha garantito l'accreditamento biologico e diverse certificazioni Sca. Attualmente, grazie al nostro impegno maniacale nella costante ricerca della perfezione del gusto, siamo riconosciuti dalle persone come punto di riferimento per qualità e innovazione». • **Andrea Mazzoli**

Michele Gentili, titolare di Caffè Gentili. L'azienda si trova a Bertinoro (FC) - ***www.caffegentili.com***

LA TOSTATURA PERFETTA

Fondata nel 2004 a Bertinoro, in provincia di Forlì-Cesena, la torrefazione Caffè Gentili unisce competenze artigianali ai più contemporanei metodi di tostatura, per produrre e distribuire nel mondo, miscele di altissima qualità, che fanno della perfetta cottura dei singoli ingredienti, il motivo di un successo non soltanto nazionale. Con una distribuzione locale e una rete di vendita all'estero che parte dall'Europa e arriva agli Emirati Arabi, la Caffè Gentili nasce dalla forte passione del proprio fondatore per i caffè speciali, trasformando con dedizione e costanza gli insegnamenti acquisiti ai corsi SCA, Specialty Coffee Association, in miscele di successo, frutto di una tostatura differente a seconda della varietà del chicco e di continue prove d'assaggio, all'insegna del perfetto equilibrio tra tostatura e gusto.



Concentrati sulla qualità e l'innovazione

LE MIGLIORI MATERIE PRIME E LA MASSIMA CURA E ATTENZIONE IN OGNI FASE DELLA PRODUZIONE. LA MISSION DI GENERAL FRUIT, LEADER ITALIANO NELLA PRODUZIONE DI PREPARATI PER BEVANDE, DESSERT, CONDIMENTI, BASI PER COCKTAIL E UN'AMPIA GAMMA DI PRODOTTI COMPLEMENTARI, È OFFRIRE PRODOTTI GARANTITI PER GUSTO E QUALITÀ

Da sempre General Fruit punta sulla qualità e non solo per quanto riguarda i suoi prodotti ai vertici del mercato. Quello dell'azienda è uno sviluppo a 360 gradi che significa ricerca, innovazione continua, investimenti, selezione dei fornitori e delle materie prime, customer care, attenzione all'evoluzione del mercato e ai mutamenti dei gusti dei consumatori per anticipare le nuove tendenze. General Fruit viene fondata nel 1988 dalla famiglia Lochis, tuttora proprietaria, come naturale evoluzione della ditta individuale Lochis Liquori e Sciroppi trasforma radicalmente l'attività originaria, passando dalla produzione di liquori a quella di prodotti a base frutta (sciroppi, succhi concentrati, basi per cocktails, the concentrati), succo di limone 100 per cento, topping e preparati concentrati per soft drink, oltre a una vasta gamma di prodotti complementari. I continui investimenti in tecnologia e ricerca hanno portato ad avere oggi una serie di linee di produzione completamente automatizzate, e hanno contribuito a fare di General Fruit il partner ideale per le grandi aziende nazionali e internazionali, come fornitore, e ma anche per la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti. L'azienda garantisce il rigoroso controllo di tutti i passaggi produttivi, dalla selezione delle materie prime allo stoccaggio, dalla miscelazione all'imbottigliamento, fino alla confezione. Tra le linee lanciate nel 2022 vi è ToppKing iDessert: dessert già pronti da servire direttamente dal brik refrigerato o da elaborare con nuove ricette d'autore. Sono realizzati con i migliori ingredienti di origine italiana e a filiera controllata: latte fresco di giornata, panna di screma di altissima qualità, zucchero e uova di origine italiana, cioccolato finissimo. I gusti disponibili sono: Panna Cotta, Budino al cioccolato, Budino al caffè, Crème Caramel, Crema Catalana, Crema Mascarpone. A Toppking iDessert landing page si accede grazie al qrcode presente sui pack e sul folder di presentazione e consente di ottenere tutte le informazioni e visualizzare video e ingredienti delle ricette; è attivo inoltre il canale youtube dedicato ai Toppking iDessert. Altrettanto qualitativa è la linea di condimenti e salse in pratiche bustine monodose, ottimi su insalate, carne, pesce, salumi, verdure fresche e cotte o per la preparazione di snack appetitosi, ideali per la ristorazione e il catering. L'olio extravergine di oliva, ad esempio, è ottenuto dalla spremuta delle migliori olive che trasferiscono all'olio tutte le sostanze preziose in esse contenute. La gamma completa prevede tre differenti tipologie di olio, aceto di vino bianco, aceto balsamico e di mele, salsa di soia a marchio Condi&condi e maionese e ketchup a brand Del Monte; per rispondere completamente a tutte le esigenze del canale ristorazione. General Fruit pone grande attenzione al Green e all'ecosostenibilità grazie al progetto #GrandeFuturo che persegue tra gli altri obiettivi di riduzione costante e crescente dell'impatto ambientale delle proprie attività, ricerca costante di materiali di confezionamento 100 per cento riciclabili e riduzione dimensioni e peso che si traducono in riduzione di emissioni nell'ambiente; promozione dell'economia circolare con i propri fornitori e clienti. • **Luana Costa**

General Fruit ha sede a Credaro (Bg)
www.generalfruit.com

GENERAL FRUIT
Focalizzati sulla qualità e l'innovazione
Leader nella produzione di sciroppi, condimenti, dessert e una vasta gamma di prodotti complementari.
Uno sviluppo continuo a 360°, che significa ricerca, innovazione, investimenti, selezione dei fornitori e delle materie prime, customer care, attenzione all'evoluzione del mercato e ai mutamenti dei gusti dei consumatori per anticipare le nuove tendenze.
www.generalfruit.com

Semilavorati dalla “terra del sole”

FRANCESCO PRIMERANO, TITOLARE DELL’OMONIMA AZIENDA, RACCONTA LA SUA ESPERIENZA PIÙ CHE VENTENNALE NEL CAMPO DELLA LAVORAZIONE DEGLI AGRUMI, RIGOROSAMENTE DI PRODUZIONE LOCALE

Stare attenti alla qualità del prodotto, oltre che alla sua origine biologica, vuole dire leggere bene l’etichetta, che ne racconta la storia. Il meridione d’Italia è la patria degli agrumi, spesso derivati da coltivazioni artigianali e ben curate. Nonostante ciò, non è inusuale trovare nei nostri mercati agrumi di provenienza estera, trattati in modo diverso e molto spesso non naturale. Francesco Primerano, con la sua azienda, conduce una battaglia in controtendenza, per affermare i prodotti locali.

Come nasce la sua azienda?

«L’azienda nasce nel 2017, ma la mia esperienza nel settore è ventennale, perché ho fatto parte di altri organi cooperativistici nello stesso ambito e a un certo punto ho deciso di mettermi in proprio, affrontando una sfida con me stesso. Noi produciamo semilavorati per frutta candita, succhi di prima spremitura, frutta disidratata. Lavoriamo tutti i tipi di agrumi: pompelmo rosa e bianco, arancia, limone, clementina, bergamotto, cedro, lime, e oltre agli agrumi abbiamo un particolare interesse verso il kiwi verde. Trasformiamo questi prodotti in surgelato, che permette di mantenere tutte le proprietà organolettiche senza alcun tipo di conservante, e in salamoia. La produzione è interamente manuale, più artigianale che industriale, in quanto gli agrumi vengono sbucciati a mano uno per uno, per non danneggiare la buccia e mantenere tutti gli olii essenziali. Con la polpa rimanente viene prodotto il succo di prima spremitura, che viene poi surgelato e venduto alle aziende che producono succhi di frutta, o fatti dei semilavorati per marmellate. La buccia viene invece tagliata su richiesta del cliente, nelle forme desiderate, per poi essere candita. Occupiamo una parte del mercato italiano, europeo ed extraeuropeo: esportiamo in Olanda, Francia, Germania, Spagna, Giappone e America».

CREDERE NELLA QUALITÀ

Importare prodotti da luoghi in cui le normative sull’uso dei pesticidi sono molto diverse e più permissive è un’azione che non ho mai tenuto in considerazione

Primerano ha sede a Rosarno (RC)
www.primeranosrl.it

Tutto questo partendo dalla Calabria.

«Siamo localizzati nella piana di Rosarno, quella che a me piace chiamare “la terra del sole”, perché abbiamo condizioni climatiche ottimali per gran parte dell’anno. Abbiamo il porto di Gioia Tauro a sei chilometri e la montagna a dieci chilometri, quindi siamo in una condizione mediana collinare che ci permette di lavorare bene tutto l’anno. Il valore aggiunto di questa terra lo creiamo noi ogni giorno, dopo aver accettato questa sfida. Sappiamo che la nostra terra è attraversata da tanti problemi, ma noi siamo più testardi e con una grande passione. Abbiamo un terra ricchissima, splendida, che dà ottimi frutti, con condizioni climatiche ottimali».

Qual è il vostro rapporto con l’ecosostenibilità?

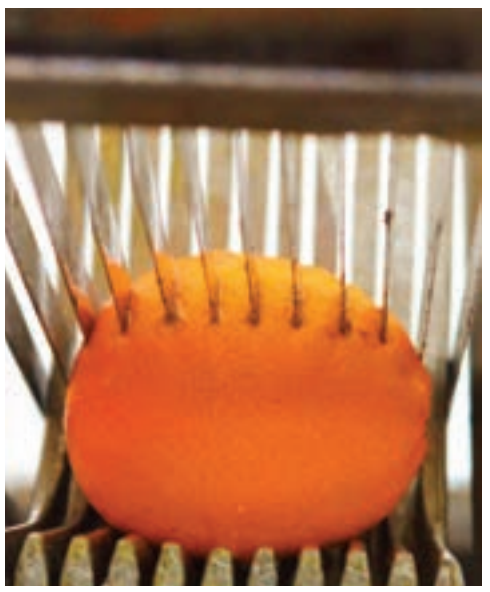
«Abbiamo creato degli impianti fotovoltaici per alimentare le celle frigo. Abbiamo eliminato totalmente l’uso del gas, sostituendo le caldaie classiche con quelle a policombustibili, in cui bruciamo composti di origine naturale, tra cui scarti di lavorazioni delle fabbriche olearie, il cosiddetto nocciolino. Abbiamo un piccolo progetto sulle biomasse, che è ancora in fase di valutazione. Al momento smaltiamo gli scarti di lavorazione presso l’impianto di biomasse a circa settanta chilometri da Rosarno. Plastica e cartone dei nostri imballaggi sono riciclati e ridotti al minimo indispensabile. Non usiamo conservanti aggiunti, ma solo composti di origine naturale come succo di limone e acido citrico. Il 70 per cento delle nostre coltivazioni sono biologiche, quindi a zero pesticidi o prodotti chimici. L’Italia è ormai invasa da agrumi provenienti dall’estero, che hanno la buccia non edibile: il che è non solo uno spreco, perché le bucce sono una risorsa, ma anche un pericolo, per via della penetrazione profonda dei pesticidi e dei fungicidi all’interno del frutto. Dobbiamo anche cambiare il nostro approccio come consumatori e non “comprare con gli occhi”: un frutto troppo perfetto, lucido e coloratissimo, sicuramente è altamente trattato, quindi dannoso per la salute. La frutta genuina, imperfetta, è la migliore, perché è naturale. L’imperfezione è sinonimo di qualità: è giusto che sia questo messaggio a passare per avere un mondo, non solo agronomico ma in generale, più sano e biologico».

Avete già in mente nuovi prodotti?

«Abbiamo inserito da poco il lime, frutto che sta prendendo sempre più piede nelle coltivazioni nella piana di Rosarno. Per scelta aziendale, avevamo deciso di non trattare questo agrume perché avremmo dovuto importarlo dal Brasile o dal Messico e io sono assolutamente contrario. Credo assolutamente nel made in Italy, ma credo ancora di più nella qualità che si fornisce ai clienti, e importare prodotti da luoghi in cui le normative sull’uso dei pesticidi sono molto diverse e più permissive non è un’azione che ho mai tenuto in considerazione. Fortunatamente, da un paio di anni ci sono dei produttori locali che hanno deciso di investire sulla coltivazione del lime, un piccolo limone verde senza semi, che risulta così ottimale per essere candito o usato nei cocktail. Siamo sempre più convinti della riuscita di questo progetto, perché i nostri fornitori stanno riscontrando buoni risultati di coltivazione e noi vediamo che nel mercato c’è richiesta di questo prodotto, quindi stiamo introducendo dei nuovi semilavorati a base di lime». • **Elena Bonaccorso**

100 PER CENTO ITALIANO

«Come agroalimentari – aggiunge Primerano –, la Calabria è tra le prime regioni in Italia. Esportiamo eccellenze: la nostra merce è al 90 per cento di produzione calabrese e al 10 per cento siciliana, altra terra splendida dal quale importiamo alcuni prodotti. Ci tengo a sottolineare che produciamo esclusivamente prodotti italiani, coltivati quasi del tutto nella piana di Rosarno e qualcosa in Sicilia, ma assolutamente locali e artigianali. Il porto di Gioia Tauro ci facilita le esportazioni, che per noi sono soprattutto via mare per quanto riguarda le rotte internazionali. Le importazioni invece non ci toccano, perché usiamo solo prodotto locale. Tengo a ringraziare tutto il mio staff di dipendenti, che nei momenti di massima capienza arriva anche a quarantacinque unità: con tanta devozione al lavoro hanno permesso all’azienda di superare tutti i periodi di difficoltà, che ultimamente non sono stati pochi. Sono il cuore pulsante dell’azienda. Un ulteriore ringraziamento va alla mia famiglia che mi ha sempre sostenuto nella mia attività».



Dimmi che aceto usi e ti dirò chi sei

IL TEMA DELLA QUALITÀ DEI PRODOTTI ALIMENTARI RIVESTE UN RUOLO CENTRALE NON SOLO NEL DIBATTITO SULLA COMPETITIVITÀ DEL SETTORE, MA ANCHE NEL VISSUTO QUOTIDIANO DEGLI ITALIANI, CHE SI DIMOSTRANO SEMPRE PIÙ ATTENTI E PREPARATI NEL VALUTARE LA QUALITÀ E LA SICUREZZA DI CIÒ DI CUI FRUISCONO. IL PUNTO DI AURELIO GALLETTI

In un mercato sempre più globalizzato, in continua e rapida evoluzione, nel quale il consumatore diventa sempre più attento, informato e consapevole delle scelte che adotta, le aziende del settore agroalimentare devono essere in grado di adeguarsi prontamente ai nuovi scenari. La richiesta di qualità da parte del consumatore è sempre più insistente e, chi vuole rimanere sul mercato, non può dimenticarsene.

«Per la nostra ditta è fondamentale garantire sia la qualità che il radicamento sul territorio dei nostri prodotti e, per raggiungere questo standard, durante la fase di approvvigionamento tutte le materie prime vengono rigorosamente controllate e tracciate - afferma Aurelio Galletti, alla guida dell'omonima azienda di San Daniele Po (Cr), specializzata nella produzione di aceto di vino -. Ogni processo produttivo viene verificato e analizzato dal nostro laboratorio allo scopo di monitorare e limitare il più possibile l'utilizzo di additivi e conservanti».

Per soddisfare le diverse esigenze etiche, sanitarie e religiose, i prodotti Galletti sono conformi a un'ampia gamma di certificazioni: di processo produttivo: Ifs/Brc, di prodotto biologico: Icea Vegan Products/Icea Bio- Vegan Products, per i mercati stranieri: Fda, Kosher, Halal, Bio-Suisse Organic.

La ditta Galletti, fondata nel 1871, produce aceto di vino ormai da cinque generazioni e vanta l'appellativo di Antico Acetificio Artigiano fin dal 1871.

«Le nostre terre, non idonee alla coltivazione della vite, danno vini a bassa gradazione facili quindi a svigorire e ad alterarsi, ma adatti ad essere trasformati in aceto – continua Galletti -. Da sempre la nostra famiglia perpetua la tradizione, restando al passo con i tempi, servendosi di tecnologie innovative e oggi offre una gamma completa di prodotti convenzionali e biologici».

Tra questi spicca l'aceto di vino, realizzato con vini rigorosamente italiani, selezionati e di qualità.

Per chi preferisce condimenti più delicati, l'azienda propone anche l'aceto di mele. Inoltre, essendo sempre pronta a rispondere alle esigenze di un consumatore attento in primis alla salute, Galletti ha creato, unica in Europa, un particolare aceto di riso caratterizzato da una nota di sapidità che permette di limitare l'uso del sale. Particolarmente apprezzato dai consumatori del nord Europa è poi l'aceto di malto.

«Ai nostri consumatori - sottolinea Aurelio Galletti - promettiamo una qualità costantemente elevata e veniamo premiati con la loro fiducia». Basti pensare all'Aceto Balsamico di Modena Igp, prodotto italiano diffuso ormai a livello mondiale, ottenuto da un buon aceto di vino invecchiato; oppure all'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena Dop, ottenuto dalla fermentazione del mosto di uve coltivate nella provincia di Modena, cotto a fuoco diretto in vasi aperti. L'invecchiamento dura almeno dodici anni, attraverso travasi in botticelle di dimensioni e legno diverso.

Dalla combinazione di mosto d'uva cotto e Aceto Balsamico di Modena Igp, è nata poi la linea Modenacrem, disponibile anche in versione aromatizzata ai gusti mela e fragola. Infine, l'Oro di Modena, ottenuto dalla combinazione di Aceto di vino bianco ad alta gradazione e mosto d'uva Trebbiano, offre un gusto più agrodolce e un'intensa nota fruttata, che lo rende un perfetto ingrediente per le preparazioni tipiche della cucina anglosassone e dell'estremo Oriente. • **Cristiana Golfarelli**

SICUREZZA E TRACCIABILITÀ

Per Galletti è fondamentale garantire sia la qualità che il radicamento dei propri prodotti. Per raggiungere questo standard, tutte le materie prime sono rigorosamente controllate e tracciate

L'azienda Galletti ha sede a San Daniele Po (Cr) e a Modena

www.gallettisnc.it

GALLETTI GOURMET

In un mercato ormai maturo come quello dell'aceto e con un'offerta di prodotti sempre più confusa e caotica, la qualità non sempre viene percepita a causa di politiche di prezzo sempre più aggressive, che screditano il reale valore del prodotto finito. Per questo motivo l'azienda Galletti ha sentito l'esigenza di focalizzare la propria attenzione su una gamma di prodotti ad elevato valore aggiunto e realizzati con materie prime italiane e selezionate.

«Abbiamo scelto, per la nostra linea Gourmet, una bottiglia dalla forma semplice ma elegante e che ne valorizzi meglio il contenuto. Ci rivolgiamo a un consumatore esigente, competente e attento alla propria salute e benessere. Per questo motivo, la linea si compone di aceti ad alta gradazione e prodotti rigorosamente biologici: Aceto di vino bianco, acidità 7,2%; Aceto di vino rosso acidità 7,2%; Oro di Modena acidità 5%; Aceto Balsamico di Modena Igp, Aceto di mele biologico acidità 5%; Aceto di mele biologico non filtrato, acidità 5%; Aceto di riso biologico, acidità 5%».

L'inconfondibile aroma dell'Alto Adige

NELLA SPLENDIDA CORNICE ALTOATESINA VENGONO PRODOTTI AFFETTATI DAL SAPORE SPECIALE E DALL'ALTISSIMA QUALITÀ. IL RISPETTO DELLA TRADIZIONE, MATERIE PRIME SELEZIONATE E L'ARIA PURA DI MONTAGNA SONO I SEGRETI DELLO SPECK MOSER: UNA GARANZIA PER I CONSUMATORI

Aria pura di montagna, affumicatura leggera e delicata, ridotto contenuto di sale, spezie ed erbe pregiate, tanta cura e passione. Sono gli ingredienti che hanno fatto di un'azienda artigiana uno dei principali produttori di speck Alto Adige Igp. Moser, infatti, ripone tradizionalmente grande valore all'essenzialità e alla qualità degli ingredienti dei suoi prodotti. I fratelli Adolf e Walter Moser fondarono la Moser Speck OHG nel 1974, non senza aver acquisito un'esperienza sufficiente per costruire e gestire con successo un'azienda alimentare. Walter curava ad alto livello le questioni finanziarie dell'azienda mentre Adolf, un macellaio qualificato, scopriva i segreti della produzione di speck. L'azienda è gestita ora da Peter Moser insieme ai suoi figli Joachim e Matthias, e offre una vasta gamma di tipologie diverse di speck, pancette e prodotti cotti come speck cotto, porchetta e Lyoner che possono essere acquistati non solo in Italia, ma anche in altri paesi europei e persino in paesi lontani come Stati Uniti e Giappone.

*Peter Moser, alla guida dell'azienda Moser di Naturno (Bz) - **www.moser.it***

IL LOGO "SPECK ALTO ADIGE IGP"

Posto sulle confezioni, garantisce la qualità, l'autenticità e l'elaborazione del prodotto secondo metodi tradizionali

L'INFLUENZA DEL TERRITORIO

I prodotti dell'azienda Moser devono il loro speciale sapore, soprattutto, al luogo in cui nascono. Un luogo in cui la tradizione alpina incontra la cultura mediterranea e dove la natura regala un particolare microclima ricco di giornate soleggiate e aria fresca di montagna. «L'Alto Adige è famoso per essere un piccolo territorio custode di grandi sapori dove la natura ci regala oltre trecento giorni di sole l'anno» specifica Peter Moser, responsabile aziendale. Quella di Bolzano è la provincia più a nord d'Italia, terra di contrasti dove l'accoglienza tipica dei paesaggi alpini incontra il clima mediterraneo. Immersi in scenari montani mozzafiato, qui da secoli le aziende producono il loro prosciutto dal sapore inconfondibile, dando vita a una vera e propria cultura dello speck. L'affumicatura dei prodotti Moser avviene con la combustione di legna vergine: «non trattata, né con scarto o sottoprodotto delle lavorazioni» specifica il responsabile aziendale. La famiglia Moser infatti utilizza solo legna non resinosa che conferisce al prodotto una nota delicata, mai acre o pungente. Differenza sostanziale che rende la nota di affumicatura particolarmente amabile anche per i palati meno inclini agli aromi e alle note di affumicato.

SPECK ALTO ADIGE IGP

Non a caso la Moser è divenuta socio fondatore del Consorzio Tutela Speck Alto Adige sin dalla costituzione nel 1992. «Lo speck dell'Alto Adige viene prodotto esclusivamente con cosce di suino selezionate, magre e succose - aggiunge ancora Peter Moser -. Le materie prime sono selezionate accuratamente secondo rigidi controlli che ne assicurano la giusta quantità di parte grassa, il giusto peso e la temperatura corretta al fine di garantire il giusto pH. Ciascuna coscia viene marchiata a fuoco sulla cotenna indicando la data di avvio della produzione: si tratta di un'informazione assolutamente indelebile che permette la tracciabilità del prodotto e la verifica del tempo di maturazione sul prodotto finale. In seguito, il pezzo viene sottoposto ai processi di salatura a secco con sale marino, aromatizzato con spezie ed erbe pregiate, affumicato a freddo e stagionato per minimo 22 settimane». Il logo "Speck Alto Adige Igp" sulle confezioni garantisce la qualità, l'autenticità e l'elaborazione del prodotto secondo metodi tradizionali. Lo Speck Alto Adige Igp deve il suo gusto tipico soprattutto al luogo di origine: qui le culture alpina e mediterranea si incontrano in modo unico, e solo qui la natura assicura un clima molto speciale con molto sole e aria pulita.

GLI ALTRI PRODOTTI DI PUNTA

Sono diversi gli speck che costituiscono l'offerta di punta dell'azienda Moser, tra questi si contraddistingue senza dubbio anche quello Alpino, che nasce dall'ambizione di creare una vera e propria eccellenza destinata al consumatore che riconosce e apprezza l'assoluta qualità e unicità. «Questo speck viene prodotto con carne di suini di peso medio nati, cresciuti, macellati e sezionati esclusivamente in Italia. Provenendo da animali adulti, la carne ha una consistenza più tonica e un ridotto contenuto di acqua rispetto a quella di animali più giovani. I muscoli si presentano ben sviluppati e marezzati, garantendo così un aroma più intenso e un sapore pieno. Le qualità organolettiche di questo prodotto, come il

DA UN'ANTICA RICETTA

Il prosciutto contadino altoatesino rappresenta il tipico prosciutto cotto di questa regione alpina. Il valore aggiunto risiede nella conservazione del maiale. Un tempo, nella stagione calda, durante la quale la maturazione all'aria non era possibile, la carne veniva prima bollita e poi affumicata leggermente per ottenere da un lato una buona durata di conservazione, e dall'altro un alimento eccellente nel gusto e nell'odore. «Tuttora il maiale coltivato viene tagliato dai nostri maestri macellai, condito e raffinato con una salamoia secondo un'antica ricetta (senza allergeni). Il prosciutto viene poi delicatamente rimbombato in modo che le spezie penetrino uniformemente nel prodotto, quindi viene cotto lentamente e leggermente affumicato».

sapore e la morbidezza, sono eccellenti. Tempi lunghi e molta cura e attenzione sono gli ingredienti segreti per la stagionatura dello speck di origine italiana. Ci vogliono infatti circa 26 settimane per realizzare questa eccellenza. Un periodo necessario affinché lo speck raggiunga il livello ottimale di asciugatura e gli speciali processi enzimatici ne sviluppino l'aroma unico e inconfondibile». Moser produce anche una versione light dello speck: «ricavato da cosce intere, nasce per offrire ai clienti più attenti all'alimentazione consapevole, un prodotto capace di offrire tutto il gusto tipico dello speck altoatesino, privato del 50 per cento del grasso di copertura rispetto allo speck Moser tradizionale».

Tra i prodotti di punta dell'azienda, spicca anche la pancetta, un'altra specialità tipica del luogo, ottenuta esclusivamente da scaglie di maiale selezionate, magre e a polpa intera. La selezione della materia prima viene effettuata dopo rigorosi controlli del contenuto di grassi, del peso, della temperatura e del valore del pH. Le pancette prodotte da Moser vengono private della cartilagine, impreziosite da concia senza allergeni, delicatamente massaggiate a mano per farvi penetrare le spezie e, infine, affumicate con legna di faggio e stagionate lentamente. La gamma delle pancette viene completata anche da pancette dolci. Vi è poi l'intera gamma di prosciutti cotti: «In Alto Adige Südtirol – spiega con orgoglio Peter Moser - la produzione dei prosciutti cotti è prevalentemente connotata, oltre che dall'elevato standard qualitativo, anche dall'affumicatura tradizionale a legna. Nella famiglia dei prosciutti cotti dell'Alto Adige Südtirol lo speck cotto è certamente il più pregiato, in quanto per tradizione veniva lavorato a partire da cosce selezionate di suino con il classico taglio a cuore tipico dello Speck stagionato. Le carni, una volta impreziosite con spezie, vengono delicatamente massaggiate e cotte utilizzando forni a vapore alimentati al 100 per cento da energie rinnovabili. La cottura avviene lentamente, in modo da creare le condizioni per far sviluppare al meglio quei naturali aromi e sapori che la carne crea durante la cottura: da noi in Moser la cottura dello speck cotto dura in media ben dieci ore».

LE PANCETTE MOSER

Vengono impreziosite da concia senza allergeni, delicatamente massaggiate a mano per farvi penetrare le spezie e, infine, affumicate con legna di faggio e stagionate lentamente

LO SPECKWORLD MOSER DI NATURNO

L'aria pura e limpida della montagna, il mantenimento della tradizione mista a innovazione e modernità, la passione e la cura nella produzione sono i segreti che rendono Moser Speck così unico. Fetta dopo fetta, si assapora l'inconfondibile aroma dell'Alto Adige. La splendida cornice naturale consente inoltre di vivere appieno le attività svolte da decenni dagli altoatesini, e anche a questo scopo l'azienda è in prima linea. «Lo Speckworld Moser di Naturno, in Alto Adige, è un mondo pensato per fare conoscere ai visitatori un pezzetto di Alto Adige. «Quale prodotto, del resto, simboleggia meglio dello Speck la cultura e tradizione altoatesina, la vitalità e mentalità di questa terra? - si domanda Peter Moser, responsabile aziendale -. Generazione dopo generazione, i contadini dell'Alto Adige hanno sempre affumicato il prosciutto seguendo una tradizione che consentiva di conservarlo e gustarlo tutto l'anno. Soprattutto di consumarlo al meglio in compagnia della famiglia, ovviamente». Il mondo dello Speck Moser, inserito nell'ambiente architettonico di una tradizionale baita di montagna con il tetto in scandole racconta l'affascinante storia di questo prodotto tipico. Un universo svelato dalla tradizionale sala per l'affumicatura dotata dell'antico focolare, dalla mangiatoia originale per i maiali, dalla curiosa siringa per insaccati, da una vecchia bilancia e da molti altri attrezzi tipici della lavorazione di questo prodotto. Per chi vorrà fare un tuffo nel passato ma anche nella tradizione altoatesina, diverse stazioni interattive e tavole informative illustrano con dovizia di particolari la produzione artigianale e moderna dello Speck, elargendo consigli per conservare al meglio il prodotto, per affettarlo in modo ideale e molto altro ancora. Immagini e ricette di gustosi piatti preparati a base di speck svelano le mille incredibili possibilità di degustazione di questo ingrediente tradizionale della cucina locale. E, per chi non sa resistere alla tentazione, tutti gli affettati che compongono l'offerta potranno essere direttamente acquistati al punto vendita Moser. Per poter portare a casa un pezzo di Alto Adige.

• **Luana Costa**

I RICONOSCIMENTI

«La massima qualità degli ingredienti e una particolare cura nella produzione, sono il nostro claim e la garanzia per ottenere uno speck di altissimo livello e raffinatezza» precisa con orgoglio il responsabile aziendale Peter Moser. E i riscontri non mancano. L'azienda è stata infatti insignita nel corso degli anni di numerosi riconoscimenti, tra cui il Dlg Oro nel 2022 e il premio qualità.

Affidabilità, puntualità e precisione

OGNI TIPOLOGIA DI MERCE PER TUTTE LE ESIGENZE. QUANDO UN PRODOTTO ARRIVA A DESTINAZIONE LA QUALITÀ DEL TRASPORTO SALTA ALL'OCCHIO SIN DA SUBITO. BERTOLDO NON LASCIA NULLA AL CASO

È una delle componenti più importanti del ciclo produttivo, nonché un processo particolarmente articolato e complesso. Gestire in maniera strategica ed efficace la distribuzione delle merci influisce notevolmente sulle attività aziendali e deve essere per questo motivo svolta con un empowerment organizzativo ben centrato. E ad aver sviluppato un efficace ed efficiente protocollo, personalizzabile a seconda delle esigenze del cliente, è Bertoldo Srl, realtà nata negli anni Settanta e attiva nel settore dei trasporti in particolare in tutto il nord est e nel Triveneto. «Da sempre mettiamo a disposizione un team di autisti qualificati. Ci occupiamo di tutte le pratiche, dalle operazioni di trasporto ai servizi accessori. Sappiamo rispondere in modo mirato ad ogni tipo di richiesta di movimentazione per ogni tipologia di prodotto, compresi quelli più delicati e deperibili come alimenti, piante e fiori. L'obiettivo è servire ogni cliente con competenza, professionalità, cortesia e puntualità» spiega Mauro Bertoldo, alla guida dell'azienda insieme al fratello Riccardo.

FLESSIBILITÀ

Sappiamo rispondere in modo mirato ad ogni tipo di richiesta di movimentazione per ogni tipologia di prodotto, compresi quelli più delicati e deperibili come alimenti, piante e fiori

Sì, perché l'affidabilità delle risorse messe in campo e l'organizzazione fin nei minimi dettagli sono i punti di forza che la rendono competitiva sul mercato. L'esperienza acquisita negli anni e la continua tensione a migliorarsi, hanno portato Bertoldo ad affinare tecniche di logistica sempre più raffinate.

«Ogni singola fase del trasporto – specifica il contitolare - è coordinata con grande attenzione su tutto il territorio italiano, grazie all'impegno del nostro personale tecnico, esperto e capace, che opera con mezzi moderni e allestiti per giungere fino a destinazione, senza che le merci subiscano danni durante la spedizione. Il nostro parco è costituito da 40 furgoni cassonati dotati di sponda idraulica, 50 motrici di varia dimensione e portata tutte dotate di gruppo frigorifero e sponda montacarichi, 30 tra bilici e bighe, 35 semirimorchi, sia centinati che frigoriferi, quasi tutti dotati di sponda montacarichi. I trasporti sono assicurati e sempre corredati della documentazione necessaria alla movimentazione, specialmente se si tratta di prodotti a cui deve essere riservata particolare attenzione».

Bertoldo ha sede a Caselle di Santa Maria di Sala (Ve)
www.bertoldosrl.com

Il valore aggiunto di Bertoldo, che opera da ben tre generazioni, sta, dunque, nell'aver sviluppato una pianificazione ben precisa che garantisce affidabilità, puntualità e precisione della sua prestazione. Tutte le operazioni sono in mano a autisti e operatori esperti e ben organizzati, supportati da attrezzature specialistiche per il carico e scarico. «Da oltre 40 anni – dice orgoglioso Mauro - realizziamo trasporto conto terzi. La nostra è una realtà che ha saputo evolversi nel tempo e apportare soluzioni innovative per ottimizzare i suoi processi. Ogni fase è coordinata al dettaglio e anche per questo motivo siamo un'azienda consolidata e riconosciuta in tutto il territorio veneto».

RESTARE SEMPRE COMPETITIVI

Per sopravvivere alla concorrenza, però, non basta la sola forza di una consolidata competenza multi generazionale, bensì serve una pluralità di fattori che non lasciano di certo spazio a nessuna possibilità di improvvisazione. «Personale qualificato, un parco mezzi moderno e adeguatamente allestito pronto alla presa in carico di oggetti di diversa natura e un servizio di logistica professionale. E poi il prelievo e la raccolta della merce, lo stoccaggio e il deposito, la distribuzione e la consegna. Tutte queste possono sembrare semplici operazioni e sicuramente lo sono per una ditta come la nostra che ha fatto del coordinamento e della gestione di ogni fase un servizio di cui si nota la differenza rispetto ad un altro di pessima qualità. I nostri autisti prelevano la merce direttamente nel deposito indicato e provvedono alla movimentazione presso la destinazione operando con assoluta puntualità e precisione, rispettando i tempi di consegna. I nostri operatori si occupano anche della conservazione e gestione delle scorte, dell'imballaggio e del confezionamento della merce. La consegna avviene in modo rapido e durante il trasporto la merce viene costantemente monitorata fino a destinazione, che si tratti di un piccolo punto vendita o di catene della grande distribuzione» aggiunge Riccardo Bertoldo.

Ma come si concretizza il know how di Bertoldo? Come riesce ad assiste il cliente in tutte le fasi della logistica? Partendo dal presupposto che bisogna conoscere a fondo le dinamiche che regolano

UN PROTOCOLLO BEN PRECISO

Veneto, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna e Liguria. Qui il network distributivo si divide in diverse piattaforme logistiche: magazzini centrali, magazzini centrali e transit point, transit point partner, filiali transit point. La Bertoldo Srl opera dagli anni '70 in un settore particolarmente strategico per le imprese. E lo fa adottando un'organizzazione delle sue risorse ben precisa e volta al continuo miglioramento del suo empowerment. «Il nostro personale tecnico è altamente specializzato e dotato di mezzi assicurati e rintracciabili in ogni momento dal cliente» spiega Mauro Bertoldo, titolare dell'azienda che è arrivata alla sua terza generazione.

i processi della distribuzione, ecco come questa azienda può essere il partner ideale. «Permettiamo al cliente di poter contare su un unico interlocutore e sulla stessa professionalità in molteplici regioni, fornendo magazzini coperti e scoperti nei quali organizzare tutto il processo logistico-distributivo. Inoltre, assicuriamo in ogni momento la costante tracciabilità del trasporto. Nella nostra sede di Santa Maria di Sala (Ve), abbiamo un deposito dotato di celle a temperatura controllata e di radiofrequenza per venire incontro alle molteplici necessità. L'area in cui possiamo fornire una fitta rete di depositi e transit point sono il Veneto, il Friuli Venezia Giulia, la Lombardia, il Piemonte, l'Emilia Romagna e la Liguria. Qui il network distributivo si divide in diverse piattaforme logistiche: magazzini centrali, magazzini centrali e transit point, transit point partner, filiali transit point».

TRASPORTI A TEMPERATURA CONTROLLATA

Soluzioni all'avanguardia vengono adottate da Bertoldo anche nel trasporto espresso a temperatura controllata di piante e fiori. Il risultato finale garantisce la tutela, la sicurezza e la freschezza dei prodotti e mostra la profonda conoscenza di tutte le problematiche del settore, nonché la capacità di dominarle. D'altronde questo mondo è sempre affascinante, ma come sappiamo la data di scadenza di una pianta o di un fiore reciso spesso cambia anche di stagione in stagione e dipende anche dalla specie. Gestire correttamente il loro mantenimento e conservazione diventa cruciale e, di conseguenza, il trasporto acquisisce una grande responsabilità. E se chi se ne occupa lo fa in maniera ben organizzata, i produttori del settore e i venditori ne ricevono vantaggi non da poco. «Il servizio offerto dalla nostra azienda – dice Riccardo - è il trasporto espresso su strada. Ci occupiamo della movimentazione di fiori freschi e recisi verso i maggiori mercati florovivaistici italiani ed europei. Il nostro è un servizio assolutamente affidabile grazie a una ventennale esperienza nel settore e a una flotta di mezzi frigoriferi che possono garantire l'esecuzione ottimale del trasporto a temperatura controllata di fiori e piante non solo in Veneto ma in tutta Italia, arrivando anche all'estero grazie a una fitta rete di transit point nazionali e internazionali». Ecco perché, dunque, scegliere Bertoldo per il trasporto di piante e fiori: «I nostri mezzi vengono opportunamente allestiti con sistemi di bloccaggio e pianali in grado di alloggiare e contenere in totale sicurezza qualsiasi prodotto florovivaistico, garantendone l'integrità durante il trasporto. Bertoldo è la soluzione perfetta per le seguenti esigenze: trasporti a temperatura controllata, trasporti con sponda idraulica, logistica distributiva personalizzata, gestione picking con radiofrequenza, trasporto con rolls, trasporto con carrelli. E se il trasporto dei fiori e delle piante non avviene immediatamente, siamo in possesso di un deposito merci dotato di celle a temperatura controllata in cui stoccare i prodotti fino al momento del carico e conservarli alla temperatura corretta per assicurarne l'integrità». E quando si parla di trasporto a temperatura controllata Bertoldo comprende i prodotti alimentari, chimici, tecnologici e botanici che devono essere conservati a una precisa temperatura in ragione della loro natura deperibile. «Col tempo siamo diventati un punto di riferimento per molte imprese italiane che si affidano a noi per avere la certezza di una spedizione su strada sicura, in grado di tutelare i prodotti fino alla destinazione finale. In ogni fase del trasporto, partendo dalle operazioni di carico fino a quelle di scarico, i nostri trasportatori lavorano per limitare il più possibile gli sbalzi di temperatura garantendo l'integrità e la bontà della merce. Sappiamo di essere responsabili di quanto i clienti affidano ai nostri servizi, ecco perché la nostra squadra di autisti è composta da professionisti opportunamente formati. E sempre per garantire un trasporto sicuro e affidabile seguiamo in modo rigoroso un protocollo aziendale, sviluppato nel pieno rispetto degli standard europei di sicurezza, igiene e conservazione. A partire dai mezzi frigo che impieghiamo per il trasporto a temperatura controllata: coibentati, sottoposti a regolare manutenzione certificata e conformi alla legislazione vigente. Possiamo trasportare prodotti a temperatura controllata dai -20° ai +20°. Le celle frigorifere mantengono la medesima temperatura durante l'intera fase di movimentazione. I gradi presenti all'interno del mezzo frigo viene controllata dai nostri autisti prima di partire, durante il trasporto e alla consegna della merce».

• **Lea Di Scipio**

FATTORI DETERMINANTI

Personale qualificato, un parco mezzi moderno e adeguatamente allestito pronto alla presa in carico di oggetti di diversa natura e un servizio di logistica professionale

FIORI, PIANTE E ALIMENTI VIAGGIANO TRANQUILLI

«Trasportare piante e fiori vuol dire movimentare prodotti estremamente delicati e deperibili. Mantenere la temperatura controllata durante l'intero viaggio è vitale. I nostri autisti si occupano del trasporto di fiori e piante, sia in vaso che in zolla, e vengono posizionati utilizzando appositi sistemi di fissaggio in modo che non possano muoversi e danneggiarsi durante la movimentazione. I nostri mezzi frigoriferi possono, inoltre, trasportare a temperatura controllata verdura, frutta e altri alimenti. Gli autisti di Bertoldo si occupano di tenere monitorata costantemente la temperatura e a non interrompere la catena del freddo durante le operazioni di carico e scarico».

La svolta dell'eye tracking

CON MARCO GALARDI E MARCO BONFANTI DI VISUAL ART GROUP, UN'ANALISI DELLE STRATEGIE PIÙ EFFICACI PER IL PACKAGING DESIGN E IL BRANDING

C'è un grande fermento nell'ambito del visual design e del branding, una diretta conseguenza dell'impennata dell'e-commerce che la pandemia si è portata dietro. L'analisi di Marco Galardi e Marco Bonfanti, fondatori di Visual Art Group - agenzia creativa che dal 1999 opera a livello nazionale e internazionale - lo evidenzia dettagliatamente. Molte aziende hanno infatti dovuto reagire velocemente, mettendo on line o sistemando in tempi record il loro e-shop. È oramai certo che l'e-commerce non è più solo un'opportunità tra tante, ma un elemento determinante per la propria crescita.

Come influisce questo sulla comunicazione e sul packaging design?

MARCO GALARDI: «Di fatto molte aziende si stanno rendendo conto che le nuove strategie digital sono inefficaci se la comunicazione del brand o il packaging non sono adeguati. Non serve realizzare un nuovo e scintillante e-shop se poi mostri prodotti vecchi, pensando che ciò basti per suscitare interesse e riuscire a vendere. C'è una presa di coscienza nuova e molta più attenzione sia verso operazioni di restyling, sia di lancio di nuovi prodotti. Del resto, l'utilizzo di piattaforme come Amazon hanno portato tante aziende a confrontarsi con decine di competitor, molti provenienti da altri mercati, con logiche commerciali e di comunicazione diverse da quelle a cui siamo abituati e spesso molto efficaci. Visto il costante confronto è necessario rimanere vigili e guardare ai trend emergenti. II recente fenomeno dell'unboxing è un esempio di come le logiche di comunicazione possano cambiare velocemente: il pack non è più solo un involucro che protegge e conferisce al nostro prodotto dignità per lo scaffale, ma diventa la promessa di un'esperienza, in cui il consumatore ha un ruolo chiave».

Visual Art Group si trova a Milano
www.visualartgroup.it
info@visualartgroup.it

Qual è il vostro consiglio per una Pmi del settore alimentare?

MARCO BONFANTI: «Pensare come una multinazionale, ovvero lavorare sulla base di una strategia, comprendere i valori della propria marca per renderli evidenti nella comunicazione, analizzare i competitor e capire i loro punti di forza e debolezza, non solo in termini di caratteristiche di prodotto, ma anche di comunicazione. Ultimamente si vedono sugli scaffali molti prodotti nuovi, con una grafica moderna, in alcuni casi anche molto creativa, ma che tradiscono poca o nulla attenzione alle performance».

Parlando di packaging cosa si intende per performance?

M.B.: «Indipendente che si tratti di uno scaffale fisico o digitale, un packaging è efficace solo se serve a vendere e per farlo deve comunicare al consumatore i punti chiave del prodotto, i valori della marca e deve farlo nel giusto ordine, senza consentire distrazioni e, soprattutto, prima dei concorrenti che gli vivono accanto. Scott Young (ceo della Perception Research Services) afferma che la performance di un packaging riguarda la comunicazione e la persuasione piuttosto che l'estetica. E io sono d'accordo. Questo non ha nulla a che fare con l'abilità creativa del designer o la "piacevolezza" di un pack, che sono prerequisiti essenziali; quello che voglio dire è che l'aspetto visivo da solo non è sufficiente: la competizione è agguerrita, il consumatore distratto, abituato a scelte rapide e ha poco tempo e molte alternative. Un packaging per vendere deve essere efficace e non solo gradevole. È un cambio di paradigma. Per gestire un progetto di packaging bisogna essere dotati di creatività, esperienza, occhio critico e specifici strumenti di verifica».

L'ESTETICA NON BASTA

Per gestire un progetto di packaging bisogna essere dotati di creatività, esperienza, occhio critico e specifici strumenti di verifica

Esistono strumenti per affrontare questo scenario?

M.G.: «Ogni agenzia ha i suoi. Noi ne abbiamo diversi, il più importante è un metodo che abbiamo chiamato Eased (Eye tracking assisted design) che si avvale di diversi strumenti tra cui l'eye tracking basato su algoritmi che valutano l'efficacia di un pack in tre momenti fondamentali: l'analisi della concorrenza, la valutazione creativa, l'analisi del pack a scaffale».

Quali vantaggi offre questo metodo?

M.G.: «I vantaggi sono molti: in primis misura l'appeal e l'efficacia visiva di ogni pack, perfezionando il design contestualmente alla fase di progettazione. Poi valuta "l'indice di visibilità" degli elementi di un packaging, fornendo importanti informazioni a supporto degli obiettivi di marketing e del processo creativo. Il metodo è anche in grado di aiutare i nostri clienti nell'analisi approfondita della concorrenza. Dato che un packaging non vive mai da solo, una simulazione del prodotto a scaffale, accanto ai suoi competitor reali, è un altro passo importante per valutare l'efficacia del pack prima che venga distribuito».

• **Lucrezia Gennari**

COME FUNZIONA

L'eye tracking è il monitoraggio dei movimenti oculari e dei punti di fissazione che indicano quali stimoli visivi sono più rilevanti per l'osservatore quando guarda un oggetto. Il nostro cervello, infatti, processa gli stimoli visivi secondo una gerarchia precisa e meno del 10 per cento di ciò che abbiamo davanti entra nel nostro campo visivo. In più l'attenzione è vincolata da fattori psicologici e ambientali, per cui se abbiamo fretta il tempo dedicato a processare le informazioni si contrae. È quindi fondamentale capire cosa si guarda e per quanto tempo. Analizzando il movimento oculare, si possono individuare gli elementi di un visual o di un packaging che sono in grado di coinvolgerci inconsciamente.

ESSEOQUATTRO

ATTIVA LA DOPAMINA* dei tuoi clienti con il BAGVERTISING

*La dopamina è nota per le sue funzioni legate al piacere e alla ricerca della ricompensa

SCOPRI COME FARE

Il potere del packaging

CREA ASPETTATIVA E ACCRESCE IL DESIDERIO

La **food experience** coinvolge **tutti i sensi:** il cibo si sceglie con gli **occhi**, si desidera per il suo profumo e, solo in un secondo momento, ci si innamora del suo **sapore**.

La **memoria sensoriale** però conserva le informazioni visive recepite per non più di **mezzo secondo**. Per questo motivo è essenziale presentare il prodotto in maniera strategica, per generare l'***effetto wow*** e attivare quel meccanismo del cervello che, allo **stimolo visivo**, risponde con il **rilascio di dopamina**, l'ormone noto per le sue funzioni legate al **piacere** e alla ricerca della **ricompensa** e che è anche alla base del **processo di acquisto**.

Generare dopamina significa **motivare il cliente** e i **packaging Esseoquattro** sono studiati e progettati esattamente con questo obiettivo.

PROMUOVE EFFICACEMENTE IL PRODOTTO

Il bagvertising è una forma di **advertising non convenzionale** che attraverso la **personalizzazione del packaging**, consente di realizzare **campagne mirate** di brand awareness, di lancio e di posizionamento di nuovi prodotti.

Una campagna di advertising con i **sacchetti della Rosa** presenta **vantaggi aggiuntivi** dovuti anche alle loro caratteristiche ed **elevate performance**.

Innanzitutto fornire il proprio packaging personalizzato ai negozi di prossimità del normal trade e GDO, che lo utilizzeranno per il **banco servito** o in **eventi dedicati**, permette di coprire capillarmente il territorio e, soprattutto, di arrivare in maniera mirata e diretta al proprio **target di riferimento.**

Dal punto di vista tecnico, invece, gli incarti e i sacchetti della **linea Ideabrill**, grazie alla **formula salvafreschezza brevettata**, prolungano la **shelf-life dell'alimento**.

Il loro destino, quindi, è di rimanere a lungo nella casa del consumatore ed essere visti per **tanti giorni** consecutivi e **più volte al giorno**, basti pensare a **quante volte si apre il frigo** nell'arco di una sola giornata.

Il **brand** e il **messaggio** che si vuole veicolare pertanto saranno proposti e riproposti al **target di riferimento**, ancora e ancora, anche grazie al fatto che il sacchetto può essere riutilizzato anche per la **conservazione in frigo** di altri alimenti, una volta terminato ciò che conteneva originariamente.

- Valorizzazione del prodotto
- Alta profilazione
- Esposizione prolungata del messaggio
- Maggiore ritorno sull'investimento

In questo modo la **durata della campagna** risulta **massimizzata** e il **ritorno sull'investimento è maggiore** di quello di un media tradizionale.

Non solo: associare un prodotto a un packaging in grado di rispondere ai bisogni di un **consumatore** che è **profondamente mutato**, significa dargli **valore aggiunto.**

Infatti, nell'era del next normal il consumatore è molto più attento ed esigente: è sensibile sia all'**ecosostenibilità del packaging**, sia allo **spreco alimentare**.

I packaging Ideabrill consentono di conservare gli alimenti freschi, quali affettati e formaggi, per un **tempo maggiore** dei packaging tradizionali e quindi è possibile consumarli con più calma e **senza buttare via nulla.**

Tutto questo senza dover rinunciare all'**ecosostenibilità**, in quanto alla fine del loro ciclo di vita i sacchetti e gli incarti della linea Ideabrill si possono **riciclare interamente nella carta**, oppure è possibile **separare i loro componenti** (carta e film trattato), facilmente e in pochissimi secondi, per agevolare la **raccolta differenziata.**

IL CONSUMATORE NELL'ERA DEL NEXT NORMAL

oltre il 97%
È PIÙ SENSIBILE ALLO SPRECO ALIMENTARE
Dati Future Food Institute

oltre l'81%
È DISPOSTO A PAGARE DI PIÙ PER UN PACKAGING SALVAFRESCHEZZA
Dati Neurexplore

oltre il 60%
VUOLE UN PACKAGING SALVAFRESCHEZZA
Dati Neurexplore

oltre il 75%
VUOLE UN PACKAGING RICICLABILE
Dati Neurexplore

esseoquattro.it

Prestigioso marketplace internazionale

COME SI CONFEZIONANO I BENI DUREVOLI LO METTERÀ IN MOSTRA L'OFFERTA FIERISTICA DI IPACK-IMA, AL VIA DAL 3 AL 6 MAGGIO A MILANO NELL'AMBITO DEL FORMAT THE INNOVATION ALLIANCE. CON VETRINE AD HOC SU MATERIALI E LABORATORI DI RICERCA

PHARMINTECH

Salone specializzato in farmaceutica, nutraceutica, cosmeceutica e biotecnologie per il Life Science al debutto sul palcoscenico di Fiera-Rho in virtù di una partnership proprio con Ipack-Ima

Dal processo al confezionamento, dal design ai materiali innovativi, dall'etichettatura al fine linea, dall'automazione alla digitalizzazione. Su tutte queste fasi di lavorazione, tipiche dell'industria del largo consumo e dei beni durevoli, punterà i riflettori dal 3 al 6 maggio Ipack-Ima, marketplace internazionale di riferimento per i professionisti della galassia food e non food. Un appuntamento imperdibile del calendario fieristico milanese, al via quest'anno in concomitanza con altre quattro fiere nell'ambito del format The Innovation Alliance: Intralogistica Italia, GreenPlast, Print4All e soprattutto Pharmintech, salone specializzato in farmaceutica, nutraceutica, cosmeceutica e biotecnologie per il Life Science al debutto sul palcoscenico di Fiera-Rho in virtù di una partnership proprio con Ipack-Ima.

OTTO LE BUSINESS COMMUNITY COINVOLTE NEL PALINSESTO

Rimodernata nella forma grazie all'integrazione con MyIpackIma, piattaforma digitale dove espositori e buyer possono profilarsi e fare matching, e dotata di una capacità attrattiva che nell'ultima edizione ha richiamato 1500 espositori e più di 74 mila visitatori da 146 Paesi, la manifestazione organizzata in joint venture da Ucima e Fiera Milano sarà l'atto conclusivo del ciclo di avvicinamento "On the road to Ipack-Ima". Terminato a novembre con la tappa di presentazione a Dubai, nel corso della quale gli stakeholder coinvolti hanno messo a fuoco le soluzioni sostenibili di processing&packaging da applicare a un mercato chiave come quello alimentare. «Ora che finalmente abbiamo ripreso le attività in presenza- dichiara Rossano Bozzi, ceo di Ipack-Ima- intendiamo offrire all'industria del food&beverage un'esperienza unica di ritorno al contatto con aziende, retailer ed esperti del settore. Con l'obiettivo di generare ritorni concreti in termini di networking, che possano tradursi in progetti e nuove opportunità di business». Per valorizzare le sinergie e le competenze trasversali ai settori, saranno ben otto le business community destinatarie del palinsesto espositivo di Ipack-Ima 2022, disegnato per offrire una customer journey accessibile e smart: pasta, bakery & milling; liquid food&beverage; sweets, confectionary& snacks; beauty e personal care; food fresh e convenience; industrial & durable goods; chemicals & home care; pharma & nutritional. Un universo di operatori accomunato dall'interesse verso il trasferimento tecnologico che avrà la possibilità di scoprire in anteprima materiali innovativi, sistemi di etichettatura, codifica e marcatura, tecnologie di ultima generazione, apparecchiature per il confezionamento e macchine per l'imballaggio da trasporto e per il fine linea in grado di coniugare design, efficienza produttiva e sostenibilità.

FOCUS SU IMBALLAGGI GREEN E PACKAGING FARMACEUTICO

Su quest'ultimo aspetto in particolare stringerà la lente il progetto tematico Ipack-Mat, che quest'anno da area speciale evolverà in brand. Ideato in collaborazione con Conai per garantire maggiore identità a tutti i materiali di imballaggio presenti tra i padiglioni milanesi, Ipack-Mat sarà la vetrina privilegiata per imballaggi ecofriendly, applicazioni che allungano la shelf life del prodotto e concept produttivi ispirati ai principi dell'economia circolare. La seconda area speciale che farà il suo ingresso nell'edizione 2022 è Ipack-Ima Lab. Organizzata con l'ausilio dell'Istituto italiano imballaggio, questa nuova sezione di Ipack-Mat arricchirà il mosaico espositivo dando spazio a laboratori e istituti di certificazione e ricerca specializzati in verifiche di qualità e conformità legate a normative sui Moca, materiali e oggetti che possono venire a contatto con gli alimenti. Per arrivare, infine, al vero fiore all'occhiello della proposta fieristica 2022 che sarà appunto Pharmintech, che sbarcherà a Milano per la sua settima edizione portando in dote i 322 espositori e i 6355 visitatori, di cui il 20 per cento esteri, accolti nella sesta. «La Lombardia- evidenzia Sergio Dompé, presidente di Pharmintech 2022- è uno dei più importanti hub in Europa per l'industria farmaceutica, in cui si concentrano la produzione e il settore del contract development e le manufacturing organization. Milano è la capitale di questo ecosistema, connessa a livello internazionale dai principali aeroporti del nord Italia e con una ricettività alberghiera idonea a ospitare gli operatori del settore da tutto il mondo». Le soluzioni più avanzate per il processo, la strumentazione e il packaging farmaceutico, nutraceutico e cosmeceutico saranno i target prioritari del Pharmintech alle porte, ma anche le camere sterili, le applicazioni per la gestione dell'impianto, i dispositivi medici e biotecnologie. Rinnovato anche il patrocinio con Afi, Associazione farmaceutici industria, che collaborerà per il coordinamento tecnico-scientifico dei convegni della manifestazione. • GG

Leader nel confezionamento conto terzi

L'analisi di Mirko Basilisco sulle ultime tendenze del packaging alimentare e le nuove tecnologie al servizio del settore. La parola d'ordine è ecosostenibilità, con soluzioni plastic free che garantiscano qualità, sicurezza e ridotto impatto ambientale

L'imballaggio ha un ruolo fondamentale nella nostra quotidianità. Altrettanta importanza riveste il packaging che nei secoli ha mutato la sua storia e la sua funzione: da bene unicamente strutturale e strettamente necessario si è evoluto in un mezzo in grado di comunicare ed entrare in relazione con il cliente fornendogli tutte le informazioni relative al prodotto e non solo, diventando in qualche caso anche interattivo. In un'accezione più generale, per imballaggi si intendono tutti gli involucri attraverso cui la merce viene rac-chiusa per diverse finalità come, ad esempio, la protezione dalla manipolazione e dagli agenti atmosferici, la conservazione nel tempo e il trasporto. In particolare, gli imballaggi alimentari rappresentano il mezzo che favorisce il trasporto dal produttore al consumatore o utilizzatore. Per questa ragione, nel tempo, questa soluzione si è evoluta ed è costantemente un oggetto di studio e utilizzo nel settore del consumo. È in questo delicato settore che opera Dinamic Service: «Siamo un'azienda che si caratterizza per la puntuale dinamicità nel rispondere alle richieste dei clienti, l'alta professionalità nel fornire soluzioni efficaci e congrue alle aspettative, l'estrema flessibilità e capacità di adattamento ai cambiamenti del mercato di riferimento - spiega Mirko Basilisco, consigliere d'amministrazione e direttore R&D e Business Development della società.

Sono queste caratteristiche ad esaltare il lavoro sinergico di tutte le risorse aziendali, nel rispetto scrupoloso della legislazione cogente applicabile di settore, della norma volontaria di riferimento e delle buone norme di lavorazione».

Quali sono i punti di forza che caratterizzano l'azienda e la contraddistinguono sul mercato?

«I nostri principali punti di forza sono innanzitutto un team manageriale giovane, fresco e supportato da idee innovative, dinamicità nel rispondere con competenza e velocità alle richieste dei clienti, flessibilità e capacità di adattamento alle richieste del mercato. La passione per il successo, il rispetto delle persone con cui lavoriamo e l'integrità nei comportamenti sono i nostri valori aziendali».

Quali sono i settori in cui maggiormente si sono affermati i cambiamenti e a cosa sono stati dovuti?

«In tutti i settori c'è stato un uso smisurato della plastica, ma negli ultimi anni diverse aziende hanno invertito la rotta e iniziato la conversione verso materiali più ecologici. Una decisione presa anche per rispondere alla richiesta di packaging plastic-free, una caratteristica che si rivela fondamentale nel processo decisionale d'acquisto. Per questo, piuttosto che utilizzare materiali monouso o non biodegradabili, molte aziende utilizzano differenti imballaggi ecologici.

Tra le alternative di packaging ecologico adottate dalle aziende, una di queste è quello di tessuto. Dalle shopper ai sacchetti per uso alimentare, fino alle confezioni per la moda e i sacchetti per trucchi e per la cosmetica: i tessuti sono adatti a contenere vari tipi di articoli, di diverse forme e dimensioni, sono resistenti agli urti e agli strappi e possono essere riutilizzati per tantissimo tempo e in tanti modi alternativi. Il settore del packaging di tessuto si sta allargando sempre di più ad un numero sempre maggiore di settori».

Quali sono le principali attività svolte dall'azienda?

«Abbiamo messo a punto una piccola grande rivoluzione: nell'approccio diversificato, passando da essere semplici contoterzisti a veri e propri consulenti, "advisor" per i nostri interlocutori; impegnandoci a fondo nel creare un'organizzazione interna giovane, aperta, moderna, un contesto lavorativo "familiare", basato su una mission chiara e condivisa. Il confronto costante con player strutturati, alcune multinazionali, ci ha permesso di evolvere in fretta, acquisire un metodo avanzato e su misura. Più che serialità, la parola d'ordine diventa flessibilità per virare su un servizio impeccabile, pronto a intercettare le tendenze del mercato. Così il core business si focalizza negli imballaggi di qualsiasi genere: dai materiali, dalle forme e dai design più variegati, appartenenti alle categorie primario, secondario e terziario; una classificazione tecnica dettata dalla funzione, dalla finalità e dal ruolo occupato lungo la filiera».

Qual è il vostro target di riferimento e quali prospettive vedete per il prossimo futuro?

«La nostra azienda si rivolge principalmente ai settori baby care, family care, agroalimentare, farmaco da banco, pulizia della casa, pellet, pet-food. Il nostro obiettivo è quello di portare la nostra esperienza a tutte quelle realtà che non sanno ancora cosa si nasconda dietro la parola packaging. In tal senso, riceviamo con-tinuamente richieste che vanno nella direzione di una maggiore attenzione verso l'innovazione e la ecoso-stenibilità. Entro vent'anni scompariranno il quaranta per cento dei lavori attuali per lasciare spazio a nuove attività che attualmente neanche esistono».

• **Luana Costa**

Tania Fontana co-founder e amministratore Dinamic Service, **Samantha Basilisco** co-founder e responsabile qualità, **Mirko Basilisco** consigliere d'amministrazione e direttore R&D e Business Development.

DAL 2006 A OGGI...

Dinamic Service srl ha un core business consolidato nelle attività di confezionamento, riconfezionamento ed etichettatura conto terzi di prodotti medicali, per la cura della persona e agroalimentari.

IN PARTICOLARE, EFFETTUA:

- Confezionamento primario in Clean Room
- Confezionamento compartimentato
- Sterilizzazione e confezionamento
- Confezionamento secondario
- Allestimenti promozionali
- Deposito e stoccaggio

Sede legale:
Via de' Carracci, 6/B - 40129 Bologna

Sede operativa 1:
Via Tratturo, 5/P - 65010 Spoltore (PE)

Sede operativa 2:
SVC Torretta, 32 - 65128 Pescara

Tel. e Fax 085-8505671
www.dinamicaservice.it
info@dinamicaservicesrl.it

Dinamic Service srl

Tecnologie di processo e confezionamento

FONDATA NEL 2008 DALL'INGEGNERE PIER GIORGIO ERCOLINI, TECHPHARMA È IMPEGNATA A SERVIRE L'INDUSTRIA FARMACEUTICA E BIOTECNOLOGICA, PROPONENDO PRODOTTI CHE INCORPORANO LE ULTIME E PIÙ INNOVATIVE TECNOLOGIE, IN CONFORMITÀ CON I CRITERI CGMP

Le specializzazioni dei partner industriali di TechPharma consentono di progettare soluzioni dedicate e personalizzate nel settore dei farmaci iniettabili, nell'ambito oftalmico, dei monodose per liquidi e semisolidi e nel confezionamento di ovuli e supposte.
Nell'area sterile, **TechPharma** propone soluzioni per il lavaggio e la depirogenazione dei contenitori farmaceutici e per il loro riempimento e chiusura. Quando viene richiesto il processo di liofilizzazione, questo viene integrato con la linea di riempimento, sotto isolatore per prodotti altamente attivi. Dopo l'ispezione elettronica del contenuto, i contenitori possono essere confezionati in vassoi di materiale plastico termoformato.
Si possono processare flaconi, carpule e siringhe sia in bulk che in nest e inoltre fiale, sia a punta aperta, sia di tipo D a punta chiusa.
Per il completamento del reparto di produzione iniettabili, **TechPharma** propone inoltre tecnologie per il lavaggio e la sterilizzazione con autoclavi di attrezzature e componenti macchina e infine, sterilizzatori terminali e pass box VHP.
Nell'area del confezionamento primario, **TechPharma** offre macchine per il riempimento di monodose con liquidi e semisolidi e macchine per processare ovuli e supposte in Pvc o alluminio. Nel caso di progetti che coinvolgono più competenze, TechPharma può proporre un servizio di coordinamento del processo di project management con i partner coinvolti, al fine di garantire il completamento della fornitura con la massima soddisfazione del cliente.
I partner industriali di TechPharma sono:

STERILINE, una delle realtà di maggior successo mondiale, nella produzione di macchine di processo in asepsi per l'industria farmaceutica e biotecnologica. Focalizzata sullo sviluppo di soluzioni di alta tecnologia per trattare flaconcini, fiale, carpulle e siringhe, fornisce al cliente un tangibile valore aggiunto ed una qualità costante nel tempo.

Steriline mod. RNFM10 Linea sotto isolatore per il riempimento di siringhe in nest con n°10 pompe di dosaggio

COLANAR è specializzata nella progettazione e realizzazione di macchine compatte per il riempimento e la chiusura di siringhe, flaconi e carpule in nest, con un target di velocità idoneo per i laboratori biotech e per le divisioni R&D delle industrie farmaceutiche.

Colanar mod.CMC 1031 macchina per la ghieratura dei flaconcini in nest

LAST TECHNOLOGY produce autoclavi, forni di sterilizzazione e di depirogenazione, pass box VHP, lavatrici per componenti macchina, essiccatori per polveri e sistemi integrati per il lavaggio e la sterilizzazione di tappi e ghiere.

Last Technology mod. TS - Impianto per la sterilizzazione terminale di flaconi

GEA fornisce impianti di liofilizzazione per le industrie farmaceutica e biotech. Con oltre 60 anni di esperienza ha il record di oltre 1000 installazioni. I liofilizzatori GEA, consentono ai clienti di progettare una macchina che soddisfi i loro requisiti di produzione specifici. L'esclusivo design delle piastre garantisce processi veloci e risultati uniformi anche in impianti di grande capacità.

GEA_Installazione on site di un liofilizzatore mod.Lyovac con sistema di carico/scarico automatico ALUS®

FARMO RES, dal 1965 è impegnata a progettare soluzioni affidabili e personalizzate per le esigenze dei clienti. La gamma di macchine comprende: termoformatrici verticali per supposte, monodose e orizzontali per siringhe, fiale e flaconi; macchine che trovano applicazione nei mercati farmaceutico, cosmetico, alimentare e del largo consumo. • **Lucrezia Gennari**

Farmo Res mod. Prima K7 per il confezionamento di siringhe in vassoi di Pvc

REFERENZE E SERVIZIO POST-VENDITA

«La nostra miglior referenza è l'esperienza dei nostri ben conosciuti partner che costituiscono il "Nucleo di Competenze Tecniche della Società" – afferma il fondatore, ingegnere Pier Giorgio Ercolini -. Alla qualità e allo sviluppo dei processi di progettazione, costruzione e collaudo degli impianti, fa seguito la qualità del servizio post-vendita, che ne garantisce l'affidabilità e la sicurezza del funzionamento nel tempo». ***www.techpharma.it***

Pharmintech
Powered by Ipack Ima

Visit us at Hall 2, Booth B74

Orienta la tua scelta verso la qualità

ASEPTIC PROCESSING

INSPECTION

FREEZE DRYING

PACKAGING

TECH PHARMA®
solutions finder

Steriline ASEPTIC PROCESSING
LAST TECHNOLOGY
colanar innovative solutions
GEA
FARMO RES

Alla scoperta della plastica sostenibile

CONVERTER SPECIALIZZATA NELLA PRODUZIONE DI PACKAGING FLESSIBILE, FLESSOFAB OFFRE SOLUZIONI PERSONALIZZATE DI ALTA QUALITÀ PER L'IMBALLAGGIO. NE PARLA LA BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER CARMELA FABBRICATORE

Ceflex, consorzio europeo di filiera, ha di recente tracciato i principi per la progettazione intelligente di packaging compatibili con i dettami dell'economia circolare. Linee guida precise, che Flessofab segue meticolosamente per lo sviluppo della propria gamma di prodotti eco-friendly. Dall'indicazione dei polimeri da utilizzare, alla definizione di tolleranze per gli additivi barriera e coperture di inchiostro, i criteri di packaging design sono determinanti ai fini del contenimento dell'impatto ambientale. È una tematica urgente che oggi viene dibattuta a livello internazionale: è possibile invertire la rotta, ma è necessario l'impegno di tutti.

Flessofab, azienda moderna e dinamica, ha progetto la linea Green Pack, prodotti innovativi atti a sostituire un poliaccoppiato multimateriale (costituito da strati di materiale plastico differenti, difficilmente riciclabile) con un poliaccoppiato monomateriale, totalmente riciclabile. Si tratta di una soluzione applicabile a molteplici settori - dai prodotti da forno al pet food, alla cosmesi, al caffè - che sfrutta un design intelligente, mantiene inalterate le performance e si configura come affidabile, innovativa e personalizzabile, oltre che green. Carmela Fabbricatore spiega che «il Green Pack è ottenuto da film di PE o PP accoppiati con tecnologia solventless. È disponibile in bobine o sacchi preformati, personalizzabile con stampa flessografica e rotocalco fino a 10 colori, adatto dunque a confezionare una vastissima gamma di prodotti. A ciò si deve aggiungere un design intelligente (eco design) e un livello di innovazione nella concezione del packaging che tengano in buon conto questi fattori: la valutazione dei materiali usati rispetto alla divisibilità funzionale allo smaltimento; la richiudibilità delle confezioni per minimizzare gli sprechi; la riutilizzabilità delle confezioni dopo lo svuotamento; la riduzione degli spessori compensata dall'impiego dei giusti materiali che rendano i pacchetti funzionali, ma anche leggeri per ridurre gli impatti dello stoccaggio, distribuzione e trasporto; la necessità di risparmiare sulla quantità di materiale impiegato studiando dimensioni appropriate; la funzione di informazione e comunicazione verso il consumatore».

Flessofab ha sede a Montemiletto (Av)
www.flessofab.it

"Ridurre - riutilizzare – riciclare" sono i valori seguiti dal reparto R&D di Flessofab che, lavorando costantemente nella prospettiva della facilitazione delle attività di riciclo, propone soluzioni innovative che mantengono invariati i criteri prestazionali. Lo sviluppo della gamma Green Pack avviene agendo su leve di prevenzione grazie a un'attenta attività di ricerca finalizzata a migliorare la performance dei prodotti. Una progettazione più smart, che tenga conto della funzionalità, unita all'alto tasso di personalizzazione consentito dai processi, può difatti condurre alla realizzazione di packaging performante e allo stesso tempo sempre più "green".

Flessofab comincia la sua attività sostenibile nel 1987, raccogliendo tutta l'esperienza trasmessa da una precedente generazione che, fin dagli anni Sessanta opera nell'industria dell'imballaggio. Gli alti standard di qualità hanno consentito a Flessofab di affermarsi progressivamente sul mercato nazionale e internazionale. «Le tecnologie di cui si avvale l'azienda nei suoi processi produttivi sono flessografia e rotocalco, laminazione solventless e linee per allestimento sacchi e sacchetti doypack. Spirito di squadra e interconnessione dei progetti identificano il nostro approccio alla crescita sostenibile. In questo senso, si rivelano strategiche le partnership di progetto con clienti e fornitori, che consentono di allargare le azioni orientate alla sostenibilità e al contenimento dell'impatto ambientale lungo tutta la filiera».

Per Flessofab la qualità non è solo conformità del prodotto, ma anche la creazione di un percorso di collaborazione con gli stakeholder con un unico scopo: crescere per far crescere. «Gli investimenti in R&D hanno l'obiettivo di offrire soluzioni di imballaggio nelle quali la forma si adatta alla funzione, l'utilizzo è semplice e ottimizzato per le esigenze di consumo, contribuendo in maniera significativa al recupero e al riciclo della plastica». Alcuni obiettivi dei progetti R&S sono: prolungamento della shelf life dei prodotti utilizzando nuovi materiali; ottimizzazione della fase di confezionamento (velocità e scarti) attraverso l'adozione di nuove soluzioni di packaging; riduzione dello spessore dei singoli film che compongono il packaging; utilizzo di plastiche riciclabili, utilizzo di plastiche biodegradabili e compostabili, utilizzo di film privi di composti clorurati, utilizzo di film barriera privi di alluminio. • **Ilaria Di Giuseppe**

SALVAGUARDARE IL PIANETA

La missione di Flessofab è chiara: ridurre l'impatto ambientale, fare ricerca costante, usare le tecnologie a vantaggio del recupero e del riutilizzo. E l'azienda si impegna a dimostrarlo anche implementando degli interventi mirati. «Abbiamo installato un impianto fotovoltaico, con una potenza di 403 kWp ed una superficie coperta di 4100 mq, che assicura una produzione annua di energia pulita di 475 MWh, evitando l'emissione in atmosfera di circa 250 tonnellate di CO2 ogni anno. Altro progetto importante è stato l'impianto per il recupero dei solventi, che, al servizio della macchina da stampa rotocalco, garantisce un'alta efficienza di abbattimento delle emissioni di Cov (composti organici volatili) e di recupero dell'acetato di etile. Grazie all'elevato tasso di purezza, annualmente circa 18 tonnellate di acetato di etile possono essere immesse nuovamente nel ciclo produttivo».

IL GREEN PACK

Ottenuto da film di PE o PP accoppiati con tecnologia solventless, è disponibile in bobine o sacchi preformati, personalizzabile, adatto dunque a confezionare una vastissima gamma di prodotti

Una politica di qualità e di riduzione degli sprechi

UN PACKAGING DUREVOLE, ECOSOSTENIBILE E INNOVATIVO. CON UNO SCRUPOLOSO STUDIO DEI PROCESSI UTILIZZATI DAI PROPRI CLIENTI, MAUTONE PACKAGING REALIZZA PRODOTTI AD HOC, PENSATI PER PRENDERSI CURA DEI PRODOTTI ALIMENTARI E DELL'AMBIENTE. NE PARLIAMO CON ARMANDO MAUTONE

Con sistemi di confezionamento completamente personalizzabili, intelligenti e che si prendono cura tanto degli alimenti conservati quanto dell'ambiente, Mautone Packaging Srl si dimostra un punto di riferimento per il mercato del fresco alimentare, con packaging innovativi e di alta qualità, e con un servizio d'eccellenza in grado di ottimizzare i costi e le performance dei propri clienti.

Con sede a Brusciano, in provincia di Napoli, la società, sotto la guida di Armando Mautone, ha saputo rinnovarsi e distinguersi in un mercato sempre più green, facendo di un'attenta valorizzazione del business dei propri clienti, il principale vettore per un servizio di successo da oltre 50 anni.

Con articoli che vanno dai contenitori salva-liquidi alla carta kraft avana, fino ai vassoi per alimenti, Mautone Packaging opera nel mercato del fresco da tre generazioni, distinguendosi come un autentico partner per clienti attenti a ottimizzare il proprio fatturato abbattendo i "costi nascosti". Cosa sono e in che modo contribuiscono a far perdere soldi alle attività commerciali?

«Acquistare un packaging per alimenti da un fornitore che non cura gli interessi del cliente comporta un grande spreco di soldi e di tempo, oltre che una cattiva pubblicità. Per costi nascosti si intendono quelli generati dall'utilizzo di prodotti che non svolgono bene la funzione di conservazione e contenimento dell'alimento, causando così un problema in termini di qualità e immagine. Un esempio concreto può essere la busta per i latticini che gocciola e "rovina" il resto della spesa del cliente o, peggio, i vestiti o la tappezzeria dell'auto, comportando una cattiva pubblicità per il punto vendita. Molto spesso la soluzione adottata dagli operatori è quella di utilizzare la "doppia busta" che oltre a essere un rimedio poco ecologico è soprattutto antieconomico perché di fatto raddoppia i costi di confezionamento. Un altro esempio può essere il vassoio di polistirolo che non drena bene i liquidi che fuoriescono dalla carne facendo sì che il prodotto si deteriori prima del tempo. Il costo nascosto in questo caso è rappresentato dalla carne invenduta o, peggio, dall'insoddisfazione del cliente per un prodotto conservato. Altri costi nascosti che il nostro cliente deve considerare sono le scorte di magazzino quando superano la giacenza settimanale o al contrario quando un ordine viene consegnato in ritardo. Il cliente sarà costretto a rimediare con packaging alternativi e improvvisati con inevitabili sprechi di merce, materiale e, ovviamente, di denaro».

Con una serie di servizi che fanno del tempismo e della qualità i propri punti di forza, la vostra azienda è specializzata in un packaging durevole, ecosostenibile e innovativo. Cosa contraddistingue il vostro approccio produttivo?

Mautone Packaging si trova a Brusciano (Na)
www.mautonepackaging.com

«Troviamo sempre la soluzione più funzionale ed economica alle esigenze di confezionamento di ogni cliente. Ci riusciamo perché, prima di proporre qualunque tipo di prodotto, esaminiamo con attenzione tutto il processo di confezionamento e vendita dei nostri clienti, analizzando esigenze e criticità per un'offerta ad hoc e pensata intorno a reali esigenze. Inoltre, cosa importante, consegniamo sempre con puntualità, precisione e tempestività. Grazie a un personale altamente qualificato e costantemente aggiornato, infatti, riusciamo a concludere qualunque operazione di scarico e controllo merce nel minor tempo possibile, a vantaggio di un'ottimizzazione dei processi, garantendo anche consegne urgenti, in ogni momento della giornata, con il servizio city express».

Grazie al vostro know how e a una storia di oltre 50 anni, Mautone Packaging si contraddistingue per un packaging e un servizio post vendita d'eccellenza. Com'è cambiato il mercato in questi anni?

«Prima i nostri clienti erano principalmente botteghe, poi negozi di quartiere, poi salumerie, macellerie, oggi lavoriamo anche con grandi catene di supermercati. Negli anni abbiamo ampliato il nostro target ed è cambiata la funzione del packaging che è diventato sempre più smart per rispondere a un mercato sempre più esigente e rapido nei cambiamenti. Accettare questa sfida e trasformarla in soluzioni vantaggiose per i nostri clienti ci ha permesso di avere un tasso di abbandono prossimo allo zero e una percentuale di oltre l'80 per cento di clienti fidelizzati da oltre 15 anni. Il motivo è semplice: instauriamo un rapporto professionale basato principalmente sulla fiducia, soddisfacendo al 100 per cento qualunque loro esigenza sul packaging alimentare, sulla precisione delle consegne e sull'azzeramento dello spreco. In una direzione che fa bene non solo al business ma anche all'ambiente». • **Andrea Mazzoli**

ETICHETTIFICIO
BERNA PRINT

Amministratore **Federico Berna**

LA RIVOLUZIONE 4.0 PER LE ETICHETTE ADESIVE

Un'azienda volta al futuro, un team giovane e professionale, macchinari all'avanguardia e tantissima qualità. L'Etichettificio BERNA PRINT Srl si è contraddistinto negli ultimi anni per la crescita e l'innovazione.
La nostra azienda investe principalmente in risorse umane mettendole al centro del nostro progetto, a queste abbiniamo investimenti e tecnologie innovative. Il nostro core business è la produzione di etichette adesive insieme a soluzioni per l'identificazione e la tracciabilità dei prodotti e packaging solution, i nostri settori di riferimento sono agroalimentare, logistica, automotive, security e anticontraffazione, chimico, cosmesi e farmaceutico oltre al settore spirit e wine.
Da anni abbiamo scelto aziende fornitrici di tecnologie di altissimo livello come Bobst; Nilpeter; AB Graphic; Grafotronic. Non abbiamo smesso di investire neanche nei momenti più difficili:
Nel 2020, in piena pandemia, abbiamo installato una nuova linea di stampa flessografica, una Bobst a 10 colori di fascia 430.
Nel 2021 abbiamo investito in una nuova linea digital label InkJet UV 7 colori, la Bobst Mouvent LB 702 UV e in una nuova linea per il finishing affidandoci a un partner storico come la Grafotronic per la nuova Cf2.
Questi nuovi investimenti velocizzano sempre di più la produzione, in un'ottica green di ridotto impatto ambientale, e permetteranno ai nostri user e ai nostri partner e rivenditori di avere etichette di altissima qualità anche con piccole tirature in tempi brevi.
Uno sguardo particolare va alle nuove tendenze del mercato come il green e le etichette vegane.

Berna Print

Via Adriana, 36 - 84012 - Angri (SA) - Tel. 081-914849 - info@bernaprint.com

LINEA ETICHETTE VEGANE

Con questi prodotti aiutiamo i marchi a diventare vegan dentro e fuori.
I prodotti di derivazione animale, infatti, non vengono utilizzati solo per produrre cibo e vestiti, ma si trovano anche in altre applicazioni. Numerosi brand in diversi settori si stanno impegnando per rispondere alla domanda dei consumatori vegani e di chi non vuole, in ciò che consuma, alcuna componente di origine animale.
Fra i nostri prodotti, abbiamo una tipologia di etichetta che supporta la domanda di imballaggi vegani. Completamente prive di prodotti animali, test e OGM, le nostre etichette vegane sono una novità sul mercato. Frutto dell'intenso lavoro dei nostri partner in ricerca e sviluppo, gli articoli di questa linea sono completamente approvati da EVE VEGAN®, un'organizzazione di certificazione indipendente associata a Vegan France.
Gli imballaggi ecologici ed etichette vegane aiutano i marchi a connettersi con i consumatori dimostrando di prendere sul serio i propri valori e impegni.

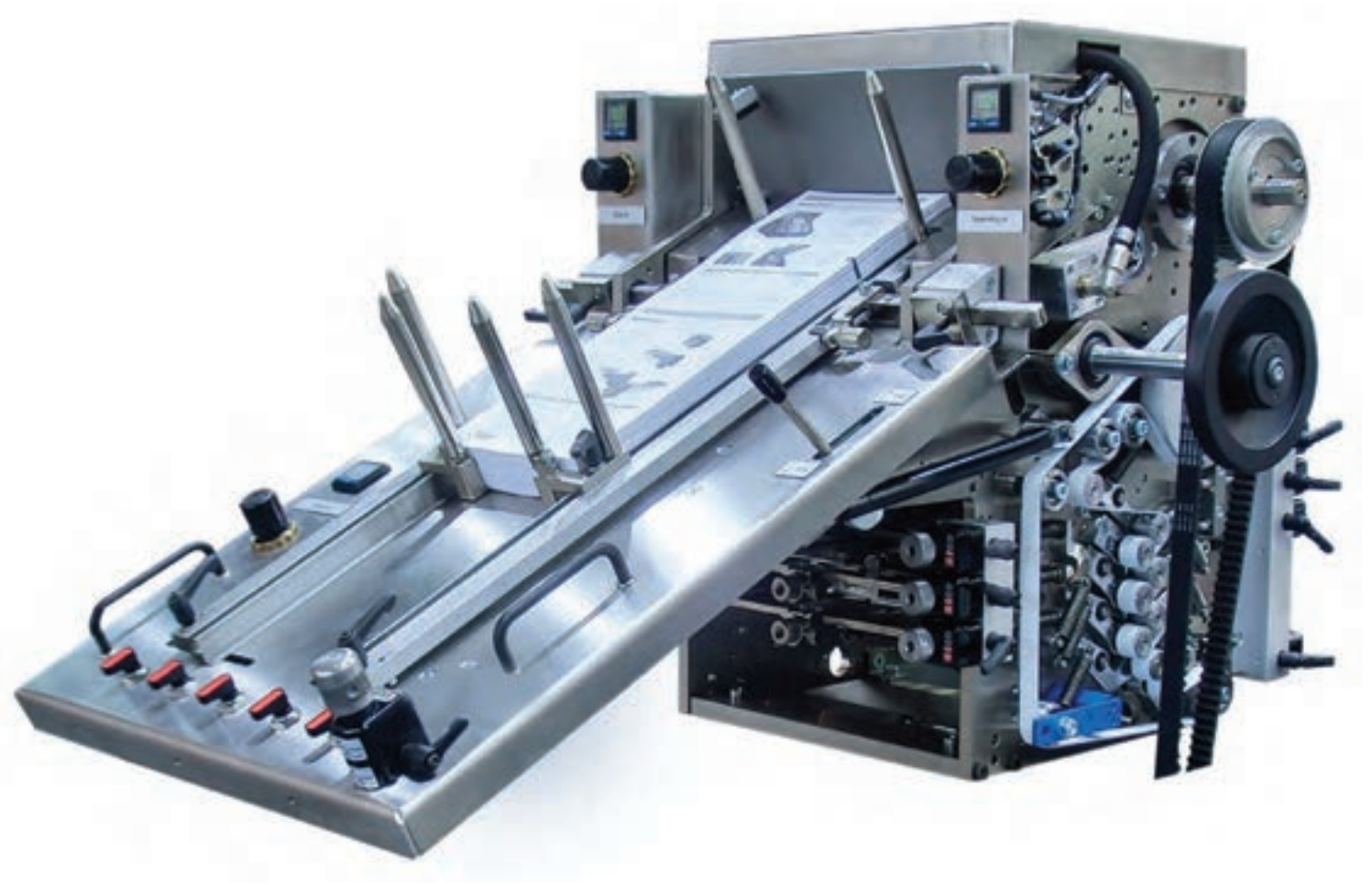
LINEA ETICHETTE COMPOSTABILI

Poiché i consumatori gravitano verso prodotti sostenibili, i marchi scelgono imballaggi che rispettino la natura e proteggano il nostro ecosistema. Le nostre etichette OK Compost fanno entrambe le cose. Certificate FSC®, sono approvate per il compostaggio industriale e sono la scelta perfetta per confezioni alimentari compostabili, cartoni per gelato, tazze da caffè, sacchetti per supermercati e altro ancora.

www.bernaprint.it

Piegatrici e robotica

CON ALESSANDRO CASIRAGHI, PRESIDENTE DI DCM, AZIENDA MILANESE CHE OPERA DA QUASI 50 ANNI NEL MONDO DEL PACKAGING INDUSTRIALE, ALLA SCOPERTA DELLE NOVITÀ PROPOSTE SUL MERCATO: DALLE MACCHINE PIEGATRICI AL DIGITAL TWIN



Ci sono confezioni che diventano il punto di riferimento visivo per l'acquirente, quell'appiglio a cui tornare con la mente quando si cerca qualcosa sugli scaffali dei negozi. In questi casi, il nome del prodotto può sfuggire, ma "l'abito" che gli è stato cucito addosso no. Quando questa magia si ripete da consumatore a consumatore, il ruolo del packaging nella strategia di marketing è più che assolto. Il suo compito non è semplicemente custodire, contenere, presentare al meglio un prodotto, quanto stimolare una forma di identificazione tra contenuto e contenitore, creando un'àncora visiva su cui l'acquirente ripone la sua memoria e la sua fiducia. Perché una scatola non è solo un involucro: è la "faccia" del prodotto e come tale va trattata, per restare fissata bene in mente.

Lo sa bene DCM Srl, azienda milanese che opera da quasi 50 anni nel mondo del packaging industriale. Fondata nel 1974, ha il suo core business nella distribuzione di macchine piegatrici per i settori farmaceutico, cartotecnico e delle arti grafiche in generale, ma nel tempo il suo portafoglio si è arricchito di nuove soluzioni di confezionamento, proponendo anche sistemi di alimentazione, trasporto, manipolazione e movimentazione robotica per vari settori industriali, dal food & beverage al farmaceutico e al cosmetico, fino ad arrivare alla logistica, con soluzioni applicabili anche all'e-commerce. L'azienda è esclusivista per l'Italia dei marchi Guk, Kraus, Autonox Robotics e BVM Brunner, attestandosi come fornitore di riferimento per i costruttori macchine.

«L'ampia gamma di prodotti commercializzati – spiega il presidente Alessandro Casiraghi – l'alta qualità dei brand distribuiti in esclusiva e il personale esperto e in costante aggiornamento, consentono a DCM di aiutare le aziende nella scelta delle tecnologie migliori per la gestione della produzione e del confezionamento, sviluppando soluzioni su misura per rispondere a specifiche necessità, sia in fase di progettazione che nel post-vendita, fornendo servizi di installazione, manutenzione, assistenza tecnica, formazione e ricambistica. Le macchine distribuite e installate da DCM si caratterizzano per qualità e affidabilità, grande velocità, versatilità, riduzione dei costi di manutenzione e dell'usura, alta customizzazione e massima compatibilità».

L'azienda si contraddistingue per un approccio di gestione del cliente a trecentosessanta gradi, proponendo macchine altamente integrabili anche su linee di produzione già esistenti. Questo la rende l'interlocutore ideale per i costruttori, consentendo di ottimizzare l'intero ciclo produttivo. La prima fase di raccolta delle informazioni per proporre la macchina, la tecnologia e la soluzione più idonea ed efficace è seguita da quella di test che nel caso dei robot industriali può essere supportata da un software di simulazione

DCM ha sede a Cologno Monzese (Mi)
www.dcm-italia.it

OLTRE 80 MODELLI

Le macchine piegatrici GUK rendono semplice anche la piega dei foglietti illustrativi più complessi. Grazie alla tecnologia impiegata, ogni giorno in Italia vengono realizzati milioni di prospetti illustrativi

ROBOTICA INDUSTRIALE

DCM Srl propone più di 250 modelli di robot controller independent tra cui Duopodi, Delta da tre a cinque assi e antropomorfi da tre a sei assi a marchio autonox Robotics, tra le aziende leader nel comparto della robotica industriale avanzata. Si tratta di soluzioni in grado di realizzare quasi ogni tipo di attività di confezionamento e manipolazione di prodotti, indipendentemente da peso e dimensione, in grado di lavorare con cicliche sostenute, rispondendo alle diverse richieste per payload e aree di lavoro: da 0,5 a 350 kg e da 200 mm fino a 2257 mm. I modelli standard sono arricchiti dalle rinnovate versioni in Hygienic Design, per lavorare nel packaging primario con grado di protezione IP69K.

«Per rispondere alle crescenti richieste di simulare i processi produttivi e in particolare di testare virtualmente i robot tramite il cosiddetto "gemello digitale" – spiegano dall'azienda milanese – abbiamo integrato nella nostra offerta la possibilità di simulare l'applicazione robotica del cliente tramite un software di virtual commissioning in grado di proporre il giusto dimensionamento robotico e di testare la fattibilità di un progetto. Si tratta di un grande vantaggio tecnologico che, nella maggior parte dei casi, può sostituire la parte dei test fisici della macchina».

delle applicazioni parametrizzabile.
DCM ha acquisito nel tempo molta esperienza nel fornire e installare i prodotti GUK, marchio tedesco fondato nel 1948, diventato sinonimo di macchine piegatrici ad alte prestazioni che realizzano dai prospetti illustrativi (pre-piegati in parallelo e/o in croce, insert, tagsert, outsert) alle segnature. L'azienda propone piega prospetti da foglio steso, prepiegato (quartino, sestino, ottavo, ecc.) o accoppiato, anche da bobina, con possibilità di piega in linea a cuneo. I formati realizzati dalle macchine GUK sono tra i più vari, con linee di piega che raggiungono velocità fino a 600 pezzi/min, grazie a soluzioni uniche e brevettate. Le macchine per la piega GUK offrono la possibilità di essere implementate con accessori e componenti aggiuntivi che ne estendono ulteriormente le capacità, come sistemi di lettura in linea con possibilità di scarto automatico per eliminare il rischio di frammischiamento, versioni con propria motorizzazione servo per retrofit su linee esistenti, versioni inox o ancora dotate di propria motorizzazione e basamento per pieghe fuori linea. Inoltre, gli alimentatori Pick and Place, i mettifogli per prospetti piegati e sbobinatori GUK consentono la produzione di prodotti tridimensionali (bustine, prospetti piegati, ecc.) nei materiali più svariati, con performance in termini di velocità, fino a 400 cicli/ min.
«Con oltre 80 modelli diversi di linee di piega, le macchine piegatrici commercializzate da DCM rendono semplice anche la piega dei foglietti illustrativi più complessi. Grazie alla tecnologia GUK, ogni giorno in Italia vengono realizzati milioni di prospetti illustrativi – aggiunge Casiraghi – e questo ci ha portato a mettere a punto un metodo originale, affinché la produttività delle macchine non venga mai compromessa, con piani di manutenzione preventiva e programmata delle linee di piega che assume un ruolo sempre più fondamentale per i nostri clienti. Per questo motivo, al fine di avere un monitoraggio costante, abbiamo creato per le linee di piega il sistema Mercurio, che svolge al meglio questi compiti e permette di interconnettere le macchine seguendo i criteri dell'Industria 4.0».
Per garantire una linea di produzione efficiente e ottimizzata, in grado di produrre e confezionare a regola d'arte, DCM propone gli alimentatori a frizione o pick&place a marchio Kraus, oltre a sistemi di trasporto e soluzioni speciali come etichettatura, serializzazione, codifica, ispezione e controllo. Azionati da potenti motori servo con velocità da 50 a 250 mt/min, gli alimentatori a frizione Kraus possono confezionare diverse tipologie di prodotti: planari (tagliandi, prospetti prepiegati, booklet, astucci, bustine, buste, blister, carte di credito, ecc.), in formati da 50 x 50 mm a 350 x 320 mm. Inoltre, possono gestire prodotti spessi fino a 30 mm (mod. Joker slide) e, a richiesta, formati speciali, dai più piccoli (kit opz.) ai formati maggiori (fino a 1.050 mm). «Gli alimentatori Kraus sono progettati per lavorare a ritmi industriali – continua il presidente di DCM – e sono ideali per dispensare prodotti a velocità elevate in diversi settori merceologici, soprattutto nel food & beverage e nel farmaceutico. Tutte le soluzioni KRAUS offrono un livello di qualità industriale testato per produzioni di grandi volumi di prodotto (3 turni – 7/7), richiedono poca manutenzione, sono molto semplici da regolare e grazie alla componentistica di qualità offrono una produttività elevata e costante nel tempo».
L'impiego sempre più frequente di materiali riciclabili nella produzione di strumenti e contenitori monouso ha comportato delle modifiche anche alle soluzioni tecnologiche adottate per la loro singolarizzazione e distribuzione, effettuate in modo completamente automatico sulle linee di produzione. «Per sostituire i vassoi termoformati in plastica con un supporto eco-sostenibile – conclude Casiraghi – con la casa madre tedesca abbiamo collaborato alla nascita della linea Brava. Composta da tre diverse macchine, fornisce come prodotto finito un supporto in cartoncino che presenta dalle due alle sei file di cuspidi che, in fase di confezionamento, vanno a ospitare prodotti come siringhe, boccette e flaconcini. In particolare, la soluzione Molto Brava, disponibile nelle due versioni normale e maxi, permette di realizzare vassoi in cartoncino nei formati fino a 250x250mm oppure fino a 350x350mm per ottimizzare tempo e risorse economiche aumentando la produttività».

GREEN PACKAGING

L'impiego sempre più frequente di materiali riciclabili nella produzione di prodotti e contenitori monouso ha comportato modifiche anche alle soluzioni tecnologiche adottate per la loro singolarizzazione e distribuzione

• Alessia Cotroneo

ETICHETTATURA E PERSONALIZZAZIONE

Da anni DCM è distributore esclusivista per l'Italia delle soluzioni per la stampa e il confezionamento a marchio Kraus, player tedesco che si è attestato come leader europeo nella costruzione di alimentatori e linee speciali. Tra le ultime proposte per le lavorazioni speciali, in particolare per l'etichettatura, spicca il sistema Labeljack, caratterizzato da un'elevata velocità di ciclo, dalla predisposizione all'industria 4.0 e dalla gestione di etichette di diverso formato. «Fra le molteplici lavorazioni sviluppate per le linee speciali – spiega il presidente Casiraghi – i sistemi di etichettatura hanno un ruolo di primo piano, soprattutto per l'alto livello di personalizzazione che possiamo offrire. Attraverso il controllo integrato di Labeljack è possibile impostare impostazioni come lingua, interfaccia e memoria del formato etichetta. I messaggi operativi e di avviso vengono visualizzati sul display a colori multi-touch. Grazie al suo esclusivo meccanismo di bloccaggio e alla semplicità d'uso, è garantita una facile maneggevolezza e la massima precisione e dinamica».

PACKAGING SOLUTIONS

INNOVAZIONE TECNOLOGICA, PROFESSIONALITÀ, QUALITÀ E AFFIDABILITÀ, 200% MADE IN ITALY

SERIE GOLD

SERIE QUARZ

SERIE DIAMOND

SERIE RUBINO

SERIE R

SERIE TIGER

Qualità garantita da AMC

200% Made in Italy

AMC progetta e realizza macchine confezionatrici e sistemi di automazione industriale per l'industria alimentare da oltre 25 anni. La passione e la flessibilità aziendale hanno fatto sì che le macchine e le soluzioni AMC siano ad oggi tra le più apprezzate al mondo.

La continua ricerca e l'innovazione tecnologica apportata al settore, è dimostrata dal rilascio di quindici brevetti nazionali e internazionali.

La qualità e l'affidabilità dei prodotti AMC sono certificati mediante sistema di gestione qualità Uni En Iso 9001:2015 attraverso un sistema di controllo qualità estremamente rigoroso.

Ogni prodotto è realizzato mediante energia prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili. AMC è un'azienda certificata Uni En Iso 14001:2015.

La filosofia "Taylor Made" che contraddistingue da sempre la AMC ha portato alla realizzazione di oltre 150 diversi modelli di confezionatrici ognuna delle quali completamente personalizzabile in base ad ogni specifica esigenza.

Le macchine AMC sono adatte ad ogni tipologia di industria alimentare con capacità produttive da 1000 a 24.000 pezzi/ora.

Ogni macchina è dotata dei sistemi di sicurezza all'avanguardia, ed è studiata per ridurre al minimo gli ingombri, i consumi, gli sfridi e i tempi e fermi di produzione.

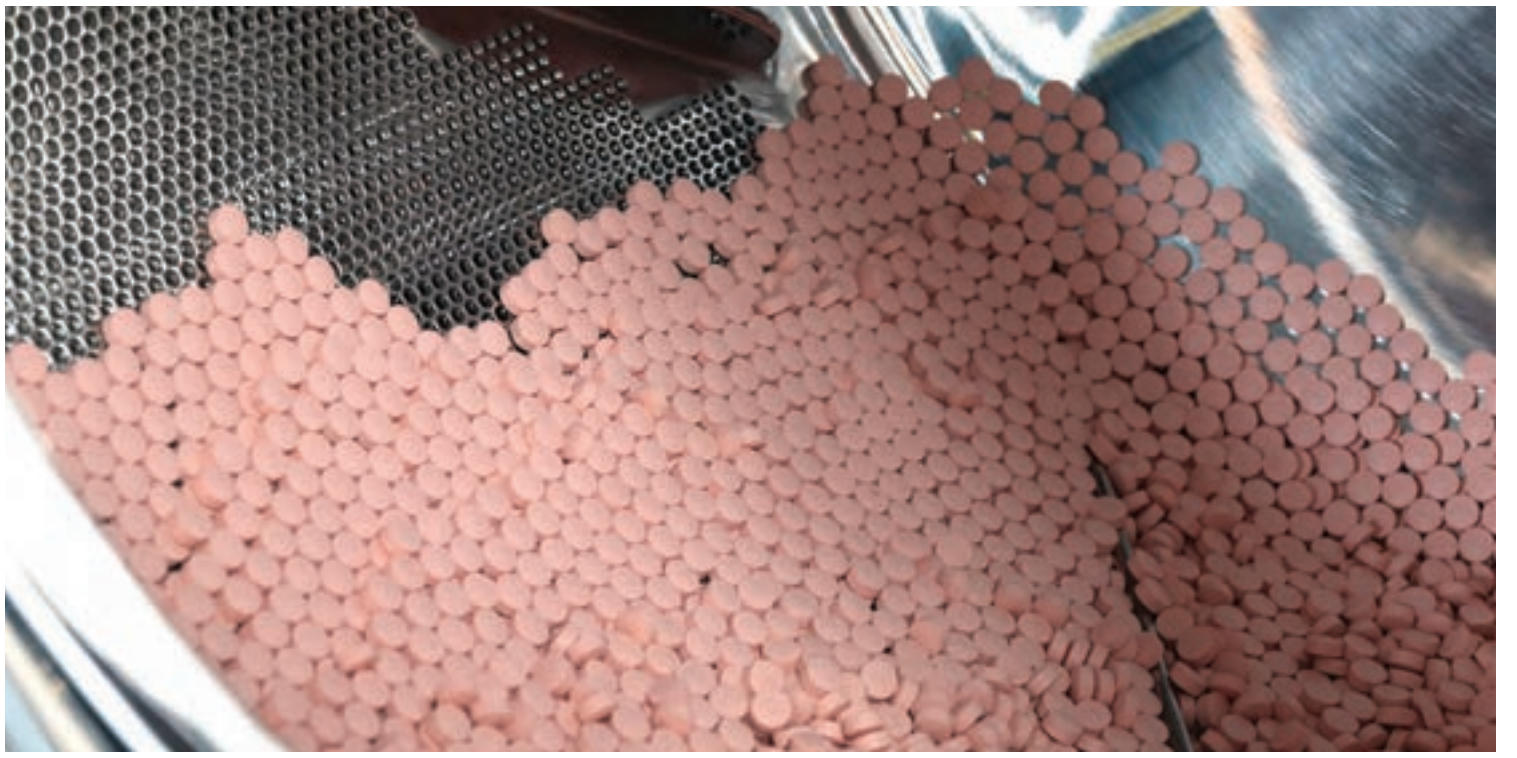
AMC è vincitrice del prestigioso premio "Campioni della Crescita 2022" rilasciato dall'ITQ (Istituto Tedesco della Qualità) e pubblicato sul quotidiano La Repubblica.*

Sigillo rilasciato dall'Istituto tedesco ITQF sulla base di un'analisi indipendente di aziende autocandidatesi con la maggior crescita di fatturato 2017-2020, dietro pagamento di una licenza temporanea. Per maggior informazioni consultare https://istituto-qualita.com/crescita*

Per maggiori informazioni visitare il sito www.amcpackaging.com oppure scrivere a info@amcpackaging.com

Una fucina di idee unica al mondo

DA PIÙ DI 60 ANNI IMA, GEMMA HI-TECH DELLA PACKAGING VALLEY, RACCONTA UNA STORIA INDUSTRIALE FATTA DI INTUIZIONI, PROCESSI SOSTENIBILI E GRANDE ATTENZIONE ALLE RISORSE UMANE



Migliorare la qualità della vita sul pianeta attraverso la tecnologia, riducendo gli sprechi alimentari e aumentando l'accesso a farmaci. Su questa filosofia professata nel cuore della Packaging Valley che pulsa tra Bologna e Parma transitando da Modena e Reggio, Ima ha costruito una storia di leadership che aggiunge nuove pagine da oltre 60 anni. Nel corso dei quali il gruppo guidato da Alberto Vacchi ha messo in fila una serie di investimenti e di intuizioni strategiche che oggi gli valgono un posto fisso tra i giganti industriali nella produzione di macchine automatiche hi-tech per la lavorazione e il confezionamento di prodotti farmaceutici, cosmetici, alimentari, tè, caffè e tabacco.

Il presidente e amministratore delegato di Ima ***Alberto Vacchi***

UNA CATENA PRODUTTIVA E LOGISTICA AD ALTA VOCAZIONE GREEN

Sacrificio, visione d'insieme, investimenti significativi in R&D e un dialogo costruttivo con gli end-user di riferimento le chiavi della crescita costante di una realtà che allo stato attuale conta 53 stabilimenti produttivi in Italia e all'estero, 6200 addetti, un network commerciale che raggiunge 80 Paesi e oltre 1700 brevetti depositati e attivi. Più la ciliegina sulla torta di un posizionamento geografico tra i più fortunati possibili. «Per il settore manifatturiero- confessa Vacchi- l'asse della via Emilia non ha praticamente eguali: la fucina di idee, la capacità innovativa che esiste in questa area è molto forte e paragonabile a poche altre zone nel mondo». Un ecosistema solido che offre a Ima l'habitat perfetto per dare forma alle proprie idee di automazione e meccanica avanzata, incardinate sui pilastri valoriali del gruppo. Primo fra tutti la sostenibilità al centro del progetto Ima Zero, fondamento del programma di sviluppo promosso dall'azienda con headquarter a Ozzano dell'Emilia. Nato per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità più attinenti alla propria catena del valore, Ima Zero intende perseguire i più alti standard qualitativi, adottando le migliori pratiche per la salute e la sicurezza dei propri lavoratori e minimizzando l'impatto ambientale. Con tanto di codice etico al quale attenersi nelle varie fasi produttive e logistiche e un OpenLab appositamente creato per ospitare laboratori tecnologici e un'area collaudo sulle tecnologie e i processi di ottimizzazione delle produzioni green. L'obiettivo principale dei laboratori, che solo nel periodo 2017-2021 hanno analizzato 3800 strutture di film testandone più di 400, è quello di trovare materiali alternativi alla plastica fondendo studi, sperimentazioni e attività di sviluppo industriale. Includendo tutte le fasi, dal design all'ingegnerizzazione di prodotto e processo, e approdando alla creazione di uno sterminato database contenente le composizioni e le performance di ogni materiale in relazione alle diverse macchine.

170

Le nuove assunzioni fatte nel 2021

IMPEGNO ESEMPLARE NELLA CURA E NELL'ATTRAZIONE DI TALENTI

Altro tratto peculiare del dna dell'azienda bolognese, organizzata nelle due divisioni principali Ima Industries e Ima Pharma, è l'attenzione alla competenza e al benessere delle risorse umane. Rivendicata da Ima come il suo vero punto di forza e che il premio Top Employer incassato nel 2022 per il quarto anno consecutivo certifica ulteriormente. Assegnato alle eccellenze HR che si distinguono per politiche attive di welfare e progetti innovativi orientati alla digitalizzazione e alla sostenibilità, questo premio riconosce l'impegno esemplare di Ima nella cura e attrazione dei talenti. Con oltre 170 nuove assunzioni fatte nel 2021 e un'importante attività di training continuo che ha superato le 103 mila ore all'interno del perimetro formativo dell'Ima Academy. In parallelo a queste politiche virtuose, il Gruppo Ima in questi anni ha sempre tenuto un occhio vigile sul business, non lasciando sfuggire le opportunità di espandere la sua influenza sui mercati e di consolidare la struttura societaria attraverso alleanze e operazioni di M&A. L'acquisizione del 70 per cento di Spreafico Automation, del 61,5 per cento di Tecmar e della maggioranza di Atop, leader mondiale nell'automazione industriale per la produzione di motori elettrici per E-traction, sono solo le ultime mosse messe a segno dalla multinazionale capitanata da Vacchi. Fino all'intesa raggiunta meno di due mesi fa con Thomas Becker dopo tre anni di proficua collaborazione, che ha visto Ima diventarne il principale azionista e Becker assumere la responsabilità completa del "Dairy Business", inclusa la divisione Ima Fillshape. «Questo nuovo assetto- sottolinea il management di Ima- non solo rafforzerà il rapporto tra entrambe le parti, ma assicurerà anche la coerenza della direzione strategica di Ima Dairy&Food, che continuerà a concentrarsi sullo sviluppo di nuovi prodotti e sull'innovazione, guidata dalle richieste dei suoi clienti».

• **Giacomo Govoni**

IL PROGETTO IMA ZERO

Nato per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità più attinenti alla propria catena del valore, intende perseguire i più alti standard qualitativi, adottando le migliori pratiche per la salute e la sicurezza dei propri lavoratori e minimizzando l'impatto ambientale

Quando la confezione diventa accessorio

SANDRA B APRE UNA NUOVA DIVISIONE SPECIALIZZATA NELLA PRODUZIONE DI ARTICOLI DI LUSSO PER IL PACKAGING DI PRODOTTI DI PROFUMERIA E COSMESI, VINI E LIQUORI E FASHION. SI TRATTA DI NUKO LUXURY PACKAGING, E CE NE PARLA ALBERTO BERNINI, PROPRIETARIO DELL'AZIENDA INSIEME ALLA SORELLA MARA

«Il concetto alla base dello sviluppo di Nuko Luxury Packaging è quello di dare una seconda vita al packaging. Il packaging tradizionale, e specialmente quello brandizzato che viene realizzato appositamente per accompagnare un prodotto specifico, una volta giunto nelle mani del consumatore finale non può che avere vita breve. NUKO propone articoli di packaging disegnati proprio per questo tipo di prodotti, ma pensati per rimanere con il consumatore nel corso degli anni. In questo modo il packaging del prodotto diventa esso stesso un prodotto accessorio, e si crea una forma di merchandising che continua nel tempo».

Il design elegante e raffinato e i materiali robusti e durevoli rendono i prodotti NUKO perfetti per accompagnare ed esaltare il branding degli esclusivi articoli che contengono, proteggendone allo stesso tempo l'integrità. «Il packaging NUKO permette di presentare il prodotto in una confezione che ne preannuncia qualità e unicità. Si tratta di involucri eleganti e raffinati, curati fin nei minimi dettagli, robuste all'esterno e morbide all'interno, disegnate ad hoc sul prodotto che contengono. NUKO è il packaging che eleva il brand del prodotto del nostro cliente, e allo stesso tempo coccola il suo cliente, donandogli, insieme al suo prodotto preferito, un accessorio che potrà riutilizzare a lungo. NUKO è anche cruelty free. Per garantire performance e durabilità, realizziamo i prodotti utilizzando esclusivamente materiali di sintesi come il poliuretano, ovviamente della migliore qualità».

I prodotti NUKO sono eco-sostenibili fin dalla progettazione, che li vede destinati a essere riutilizzati in varie modalità e per vari scopi, incarnando l'eco-filosofia aziendale. «La vera sostenibilità si misura non creando rifiuti. I prodotti di confezionamento, indipendentemente dal materiale, non possono essere completamente ecosostenibili in quanto sono destinati a diventare rifiuti. I nostri articoli sono invece pensati per essere riutilizzati per molteplici funzioni anche dopo aver svolto quella primaria di essere un veicolo d'immagine immediato del brand. Per la stessa filosofia, proponiamo ai nostri clienti la nostra produzione di tappi per la profumeria unici al mondo, realizzati per l'89 per cento in bio-resine certificate, il cui design riproduce materiali come il corno, la bakelite e il vetro jais, già fiore all'occhiello di Sandra B che possiede l'intera filiera della progettazione e della costruzione degli stampi per la sua produzione, impreziositi da effetti vellutati, finiture gommate e sfumature metalliche, opera del nuovo reparto di verniciatura dell'azienda». • **Costanza Manca**

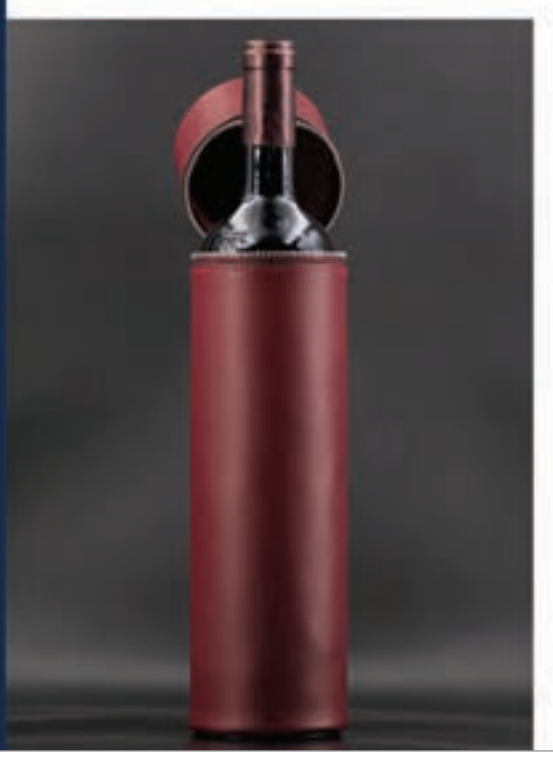
Sandra B si trova a Fontevivo (Pr)
www.nukoluxurypackaging.com

IL LUSSO SOSTENIBILE

NUKO è la nuova divisione di SANDRA B che si occupa di packaging di lusso per prodotti esclusivi di profumeria e cosmesi, e per i settori wine & spirits e fashion. Sandra B nasce nel 1967 a Parma, come produttore di accessori per l'industria della moda. Oggi la produzione continua nei due stabilimenti di Parma, ai quali si aggiungono le sedi di Francia, Belgio, Stati Uniti e Cina, che coprono la distribuzione in 35 Paesi. Come per l'azienda madre, l'obiettivo di NUKO è quello di unire eleganza, qualità e durabilità nel design dei propri prodotti. A questo si unisce la filosofia green dell'azienda, che dà una seconda vita al packaging trasformando un oggetto usa e getta in un accessorio utile e riutilizzabile pensato per rimanere con il consumatore nel corso degli anni, inseguendo una sostenibilità che non produce rifiuti.

SANDRA B SPA
Strada provinciale per Busseto, 25
43010 Bianconese di Fontevivo (PR)
Tel. 0039 0521 6121
www.nukoluxurypackaging.com
nuko@sandrab.it

NUKO
Luxury | Packaging |



Strip monodose, elegante e pratico

CON LA DOTTORESSA LAURA SPERANZA APPROFONDIAMO LE PREROGATIVE DI UNA DELLE AZIENDE LEADER NELLA PRODUZIONE DI PACKAGING MONODOSE DESTINATO PRINCIPALMENTE AI SETTORI COSMETICO E FARMACEUTICO MA NON SOLO. UN PRODOTTO SEMPLICE E SICURO, CHE PUÒ ESSERE DECLINATO IN DIVERSE FORME

Un'esperienza completa e un'alta specializzazione nella produzione e confezionamento degli strip monodose, fatta di attenzione, dettagli, professionalità e innovazione per fare sì che l'utilizzatore abbia un packaging sicuro e confortevole. La qualità del servizio offerto da Discos è apprezzata e riconosciuta dalle più grandi aziende italiane e straniere del mondo della cosmesi e della farmaceutica. «Lo strip monodose è stato ben accolto sui mercati per le sue caratteristiche di semplicità, giusto dosaggio, sicurezza nell'integrità del contenuto e per un uso specifico - spiega la titolare, dottoressa Laura Speranza -. Il nostro principale mercato di riferimento è quello della cosmesi in generale: prodotti di skin care, body care, lozioni per trattamento delle anomalie del capello, gel, sieri e prodotti dalla diversa viscosità, quali scrub e dentifrici. Realizziamo le confezioni per uso professionale ma anche per la rivendita al privato».

Oggi state ampliando e diversificando il vostro target?

«Ci stiamo inserendo anche in altri settori quali il veterinario, il diagnostico e quello degli integratori alimentari in forma liquida. Dopo aver lavorato per ottenere un buon posizionamento sul mercato italiano, grazie a nuove risorse interne, ci siamo rivolti con grande soddisfazione al mercato estero il quale assorbe oggi una buona parte della nostra capacità produttiva. A questo proposito abbiamo dedicato nuovi ambienti, macchinari e attrezzature ad hoc sfruttando anche i benefici dell'Industria 4.0, in un cambio di mentalità verso l'industriale, fermo restando le caratteristiche di un'azienda dal forte legame familiare (Elena Speranza, export manager, Adriano Speranza, responsabile stampaggio e tampografia, Matteo Bianchini, responsabile produzione e progettazione e realizzazione di macchine industriali). Uno dei motivi principali che ha spinto il fondatore Roberto Speranza a trasformare Discos in un'azienda conto terzi, è stata proprio la volontà di aprirsi a un nuovo mercato, proponendo un packaging d'avanguardia. Il monodose era allora conosciuto solo a livello farmaceutico ma le sue peculiarità potevano essere un nuovo stimolo al cambiamento, anche nel settore cosmetico. La limitata flessibilità ed elasticità esistente fino a quel momento è stata il nostro punto di partenza per poi divenire un importante punto di forza».

Quali sono le caratteristiche che vi contraddistinguono sul mercato rispetto ai competitor?

«Oggi Discos offre un servizio di alta personalizzazione - sia nei formati che nei materiali - nonché cura del dettaglio. L'attività congiunta di persone, mezzi e risorse, all'interno del reparto di ricerca e sviluppo ha implementato la produttività per mezzo di una serie di macchine speciali dedicate al confezionamento degli strip monodose, il diretto contatto con il management aziendale permette di avere risposte rapide e risolutive, l'apertura poi ai mercati esteri ha portato a conoscere nuove realtà e a dover affrontare nuove sfide. Tutto questo per soddisfare, ogni giorno, le esigenze di aziende leader nel settore cosmetico. Da oltre trent'anni molte aziende hanno adottato lo strip monodose, trasformandolo in un pack di tendenza e utilizzandolo sia per le linee professionali che per quelle rivolte al consumatore finale. Il packaging che proponiamo ha forme lineari e decise, ma può essere trasformato e personalizzato in vari modi».

Come per esempio?

«Noi realizziamo un monodose che non si limita a contenere il prodotto ma lo valorizza e lo protegge in una forma elegante e personalizzata. Il nostro reparto di stampaggio garantisce la possibilità di produzioni diverse per tipologia di materiali e colorazione del master, mentre in sede di stampa tampografica, il monodose viene personalizzato in base alla fantasia delle grafiche proposte dai nostri clienti. L'esperienza fin d'ora acquisita, ci permette di orientare le aziende clienti nella scelta della capacità più adatta in base al tipo di prodotto, verso una stampa tampografica semplice ma di design e di scegliere fra un ampio ventaglio di materiali plastici, dal neutro al colorato, ai materiali più soft, fino alle nuove versioni del packaging green. Siamo in grado di lavorare dai lotti pilota o di piccole e medie produzioni e, al tempo stesso, siamo organizzati per affrontare mercati e clienti più strutturati, sia nei quantitativi richiesti che nel rispetto dei tempi di consegna. Tutte le nostre lavorazioni avvengono in Clean Rooms Iso 8».

PECULIARITÀ

Realizziamo un monodose che non si limita a contenere il prodotto ma lo valorizza e lo protegge in una forma elegante e personalizzata

Quale bilancio può fare degli ultimi anni e quali prospettive avete per il futuro?

«Il settore della cosmetica è sempre stato in crescita. Negli ultimi anni, a causa della pandemia, abbiamo risentito di un fermo negli ordinativi, che però sul mercato italiano e su quelli stranieri, si è verificato in tempi diversi, quindi di fatto la nostra produzione non si è mai fermata. I nuovi progetti non mancano mai. Per il prossimo futuro prevediamo investimenti mirati a internalizzare tutte quelle fasi del processo produttivo e di lavorazione che ci permettono di avere un controllo quasi totale sulle lavorazioni effettuate». • **Luana Costa**

*La dottoressa Laura Speranza, alla guida della Discos di Oppeano (Vr) - **www.discos.it***

RICERCA E SOSTENIBILITÀ

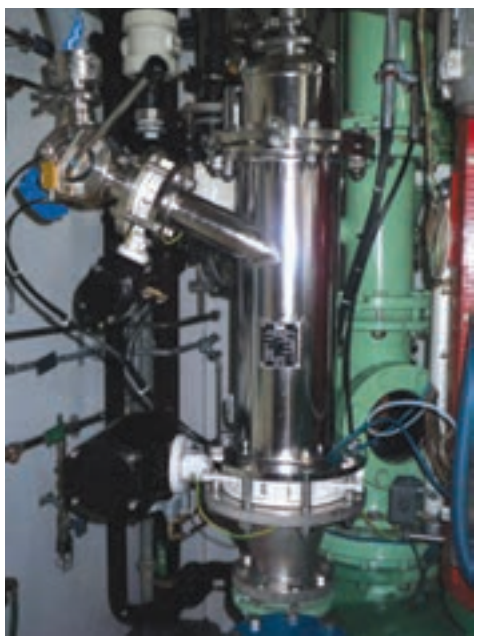
Il mercato oggi è proteso alla realizzazione di un'economia circolare, in cui lo scarto possa essere trasformato in una nuova materia prima. Pertanto Discos è sempre alla ricerca di nuovi materiali plastici che siano il più possibile compatibili con le esigenze ambientali e attua politiche di recupero dello sfrido. «Internamente disponiamo di un reparto di R&S sia per quanto riguarda i nuovi materiali plastici di derivazione non fossile o dal mercato del riciclo, sia per quanto riguarda lo studio, progettazione e realizzazione di macchine semi automatiche e robotizzate. Ricerca e test ci garantiscono una sempre maggior efficienza produttiva, lasciando più spazio al capitale umano di occuparsi del controllo qualità».

Dispersione polveri per il pharma, alla ricerca di soluzioni

FACCIAMO IL PUNTO CON ROBERTO PREVI, AMMINISTRATORE UNICO DI RIBE, SOCIETÀ DI INGEGNERIA E RAPPRESENTANZE DI MACCHINARI SPECIALIZZATA NELLA FORNITURA DI SOLUZIONI E CONSULENZA PER L'INDUSTRIA CHIMICA, FARMACEUTICA E ALIMENTARE

Il contenimento delle polveri è diventato una delle maggiori preoccupazioni per il settore dell'industria farmaceutica, vuoi per ragioni di ordine legislativo, vuoi per una rinnovata attenzione da parte dei produttori alla salvaguardia dell'ambiente e delle condizioni di lavoro del personale. Così, mentre fino a pochi anni fa era l'isolamento delle risorse umane, con dispositivi di protezione personale, la soluzione, adesso si provano a isolare i materiali impiegati, così da ridurne in maniera considerevole la dispersione. Ne abbiamo parlato con Roberto Previ, amministratore unico di RIBE Srl, società di ingegneria e rappresentanze di macchinari e linee complete, specializzata nella fornitura di soluzioni tecnologiche e consulenza nel campo dell'industria chimica, farmaceutica e alimentare. «In questi mesi stiamo assistendo a una forte spinta al rinnovamento – spiega – dopo il grande "buco" della pandemia. Le imprese sono in una fase di corsa al miglioramento tecnologico, soprattutto per quanto riguarda il farmaceutico e i cosiddetti API, ovvero i principi attivi. Questa tendenza a migliorare il sistema produttivo dal punto di vista del contenimento polveri e della sicurezza, fino a tre-quattro anni fa non era nei piani. Abbiamo cominciato ad assistere a questo cambio di passo nel 2016-17, con richieste di impianti più puliti che ormai, per i nostri standard, devono avere un livello minimo di contenimento OEB3. Se in precedenza si manipolavano principi attivi e polveri farmaceutiche in maniera relativamente disinvolta e in ambiente non isolato, ovviamente dotando il personale di adeguati ed estremamente ingombranti dispositivi di sicurezza, adesso la tendenza è opposta: si tende a isolare il prodotto all'interno della macchina, del sistema di trasporto, del mulino e a ridurre drasticamente e potenzialmente azzerare la contaminazione del prodotto all'esterno».

RIBE Srl, operando come agente e distributore esclusivo su territorio Italiano delle società DEC, Quadro, Ytron, Matcon, Flexicon, Jehmlich, Vespro e distribuendo una linea di prodotti propri per il lavaggio di serbatoi e apparecchiature di processo (teste rotanti, turbine rotanti e sistemi completi per CIP), ha acquisito, negli anni, grande esperienza in questo tipo di processi. Inoltre, grazie a un'esperienza di quasi 40 anni nel campo della chimica di base, è in grado di assicurare una consulenza completa per la scelta del macchinario più adatto alle esigenze della linea produttiva. In particolare, RIBE è in grado di fornire un'ampia gamma di tecnologie per la macinazione di prodotti farmaceutici, fino ad un micron, oltre a soluzioni per alto contenimento, miscelazione, dissoluzione, omogeneizzazione, movimentazione. Inoltre l'azienda mette a disposizione macchinari per prove in campo sia su scala pilota che industriale anche per prodotti termosensibili, per macinazione sotto azoto, in ambiente Atex e per prodotti sterili.



RIBE si trova a Milano - ***www.ribesrl.com***

«Uno dei nostri fiori all'occhiello – continua Previ – è un progetto per la produzione di Principi Attivi sterili realizzato insieme ai nostri partner per FIS, numero uno dei produttori di Principi Attivi farmaceutici in Europa, con sede in provincia di Vicenza. Abbiamo realizzato e ottimizzato due linee per la miscelazione e il dosaggio di API sterili. Si tratta di un progetto con molte criticità, perché è essenziale che vengano garantiti il contenimento e la sterilità della linea produttiva, con problemi di bonifica e sterilizzazione delle linee ogni volta che termina uno step produttivo. Al Pharmintech 2022 presentiamo anche queste soluzioni, con quattro brand specializzati in contenimento polveri e non solo. In particolare, portiamo in fiera due delle macchine e dei sistemi di trasporto polveri ad alto contenimento della DEC, un sistema di macinazione modulare della Quadro per laboratori e piccole produzioni, nonché un micronizzatore e un mulino a pioli della Jehmlich di dimensioni idonee agli spazi fieristici». • **Alessia Cotroneo**

UNO DEI FIORI ALL'OCCHIELLO

Un progetto per API sterili realizzato insieme ai nostri partner per FIS, numero uno dei produttori di principi attivi farmaceutici in Europa, con sede in provincia di Vicenza

LE TENDENZE: AUTOMAZIONE E RINCARI

Automazione per ottimizzare la capacità produttiva senza aumentare la forza lavoro, ma anche rincari delle materie prime che si riflettono a cascata sui costi per il cliente finale: sono queste alcune delle tendenze del comparto dei macchinari industriali. «Se fino a qualche anno fa anche i grandi gruppi non si preoccupavano dell'ottimizzazione della linea produttiva e tutto veniva fatto molto manualmente – sottolinea Roberto Previ, amministratore unico di RIBE Srl – adesso si cercano soluzioni integrate in cui il prodotto parta dal reattore e "cammini" autonomamente fino alla fase finale dell'impacchettamento. Sul fronte del caro prezzi, invece, ancor più degli effetti della guerra, è il post pandemia a pesare. Dopo sei mesi in cui abbiamo venduto solo pezzi di ricambio mentre gli ordini di nuovi macchinari sono rimasti bloccati, si è creato un collo di bottiglia nelle aziende produttrici, chiamate ad affrontare, da settembre 2020 in poi, quasi il doppio degli ordinativi per recuperare lo stop. A questo si è aggiunto la crisi delle materie prime e le difficoltà del trasporto, con il risultato che prima fornivamo impianti a tre mesi, ora a sei, e con aumenti considerevoli, tanto che alcuni nostri partner hanno dovuto pubblicare un bollettino per spiegare l'improvviso aumento del 10-15 per cento ai propri clienti».

Da cinque generazioni nella cartotecnica farmaceutica italiana

EUGENIO FAVILLINI, CEO DI FAVILLINI GROUP, FA IL PUNTO SULLE EVOLUZIONI E LE ATTUALI CRITICITÀ DI UN SETTORE CHE VEDE TRA I PROTAGONISTI STORICI L'AZIENDA DI FAMIGLIA DAL 1886

Dell'industria farmaceutica siamo abituati a considerare esclusivamente il settore chimico, legato più strettamente ai composti e alle formule dei farmaci stessi. Ciò a cui non pensiamo è che l'involucro, ovvero le scatole che li contengono, svolgono una funzione altrettanto importante nella conservazione e nel trasporto logistico di questi beni primari. Favillini Group, azienda storica del settore, vanta oggi un'esperienza magistrale, nonostante le difficoltà, anche recenti, durante il percorso.

«Lungo tutta la nostra storia, abbiamo sempre avuto come obiettivo quello di raggiungere il massimo livello qualitativo, la massima soddisfazione dei clienti e l'azzeramento dell'impatto ambientale della nostra produzione. Utilizziamo infatti solo energia verde certificata al 100 per cento, proveniente da impianti di produzione da fonti rinnovabili come Energia Corrente, con cui abbiamo stipulato un contratto. Da alcuni anni abbiamo anche scelto di aderire a diverse iniziative green: al sistema di gestione per la catena di custodia del cartone Fsc®, che garantisce il mantenimento della catena di custodia del legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile, secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici, e alla certificazione ambientale Iso 14001:2015. A oggi, tra Favillini Pharmaceutical Packaging e Ideagrafica, abbiamo circa 160 dipendenti e due stabilimenti, con un fatturato complessivo di 27 milioni di euro. Abbiamo macchinari di ultima generazione e software in grado di individuare i minimi errori di stampa, come Inspection Control, che garantisce un controllo massimo sul 100 per cento della produzione, fornendo una totale garanzia per i testi realizzati con lingue complesse, come per esempio il cirillico, l'arabo o il cinese».

Favillini ha sede a Livorno – ***www.favillini.it***

Traguardi importantissimi raggiunti grazie a continui investimenti sulla qualità, tecnica e umana. Le crisi, però, non risparmiano nemmeno le aziende più solide: tra la pandemia e la guerra in Ucraina, anche Favillini ha avuto i suoi momenti di difficoltà. «L'attuale conflitto in corso in Ucraina esacerba una situazione già complessa per il comparto produttivo italiano, compreso quello cartotecnico farmaceutico. Le inevitabili ripercussioni di due anni di pandemia non si sono fatte attendere: le difficoltà nel reperimento delle materie prime e il loro aumento di costo, i tempi di consegna estremamente dilatati rispetto al passato da parte delle aziende fornitrici, l'impennata dei costi energetici e il conseguente caro bollette. A tutto questo si aggiungono oggi le ulteriori criticità legate al conflitto in Ucraina. Le conseguenze del conflitto e della pandemia da Covid-19 hanno avuto e stanno avendo un forte impatto a livello globale, coinvolgendo, in parte, anche le attività produttive del comparto cartotecnico e del nostro gruppo. L'impennata dei costi di carta e cartone continua. C'è poi la carenza di materia prima, un problema a livello globale già dall'autunno scorso, ulteriormente esacerbato dalla nuova variante Omicron. A metà gennaio 2022, le principali cartiere europee non erano in grado di consegnare prima di sedici/venti settimane dall'ordine e i loro centri di taglio avevano un lead time tra le quattro e le sei settimane. Anche questo scenario non prospetta evoluzioni migliorative per il momento».

Un problema che ha riguardato non solo la carta, ma la materia ancora più grezza, il legno. «Russia, Ucraina e Bielorussia sono tra i maggiori esportatori di legname verso l'Europa. Sia per la drastica riduzione della produzione sia per le sanzioni commerciali ed economiche in atto, le forniture di legname e pallet provenienti da questi stati sono in crisi. I paesi scandinavi, baltici e la Germania non riescono a sopperire alla richiesta di tutti gli stati importatori. Il Consiglio di amministrazione internazionale di Fsc® ha deciso di sospendere tutti i certificati commerciali in Russia e Bielorussia e di bloccare tutto l'approvvigionamento di legno controllato dai due paesi. Ciò implica che i prodotti legnosi e forestali provenienti dalla Russia e dalla Bielorussia non potranno essere utilizzati nei prodotti Fsc® o venduti come certificati Fsc® in qualsiasi parte del mondo finché il conflitto armato continua. A ciò si aggiunge poi l'impennata dei prezzi energetici. Gli incrementi hanno effetti considerevoli sia sugli aspetti legati alla produzione sia al trasporto di materie prime e prodotti. Purtroppo, anche per quanto riguarda i tempi di consegna non potranno essere analoghi a prima che queste condizioni assolutamente fuori dall'ordinario si verificassero e si sommassero tra loro, ma ci stiamo impegnando per trovare le migliori soluzioni e fare fronte alle differenti problematiche emerse, basandoci principalmente sulla lettura dei dati storici e dei forecast inviati dai clienti». L'esperienza pluridecennale, dunque, è un'ancora di salvezza in tempi burrascosi, nei quali si pensa comunque al futuro. «Per il 2022 sono previsti importanti investimenti tecnologici. Lo stabilimento di Livorno sarà dotato del nuovo Ctp Heidelberg Suprasetter 106, di una nuova macchina da stampa e della Certificazione Epd. Per quanto riguarda invece il sito di Liscate, abbiamo in progetto la creazione di nuovi spazi produttivi e la dotazione del nuovo Ctp Heidelberg Suprasetter 105 e di una macchina da stampa Heidelberg Speed Master CX 102-6+UV». • **Elena Bonaccorso**

MACCHINARI E SISTEMI DI SICUREZZA DI ULTIMA GENERAZIONE

«Ci avvaliamo di tecnologie avanzate – afferma Favillini – che rappresentano lo stato dell'arte nel nostro settore: nel reparto prestampa e stampa con il mondo Heidelberg, mentre per i processi di fustellatura e confezionamento con le ultime tecnologie Bobst. Inoltre, già da tempo abbiamo in uso una soluzione cartotecnica con sigillo integrato nella struttura che non richiede l'uso di colla in fase di confezionamento e l'adeguamento delle linee di confezionamento da parte del cliente, il Tamper Evident. Si attiva con l'inserimento delle linguette dei tappi. Sono presenti dei punti di controllo che ne evidenziano la corretta attivazione. La presenza di pulsanti "push" facilita l'apertura dell'astuccio. La prima apertura di questa tipologia di packaging comporta, infatti, un danno visibile e irreversibile alla sua integrità, evidenziando in questo modo qualsiasi tentativo di manomissione della confezione».

INNOVAZIONE

Abbiamo macchinari di ultima generazione e software in grado di individuare i minimi errori di stampa, come Inspection Control, che garantisce un controllo massimo sul 100 per cento della produzione

Un’industria dal cuore green

MARIO CHECCHI, PRESIDENTE DELL’ASSOCIAZIONE NAZIONALE DEI FABBRICANTI DI IMBALLAGGI METALLICI E AFFINI, ANNUNCIA PER MAGGIO IL MANIFESTO DI SOSTENIBILITÀ PER LE IMPRESE E FA IL PUNTO SUL COMPARTO, CHE RISENTE DELLE QUOTAZIONI DELLA MATERIA PRIMA E DEI RINCARI ENERGETICI

L’hanno ribattezzata la crisi del barattolo. Il rischio è che manchino contenitori alimentari di latta smaltata per i prodotti agricoli della prossima stagione di raccolta come pomodori o legumi. Solo per il pomodoro si usano tre miliardi e mezzo di scatole l’anno. La banda stagnata scarseggia e quella che c’è ha subito rincari di oltre il 70 per cento. I contenitori alimentari inevitabilmente costeranno di più al consumatore finale. Nel 2021 si era verificato un simile andamento. A commentarlo è Mario Checchi, presidente Anfima (Associazione nazionale dei fabbricanti di imballaggi metallici e affini).

Ora la situazione per la materia prima si è ulteriormente aggravata? Cosa prevede per i prossimi mesi?

«Lo scorso anno c’è stato un forte aumento della domanda dei barattoli, soprattutto per le conserve di pomodoro, dopo la forte crescita dei consumi avvenuta nel 2020. Il problema è stato l’improvviso e inatteso aumento delle materie prime, soprattutto acciaio ma anche alluminio, per il nostro settore, avvenuto nel primo semestre del 2021 in corrispondenza con le impreviste difficoltà di approvvigionamento dei materiali. In verità dalla fine del 2021 la situazione si era stabilizzata e, per quanto i tempi di consegna fossero ancora molto più lunghi rispetto agli anni precedenti, c’era maggiore garanzia nelle forniture di materiale. È difficile prevedere cosa avverrà nei prossimi mesi, certo le tensioni causate dalla guerra in Ucraina non possono lasciare sicurezze a riguardo; tuttavia ci auguriamo che, passati questi due mesi, la situazione possa quanto meno stabilizzarsi e dare maggiori garanzie ai produttori e utilizzatori di imballaggi in metallo».

L’avvio della ripresa nel 2021 è stato frenato dal progressivo aumento del prezzo delle materie prime e dei costi energetici. Ora con la guerra in Ucraina, qual è lo stato del comparto e quali sono le principali difficoltà per le aziende Anfima?

«Purtroppo l’esplosione dei costi energetici sta avendo forti ripercussioni anche sul nostro comparto. Gli incrementi delle materie prime da un anno a questa parte sono stati superiori al 70 per cento e, dopo qualche mese di relativa tranquillità, sono nuovamente aumentati in maniera considerevole. Tra l’altro, le acciaierie hanno già chiesto degli adeguamenti dei prezzi a seguito degli sbalzi dell’energia, nonostante ciò non sia previsto dai contratti vigenti. A prescindere dai costi delle materie prime, le imprese del nostro settore stanno a loro volta risentendo di questi aumenti energetici tanto nella fase di produzione quanto nella logistica. Tutto ciò si ripercuote sui produttori di imballaggi e gli utilizzatori, soprattutto l’industria conserviera, ma non potrà che avere effetti anche sul consumatore finale».

Qual è l’andamento dell’export e come il conflitto peserà sugli equilibri commerciali del settore a livello internazionale?

«Nel nostro comparto i mercati dell’Est Europa non ricoprono un ruolo realmente importante. Certo, la situazione può essere maggiormente preoccupante per alcuni settori a valle, per i quali il conflitto potrà avere un impatto superiore».

È stato eletto a metà del 2021. Quali sono i suoi programmi di mandato e le priorità per il settore?

«Il primo obiettivo che ho presentato è stato il desiderio di far crescere la rappresentatività dell’associazione: siamo riusciti a incrementare il numero di aziende del comparto che si sono associate ad Anfima e abbiamo altre attività per aumentarle ancora. Dare visibilità al settore e comunicare agli utilizzatori e ai consumatori la sostenibilità di imballaggi e chiusure in acciaio e alluminio è un ulteriore passaggio per accrescere il nostro ruolo e per fare questo ci siamo riproposti di definire un manifesto di sostenibilità Anfima, un documento che serva come spunto alle nostre aziende per trasmettere questi valori. Il Manifesto verrà presentato a fine maggio in occasione dell’assemblea che terremo a Roma, con la presenza di diversi relatori di prestigio».

Anfima, con Cial e Ricrea, ha creato il marchio di sostenibilità Metal Recycles Forever per informare sui vantaggi del riciclo degli imballaggi in metallo. La campagna sta raggiungendo gli obiettivi prefissati?

«Fino dalla creazione del marchio Metal Recycles Forever, ormai sette anni fa, l’Italia è stata il Paese che ha maggiormente spinto per la diffusione del logo e dei messaggi collegati. La spinta data da Anfima alle aziende associate ha permesso nell’arco di quattro anni di raggiungere il miliardo di scatole, lattine, bombolette e altri imballaggi con il marchio Mrf. Le attività portate avanti nel 2018 e 2019 con la partecipazione di Cial e Ricrea hanno permesso poi di rendere i consumatori maggiormente consapevoli sulle qualità dei metalli che, lo ricordiamo, sono materiali permanenti, riciclabili infinte volte senza la perdita delle proprie qualità e caratteristiche intrinseche. Un contenitore in acciaio o alluminio una volta riciclato può avere numerosi utilizzi e alla fine può anche tornare a essere lo stesso imballaggio. Le attività congiunte di comunicazione si sono un po’ ridotte negli ultimi anni, ci auguriamo in ogni caso che si possa continuare a diffondere il concetto che i metalli si riciclano all’infinito tramite l’utilizzo di Metal recycles forever».

• **Francesca Druidi**

PUNTO DI RIFERIMENTO PER IL SETTORE

Da oltre sessant’anni Anfima (che aderisce a Confindustria) rappresenta i produttori italiani di imballaggi in acciaio e alluminio rigido a livello nazionale ed europeo. Il settore conta più di 50 aziende in Italia con oltre 4mila dipendenti e un fatturato complessivo che nel 2020 ha superato 1,7 miliardi di euro. Nel 2020 è cresciuta rispetto al 2019 la produzione sia per quanto riguarda gli imballaggi in acciaio (698.523, +3,6 per cento) che per quelli in alluminio (24.745 tonnellate, +7 per cento). La produzione delle aziende associata è assai diversificata: dalle scatole “open top” per prodotti alimentari ai contenitori per prodotti industriali; dalle lattine per bevande alle bombole aerosol, ai tappi corona, alle capsule e altre chiusure metalliche, fino ai grandi fusti in lamierino d’acciaio.

Marco Checchi, *presidente Anfima*

Un settore vitale, campione di economia circolare

I RINCARI DELLE CELLULOSE UNITI AL CARO ENERGIA STANNO METTENDO A REPENTAGLIO L'ATTIVITÀ DELLE CARTIERE. CARLO EMANUELE BONA CHIEDE SOSTEGNO AL GOVERNO PER I SETTORI ENERGIVORI, IN PARTICOLARE PER GLI STAMPATORI DI LIBRI SCOLASTICI

Con un valore di fatturato di 25,3 miliardi di euro contro i 24,5 del 2019, l'anno scorso l'industria della carta e della grafica ha ripreso a correre a una velocità financo più sostenuta di quella pre-pandemica, trainata soprattutto dalla filiera dell'imballaggio. Ritrovando una vitalità peraltro mai smarrita neppure in piena emergenza sanitaria, che ha riscoperto l'essenzialità di un settore ai vertici europei per produzione, primo assoluto nel tissue e secondo solo alla Germania nella produzione di imballaggi flessibili, astucci, sacchi, shopping bag, etichette autoadesive, tubi, carte da parati e articoli da regalo. «Nella seconda parte del 2021 invece- spiega Carlo Emanuele Bona, presidente della Federazione Carta e Grafica- i prezzi di energia e materie hanno cominciato a salire. I primi in particolare sono aumentati vertiginosamente da dicembre, portando il conto energetico delle aziende da 1 a 5/6 volte il costo sostenuto nel 2020. E questo trend, come noto, è peggiorato con lo scoppio del conflitto in Ucraina».

Quali realtà produttive della vostra filiera stanno scontando gli effetti più pesanti di questi rialzi incontrollati?

«Nella primissima fase della guerra, anche a seguito della speculazione finanziaria, i costi del gas naturale hanno toccato i 370 euro al m3 e molte cartiere hanno sospeso temporaneamente la produzione, determinando una minor disponibilità di carta sul mercato e aumenti di prezzo. Più contenuti sono stati gli impatti nella filiera del packaging, dove alcuni settori come il farmaceutico e l'alimentare sono persino cresciuti grazie all'impennata dell'e-commerce. La produzione di macchine, un'attività su commessa, ha continuato a produrre, ma l'acquisizione di nuovi ordini si è fermata. Come Federazione Carta e Grafica, si sta lavorando insieme ai settori energivori per chiedere al Governo una nuova Gas Release e una Electricity Release che garantiscano un accesso a prezzi equi all'industria».

Carlo Emanuele Bona, *presidente della Federazione Carta e Grafica*

E per il costo della carta, a sua volta lievitato per via del caro energia e materie prime?

«Su questo tema la Federazione e Aie hanno proposto di intervenire con un nuovo credito d'imposta ad hoc, almeno per gli stampatori di libri scolastici. Tuttavia, la filiera continua a lavorare sulla transizione ecologica, che ci vede al secondo posto in Europa per consumo di carta da riciclare: nel 2021 il riciclo nell'imballaggio ha superato l'85 per cento (che rappresenta più del 50 per cento della famiglia Federazione), mentre le cartiere italiane hanno di recente firmato un accordo con il Consorzio Italiano Biogas. Senza dimenticare la transizione digitale, grazie ai costruttori di macchine appartenenti alla federazione che contribuiscono a ottimizzare i cicli produttivi».

85%

Percentuale di riciclo negli imballaggi, obiettivo Ue al 2030 raggiunto con largo anticipo

Di quali altre commodity i produttori e trasformatori di carta si trovano a corto di forniture e che ricadute sul prezzo dei prodotti finiti ne stanno derivando?

«L'industria cartaria deve anche fare i conti con rincari della carta da riciclare alimentati dall'elevata domanda sia interna che per l'esportazione, oltre che quello delle cellulose. La somma degli extra costi per energia, carta da riciclare e cellulosa comporta forti aumenti del prezzo della carta che ricade sulle aziende trasformatrici obbligate a scaricare i costi a valle, sino al consumatore finale. In una spirale inflazionista che tutti stiamo iniziando a vedere. I rincari e le difficoltà di reperimento, comunque, sono generalizzati su tutte le materie prime: supporti adesivi, alluminio, additivi, inchiostri, plastica. Alcuni stampatori sono fermi per mancanza delle lastre in alluminio».

Le difficoltà nell'approvvigionamento delle materie prime rende ancora più attrattivi i nuovi paradigmi circolari. Quali buone pratiche ha messo a punto l'industria della carta su questo versante?

«Il nostro è un settore campione di economia circolare. La carta è un biomateriale rinnovabile, compostabile e con un tasso di riciclo medio di quasi il 63 per cento. La nostra materia prima principale è infatti costituita da carta da riciclare raccolta sul territorio italiano e riciclata direttamente nei pulper delle nostre cartiere. Il riciclo negli imballaggi oltrepassa l'85 per cento, obiettivo Ue al 2030 raggiunto con largo anticipo. Un risultato che nasce da forti investimenti in sostenibilità ambientale fatti dal settore e che potrebbe essere ulteriormente migliorato recuperando energia dagli scarti di produzione come negli altri Paesi europei. Grazie ai target circolari riconosciuti alla filiera le nostre imprese sono rientrate a pieno titolo nei Progetto Faro del Pnrr».

Il rinvio a fine 2022 del termine di consegna degli impianti 4.0 è una delle misure varate dal Governo che avete promosso. Di quali ulteriori interventi necessita il vostro settore per aspirare a una nuova stagione di rilancio?

«Occorre garantire all'industria, a quella cartaria, ma anche alla trasformazione un prezzo equo per l'accesso all'energia e al gas, misura che consente di abbassare i costi lungo tutta la filiera produttiva. Intervenire con un credito d'imposta specifico nel settore delle carte grafiche, per l'acquisto di carta a fini culturali, per sua natura più esposto al rialzo dei costi. Rendere Industria 4.0 una misura strutturale, con una marcata attenzione all'ambiente, prorogando nuovamente il termine di fine 2022 per la consegna degli impianti, se fosse necessario».

• **Giacomo Govoni**

WATER IS MY LAND.

arena

Riconsiderare i processi di sviluppo

LE TRASFORMAZIONI CHE STA SUBENDO L'ASSET GEO-ECONOMICO NON POTRANNO CHE CONDIZIONARE LA NOSTRA ECONOMIA. MA QUESTO SECONDO AURICCHIO NON DEVE SCORAGGIARE LE IMPRESE ITALIANE A CERCARE UN POSIZIONAMENTO ESTERO PIÙ VANTAGGIOSO

Sostituire i prodotti italiani autentici con le imitazioni, che purtroppo proliferano in larghe fasce di mercato anche in Russia. È questo uno degli effetti collaterali più temuti dal nostro export a seguito dell'embargo commerciale imposto da Putin in risposta alle sanzioni Ue, che potrebbe spingere molti Paesi esteri a cadere nella rete dell'Italian sounding per compensare l'aumento dei costi delle materie prime e le difficoltà di natura logistica. «Si tratta di un fenomeno che in una fase delicata come quella attuale risulta ancora più difficile da contrastare- sottolinea Gian Domenico Auricchio, presidente di Assocamerestero- perché non rientrando nella sfera della contraffazione non può essere frenato».

Tra pandemia e guerra, sembra proprio che per l'export italiano non ci sia pace. Come stanno reagendo le nostre imprese a questa movimentata stagione?

«Stiamo vivendo un momento molto particolare e che possiamo definire inedito: da un lato nell'anno appena concluso il nostro export ha fatto registrare il record storico di oltre 500 miliardi di euro, dall'altro la situazione delle imprese, specialmente le più piccole, presenta delle ombre molto pronunciate. Due anni di pandemia, di ripetuti lockdown e chiusura dei mercati hanno inevitabilmente colpito parte del tessuto imprenditoriale italiano, in particolare i settori della ristorazione, del turismo e dei trasporti che hanno subito i maggiori danni. Il tutto è ora aggravato dalle conseguenze del conflitto in Ucraina, che ci ha messi di fronte a una crisi energetica e logistica, alla scarsità di materie prime e all'impennata dei prezzi».

Che incidenza sta avendo questa fase sui percorsi di internazionalizzazione delle nostre imprese?

«Non siamo in grado di prevedere quanto si protrarrà questa crisi, ma la durata e soprattutto l'esito della guerra condizioneranno inevitabilmente l'andamento della nostra economia. Certo è che l'asset geo-economico ha già subito importanti trasformazioni e dunque le imprese dovranno riconsiderare sia i processi di sviluppo sia le prospettive internazionali per continuare a essere competitive sui mercati esteri. In questo senso prosegue la nostra attività a favore delle Pmi esportatrici con iniziative come Stay Export, progetto di mentoring personalizzato partito a fine marzo con la seconda edizione cofinanziata dal Fondo intercamerale di intervento di Unioncamere».

Tornando al nodo sanzioni, possibile che non ci sia un modo per arginarne gli impatti?

«Una delle strade per aiutare le imprese a essere più competitive sui mercati internazionali è puntare a un posizionamento più vantaggioso, investendo maggiormente sul marketing e sulla promozione. Le Camere di commercio italiane all'estero sono impegnate su questo fronte già da diversi anni attraverso il progetto True Italian Taste che, grazie al supporto finanziario del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale, mira a supportare le aziende sui mercati esteri valorizzando i prodotti italiani autentici ed educando i consumatori a riconoscerli e a distinguerli da quelli che non lo sono».

500 mld

Valore delle esportazioni italiane registrato nel 2021, record storico

Quali fattori competitivi possono mettere sul piatto in questa fase?

«Le imprese italiane e le loro eccellenti produzioni vantano una lunga storia di artigianalità, ricerca, innovazione e tecnologia che le schiera in prima linea, a livello europeo e non solo, sul fronte della sostenibilità e della sicurezza alimentare. È per questo che i prodotti italiani, anche se oggi potrebbero costare di più, rispondono alle esigenze del consumatore estero. Il quale, sempre più alla ricerca di uno stile di vita sano ed equilibrato, ne riconosce e apprezza i vantaggi».

Digitalizzazione ed e-business sono direttrici sempre più essenziali su cui investire. Di quali aspetti occorre tener conto?

«La parola chiave è promozione. Vendere on line è tanto più efficace quanto meglio si sia calibrata una "strategia Paese". Questo perché il mercato oltre che virtuale è fisico, e soprattutto per chi non ha un brand riconosciuto e riconoscibile l'investimento iniziale deve prevedere anche azioni di comunicazione mirata sui mercati dove si vogliono ottenere maggiori risultati. Per entrare in contatto con selezionati partner locali, posizionare adeguatamente i propri prodotti e fidelizzare i consumatori».

Che aiuto fornite alle imprese per migliorare il loro posizionamento online all'estero?

«Le Cciee affiancano le imprese supportandole nella definizione di una strategia di export in ben 58 Paesi del mondo. A partire dalla valutazione del business e del mercato, aiutandole a individuare i nuovi trend e a scegliere le piattaforme digitali più adatte per vendere nei diversi Paesi, fino ad arrivare all'identificazione degli step successivi al lancio digitale, così da poter monitorare e supportare i risultati raggiunti».

• **Giacomo Govoni**

Gian Domenico Auricchio,
presidente di Assocamerestero

Caro energia, il sostegno alle filiere

UN PAESE TRASFORMATORE E MANIFATTURIERO COME L'ITALIA PAGA DI PIÙ RISPETTO AD ALTRI LA NECESSITÀ DI FAR FUNZIONARE SETTORI E FILIERE ENERGIVORI. IL MINISTRO DELLO SVILUPPO ECONOMICO GIORGETTI PREANNUNCIA NUOVE MISURE, AL VIA GLI INCENTIVI PER SOSTENERE L'AUTOMOTIVE

Il Governo Draghi difende il principio di neutralità tecnologica a tutti i costi, anche contro la posizione dell'Unione europea, ormai lanciata esclusivamente verso l'elettrico. «Non accetto che il futuro dell'automotive in Europa e nel mondo debba essere esclusivamente elettrico», ha ribadito il ministro dello Sviluppo economico Giancarlo Giorgetti il 10 aprile scorso, intervenendo in collegamento alla seconda giornata della Scuola politica della Lega a Milano. «Magari in futuro l'auto andrà a idrogeno, magari a biocarburanti. Scegliere l'elettrico senza se e senza ma sarebbe fare lo stesso errore che si è fatto qualche anno fa scegliendo il gas russo, perché significherebbe affidarsi a una tecnologia totalmente in mano ai cinesi che controllano l'80 per cento delle tecnologie per produrre auto elettriche», ha proseguito il ministro. La Germania è l'unico Paese insieme all'Italia a non sottoscrivere il documento della Cop26 di Glasgow sullo stop alla vendita delle auto con motore termico entro il 2035. La priorità per l'Italia è, da un lato, svecchiare il parco macchine che vede circolare auto euro 2, 3 e euro 4 inquinanti, dall'altro incentivare l'acquisto di auto ecologiche, garantendo però a tutti i redditi di farlo. «L'auto elettrica non può essere un lusso per soli benestanti», ha aggiunto Giorgetti.

Il presidente del Consiglio ***Mario Draghi***

SEMAFORO VERDE
PER GLI INCENTIVI AUTO

Il 6 aprile c'è stato il via libera agli incentivi per l'acquisto di veicoli, auto e moto, elettrici, ibridi e a basse emissioni, anche con motorizzazioni benzina e diesel tradizionali. Il provvedimento firmato da Mario Draghi destina 650 milioni di euro per ciascuno degli anni 2022-2023-2024, che rientrano tra le risorse stanziate dal governo nel Fondo automotive per il quale è stata prevista una dotazione finanziaria complessiva di 8,7 miliardi di euro fino al 2030. La logica dell'incentivo non è di certo risolutiva per il settore automotive, che deve rinnovarsi profondamente, ma è uno strumento emergenziale per superare il periodo difficile iniziato con la pandemia. Non sono mancate le critiche a questi nuovi bonus, introdotti via Dpcm, in particolare dal Movimento 5 Stelle che ha accusato il Governo di voler affossare la transizione ecologica, sottolineando il fatto che le auto elettriche di prima fascia coperte da incentivo non si potranno ricaricare alle colonnine di ultima generazione presto disponibili in tutta Italia (anche grazie ai fondi del Pnrr). Per il titolare del Mise il decreto incentivi è un primo tassello che si inserisce in un quadro più ampio. «Ritengo che le scelte effettuate siano, nell'attuale contingenza, una valida risposta alle esigenze del mercato: assicurano la necessaria flessibilità, pongono come obiettivo quello del drastico abbattimento dell'inquinamento atmosferico ma nel quadro del principio della neutralità tecnologica». Nel Dpcm sottoscritto, ha fatto presente Giorgetti, è espressamente prevista la ridefinizione dei requisiti di accesso oltre che dell'ammontare e della destinazione delle singole misure con successivo decreto del presidente del Consiglio dei ministri, anche in ragione dell'andamento del mercato e dell'evoluzione tecnologica.

NUOVE MISURE
CONTRO IL CARO ENERGIA

Il nostro Paese resta particolarmente esposto sul fronte energetico perché in passato non è stato lungimirante nella sua politica in materia e oggi rischia di pagare cara la mancanza di diversificazione delle fonti e di autonomia nell'approvvigionamento. «In particolare sul fronte dei costi dell'energia- rileva il ministro- una impetuosa ripresa dei prezzi a livello internazionale ha prodotto inevitabili colli di bottiglia e pressioni in parte anche speculative sui prezzi che poi l'esplosione del conflitto russo-ucraino ha esasperato». La situazione è preoccupante e il ministro sottolinea la volontà dell'Esecutivo di intervenire rapidamente per preservare il tessuto produttivo nazionale in questa fase di contingenza critica. Giorgetti ha annunciato, il 13 aprile scorso, al Question Time della Camera dei Deputati che, a seguito dell'approvazione del Documento di economia e finanza 2022, verranno stanziate ulteriori risorse dedicate a rifinanziare le misure temporanee finora introdotte e a introdurne di nuove, anche per sostenere quei soggetti non formalmente energivori che finora non hanno potuto integralmente beneficiare degli interventi previsti dalla legislazione vigente. «Confermo l'altissima attenzione posta, dal ministero dello Sviluppo economico e dal Governo nel suo complesso, sulla problematica dell'approvvigionamento di componenti elettronici, semiconduttori e materie prime critiche, e sulla conseguente necessità di sostenere le imprese italiane in questa delicata fase di crisi e transizione».

Il ministro dello Sviluppo economico ***Giancarlo Giorgetti***

ITALIA - ALGERIA, ACCORDO SUL GAS

La firma, l'11 aprile scorso, ad Algeri di una dichiarazione d'intenti del presidente del Consiglio Mario Draghi con il presidente algerino Abdelmadjid Tebboune per rafforzare la cooperazione sull'energia, rappresenta un ulteriore passo per l'Italia verso lo smarcamento dalla Russia. «L'Algeria è il primo partner commerciale dell'Italia nel continente africano e l'interscambio tra i nostri Paesi è in forte crescita», ha premesso Draghi in conferenza stampa. «L'Italia è pronta a lavorare con l'Algeria per sviluppare energie rinnovabili e idrogeno verde. Vogliamo accelerare la transizione energetica e creare opportunità di sviluppo e occupazione». Nel corso della visita il presidente di Sonatrach, Toufik Hakkar, e l'ad di Eni, Claudio Descalzi, hanno firmato un accordo che consentirà a Eni di aumentare le quantità di gas trasportate attraverso il gasdotto TransMed/Enrico Mattei, nell'ambito dei contratti a lungo termine di fornitura di gas in essere con Sonatrach a partire dai prossimi mesi autunnali. L'intesa utilizzerà le capacità disponibili di trasporto del gasdotto per garantire maggiore flessibilità di forniture energetiche, fornendo gradualmente volumi crescenti di gas a partire dal 2022, fino a 9 miliardi di metri cubi di gas all'anno nel 2023-24. • **FD**

LA PRIORITÀ PER L'ITALIA

È svecchiare il parco macchine che vede circolare auto euro 2, 3 e euro 4 inquinanti e incentivare l'acquisto di auto ecologiche, garantendo però a tutti i redditi di farlo

Cambiamenti in atto

TORNA A FIERA MILANO TRANSPOTEC LOGITEC, LA MANIFESTAZIONE LEADER PER AUTOTRASPORTO E LOGISTICA. PRESENTI LE CASE COSTRUTTRICI DI MEZZI PESANTI CHE RAPPRESENTANO PIÙ DELL'80 PER CENTO DEL MERCATO. IN SCENA I VEICOLI PIÙ EVOLUTI GRAZIE A DIGITALIZZAZIONE E MOTORIZZAZIONI ALTERNATIVE

La priorità per l'Italia è rinnovare il parco circolante, sia che si tratti di motori a combustione di ultima generazione, sia che si tratti di soluzioni green come Lng, metano ed elettrico. È una misura centrale non solo per ridurre le emissioni, ma soprattutto per aumentare la sicurezza sulle strade. Secondo gli ultimi dati Unrae, l'età media di un mezzo superiore a 3,5 t è 14 anni e il 53,1 per cento dei mezzi è ante Euro 4; per i mezzi superiori a 16 t, l'età media è 12 anni e il 42 per cento del parco circolante è ante Euro 4. Questi numeri collocano il nostro Paese tra i peggiori d'Europa. Di questo si parlerà a Transpotec Logitec, in programma a Fiera Milano dal 12 al 15 maggio. Al centro del dibattito i temi caldi del momento: incentivi, caro carburanti, transizione energetica, mancanza di autisti.

L'EVOLUZIONE DEI VEICOLI

A Transpotec Logitec saranno 346 le aziende espositrici, per il 15 per cento estere. Numerosi i costruttori. Sul fronte pesanti ci saranno Daf Veicoli Industriali, Ford Trucks, Iveco, Mercedes-Benz Trucks Italia, Scania, Volvo Trucks, brand che rappresentano insieme oltre l'80 per cento dei mezzi venduti negli ultimi due anni. Per i Vlc, Ford Italia e Piaggio, Iveco e Mercedes-Benz Trucks Italia presenteranno la loro intera gamma. Investire su un mezzo nuovo significa innanzitutto favorire la sostenibilità; sostenibilità che sarà un elemento importante anche nella proposta di rimorchi e semirimorchi. La ricerca su aerodinamica, materiali e meccanica dei mezzi è oggi strategica per risparmiare tempo e carburante. Quando si esamina l'evoluzione, non si può prescindere dalla sicurezza: il forte processo di digitalizzazione rende i mezzi sempre più sicuri, grazie a elettronica e sensoristica che forniscono supporto alla guida e favoriscono un maggior controllo del veicolo. La vita del trasportatore si fa più semplice, confortevole e sicura. Al contempo, la logistica non è mai stata così efficiente: i sistemi connessi permettono di ottimizzare i viaggi, controllare il carico in ogni momento e tracciare l'intera catena logistica, gestendo al meglio i tempi e garantendo il monitoraggio delle temperature (fondamentali per il food e il farmaceutico).

LA DIGITALIZZAZIONE

Rende i mezzi sempre più sicuri, grazie a elettronica e sensoristica che forniscono supporto alla guida e favoriscono un maggior controllo del veicolo

PIATTAFORMA DI DIALOGO

Molte delle sfide su cui si gioca il futuro dell'autotrasporto e della logistica troveranno spazio di approfondimento nei giorni di manifestazione e trasformeranno Transpotec Logitec in un'agorà di contenuti e un momento di confronto ai massimi livelli. Molti i temi da analizzare: dalle positive ricadute del Pnrr sulla logistica a come le prospettive di sostenibilità cambieranno il settore, fino agli skill necessari per essere oggi operatori logistici. Un ricco calendario di appuntamenti metterà gli operatori nelle condizioni di scegliere il proprio percorso formativo e di incontrare le maggiori realtà del mercato.

IL NODO FORMAZIONE

La carenza di autisti è un problema molto sentito nel settore dell'autotrasporto, solo in Italia ne mancano più di 20mila. Per questo Transpotec Logitec, in collaborazione con la trasmissione televisiva Next to the Truckers, negli scorsi mesi ha individuato i futuri autisti che, in occasione dell'evento, riceveranno l'attestato di iscrizione alla Transpotec Truckers School. Grazie agli sponsor dell'iniziativa, gli aspiranti autisti potranno accedere alla scuola guida per il conseguimento delle patenti C ed E e del Cqc, ma, soprattutto, potranno avere l'opportunità di essere assunti, una volta conseguiti gli attestati di guida, dalle aziende partner del progetto. Una iniziativa concreta e al contempo simbolica, che vuole richiamare l'attenzione sul grave problema del ricambio generazionale, raccontando la professione sotto una luce diversa e fuori dai cliché che spesso accompagnano la figura dell'autotrasportatore.

UNA PROPOSTA RICCA DI EVENTI

Nei padiglioni si potranno toccare con mano tutte le novità delle case in mostra, mentre nella grande area esterna di Largo Nazioni, raggiungibile direttamente dai padiglioni espositivi, sarà allestita la pista per i test-drive. Realizzata in collaborazione con Next to the Truckers, l'area test drive farà provare ai visitatori i più recenti veicoli e la più ampia gamma di motorizzazioni- diesel, gas ed elettriche- affiancati da istruttori capaci di illustrare al meglio il mezzo e le sue caratteristiche. Non potrà mancare, tra i Padiglioni 18 e 22, la Piazza dell'Usato: più di mille metri quadrati di esposizione di mezzi di seconda mano, selezionati dai migliori dealer italiani in base a standard severi di affidabilità e sicurezza. Un'occasione per valutare in un unico contesto più alternative e avviare trattative di acquisto. Nel weekend del 14 e 15 maggio la grande area esterna, su cui si affacciano i padiglioni espositivi, sarà animata da Mets- Milano European Truck Show, realizzato da Truck Look. Il raduno farà scoprire il meglio della personalizzazione e dell'innovazione tecnologica presente a bordo dei mezzi di ultima generazione: mezzi giganti ma anche veicoli piccoli e medi con esterni aerografati, interni in pelle, materiali pregiati e innovativi sistemi di assistenza alla guida e cabine connesse con servizi gestibili con il comando vocale, attraverso Alexa e Google.

• **Francesca Druidi**

UN MERCATO DINAMICO

Ripartono le immatricolazioni, in base agli ultimi dati Anfia. Con quasi 25mila unità, il settore dei mezzi pesanti cresce nel 2021 del 22 per cento (rispetto al 2020), superando persino il valore raggiunto nel 2019 (+5 per cento). Con oltre 183mila mezzi immatricolati, anche i veicoli commerciali leggeri recuperano il 14,9 per cento sul 2020, seppure in lieve flessione rispetto al 2019. Infine, i veicoli tranati, con oltre 15mila immatricolazioni, sono in ripresa sia rispetto al 2020 (+32,3 per cento) sia rispetto al 2019 (+4,6 per cento). La logistica conto terzi vale 86 miliardi di euro e il trasporto su gomma continua a rappresentare l'80 per cento delle merci spostate.

La Big Plaza della logistica interna

DAL 3 AL 6 MAGGIO INTRALOGISTICA ITALIA ACCENDERÀ LE LUCI SULLE SOLUZIONI ALL'AVANGUARDIA PER ABILITARE I PROCESSI DI STOCCAGGIO, SORTING E PICKING DI MAGAZZINO. SOSTENIBILITÀ, IOT E AUTOMAZIONE IN PRIMO PIANO SUL RED CARPET MILANESE

L'intera gamma dell'offerta che orbita attorno all'universo della movimentazione interna delle merci e a tutti gli elementi chiave del magazzino moderno. Li porterà in passerella dal 3 al 6 maggio Intralogistica Italia, fiera regina nel campo della meccanica strumentale e della logistica interna di scena nel quartiere di Fiera Rho Milano in concomitanza con Ipack-Ima, GreenPlast, Print4All e Pharmintech. Sotto il tetto unico del format di filiera The Innovation Alliance, la terza edizione del salone organizzato da Hannover Fairs International GmbH- sede italiana di Deutsche Messe- metterà in mostra la capacità di declinare la nuova rivoluzione digitale su tecnologie tradizionali da un canto, una panoramica sulle soluzioni abilitanti che possono aiutare le aziende a gestire la volatilità di questi tempi complessi dall'altro.

PIÙ BUYER DALL'AREA MEDITERRANEA E DAL MEDIO ORIENTE

Sostenibilità, IoT, logistica 4.0, big data e automazione saranno le parole d'ordine di Intralogistica Italia 2022, per una terza edizione che attende oltre 100 visitatori qualificati e che allargherà il suo advisory panel a nuove aziende espositrici. Le quali per la prima volta potranno avvalersi del supporto dell'Agenzia Ice per estendere il loro raggio d'influenza presso i buyer provenienti dall'Europa, dall'area del Mediterraneo e dal Medio Oriente. Sul piano della composizione merceologica, a dominare la scena saranno i sistemi di stoccaggio ai magazzini automatici, il sorting, il picking e il loading, Agv, carrelli industriali, batterie e cariche batterie, Rfid, Asset tracking e software applicativi industriali. Fornendo spunti di business e di acquisto calibrati sulle indicazioni espresse dagli operatori in occasione dell'Osservatorio Intralogistica 2021, presentato a inizio autunno con un evento in live streaming sulla piattaforma "HFItaly Digital Hub". Condotta nei mesi scorsi su un campione di oltre 90 supply chain manager, l'indagine ha raccolto le intenzioni di investimento dei decision maker delle aziende logistiche, che hanno messo al primo posto la prossima adozione del Wms e, per quelle non ancora automatizzate, l'implementazione di magazzini automatici, verticali o miniload e Agv con sistemi di tracciabilità Rfid. Altra direttrice di sviluppo tenuta in forte considerazione dalle realtà che stanno pianificando una nuova gestione dell'intralogistica è il picking, attività del processo logistico strettamente connessa al tema dell'omnicanalità. Modello affermatosi a sua volta su impulso dell'e-commerce che ha stravolto paradigmi organizzativi e distributivi, facendo della velocità e della precisione nella distribuzione delle merci un fattore competitivo sempre più importante, in un mondo proiettato verso la servitizzazione e la commoditizzazione dei prodotti.

LETTURA PUNTUALE DEI TREND DELLA MOVIMENTAZIONE MERCI

Tant'è vero che oltre la metà degli intervistati dichiara una marcata dinamicità dei canali di vendita trainata dall'online e accompagnata da una progressiva convergenza a livello di magazzini, scorte e flussi. Dove nel 40 per cento dei casi i diversi canali condividono aree di magazzino e buona parte degli stock, mentre nel 27 per cento le scorte centrali e periferiche vengono gestite in modo integrato con allocazione degli ordini in funzione del quantitativo e della destinazione. La lettura puntuale dei trend evolutivi di settore sarà dunque uno dei tratti qualificanti di Intralogistica 2022, che punta senza mezzi termini a incrementare ulteriormente i 19500 visitatori provenienti da 133 Paesi ospitati durante l'ultima edizione. Aprendosi a buyer di decine di estrazioni merceologiche (logistica, movimentazione merci, Gdo, commercio all'ingrosso, materie plastiche e automotive, ma anche farmaceutica, case di moda, public company ed edilizia) che sapranno apprezzare l'effetto moltiplicatore di affari generato dalla struttura "a cinque punte" di The Innovation Alliance. «Per affrontare il futuro- sostiene Andreas Zuege, general manager di Hannover Fairs International Gmbh- le supply chain devono essere più collaborative e cooperative. La fiera, creando un network tra aziende, università e media diventa un catalizzatore in grado di creare catene logistiche più forti e resilienti». E per alimentare ancora di più questa vocazione, la segreteria organizzativa di Intralogistica consoliderà le sue partnership istituzionali supportandole con nuove iniziative utili alle aziende. Tra queste, la pubblicazione della prima edizione del Libro Bianco di Aisem federata Anima Confindustria sui Sistemi intralogistici o, ancora, sottoscrivendo nuovi accordi con il mondo accademico. In particolare con l'Osservatorio Contract Logistics "Gino Marchet" e il B2c Logistics Center, per un ciclo di seminari che andrà ad arricchire il palinsesto di conferenze, da sempre fiore all'occhiello della manifestazione. • **Giacomo Govoni**

A DOMINARE LA SCENA

Sul piano della composizione merceologica saranno i sistemi di stoccaggio ai magazzini automatici, il sorting, il picking e il loading, Agv, carrelli industriali, batterie e cariche batterie, Rfid, Asset tracking e software applicativi industriali

Nessuna strada è troppo lunga quando si parla di salute

Nel settore dal 2009, Allways Logistic è un'azienda in notevole sviluppo nella distribuzione di farmaci a temperatura controllata e parafarmaci in Italia e in Europa, che può vantare tra i propri clienti tutte le maggiori società di distribuzione farmaci e ossigenoterapia domiciliare.

Flotta

Con più di 200 dipendenti e una flotta di 200 mezzi propri, di cui il 90% convertito a bassa emissione e comprendente veicoli 100% elettrici, puntiamo a raggiungere nei prossimi anni emissioni zero.

Hub

Allways Logistic dispone di diversi hub in più regioni del territorio italiano: all'Head Quarter di Parma si aggiungono varie unità operative nelle maggiori città italiane come Piacenza, Bologna, Milano, Alessandria, Padova, Pescara, Roma, Bari, Nuoro e Genova che hanno permesso alla nostra azienda di costituire una rete di distribuzione capillare.

Crescita

Lo sviluppo aziendale costante e il budget investito in nuove tecnologie e mezzi di trasporto ha portato la distribuzione biofarmaceutica di Allways Logistic ad un livello di eccellenza, certificato e autorizzato dagli enti che la regolano.

Monitoraggio

La temperatura viene monitorata in tempo reale durante il trasporto grazie ad una sonda certificata che invia report ai nostri specialisti ed assicura il mantenimento della catena del freddo nell'intera durata della consegna.

Servizi

Offriamo servizi specializzati dedicati alle farmacie, con modalita di consegna dedicata alle urgenze e soluzioni personalizzate a seconda dell'esigenza del Cliente, concordando preventivamente l'orario e la data di arrivo dei prodotti.

ALLWAYS LOGISTIC

Scopri di più su ***allwayslogistic.com***

Un'integrazione vincente per il cliente

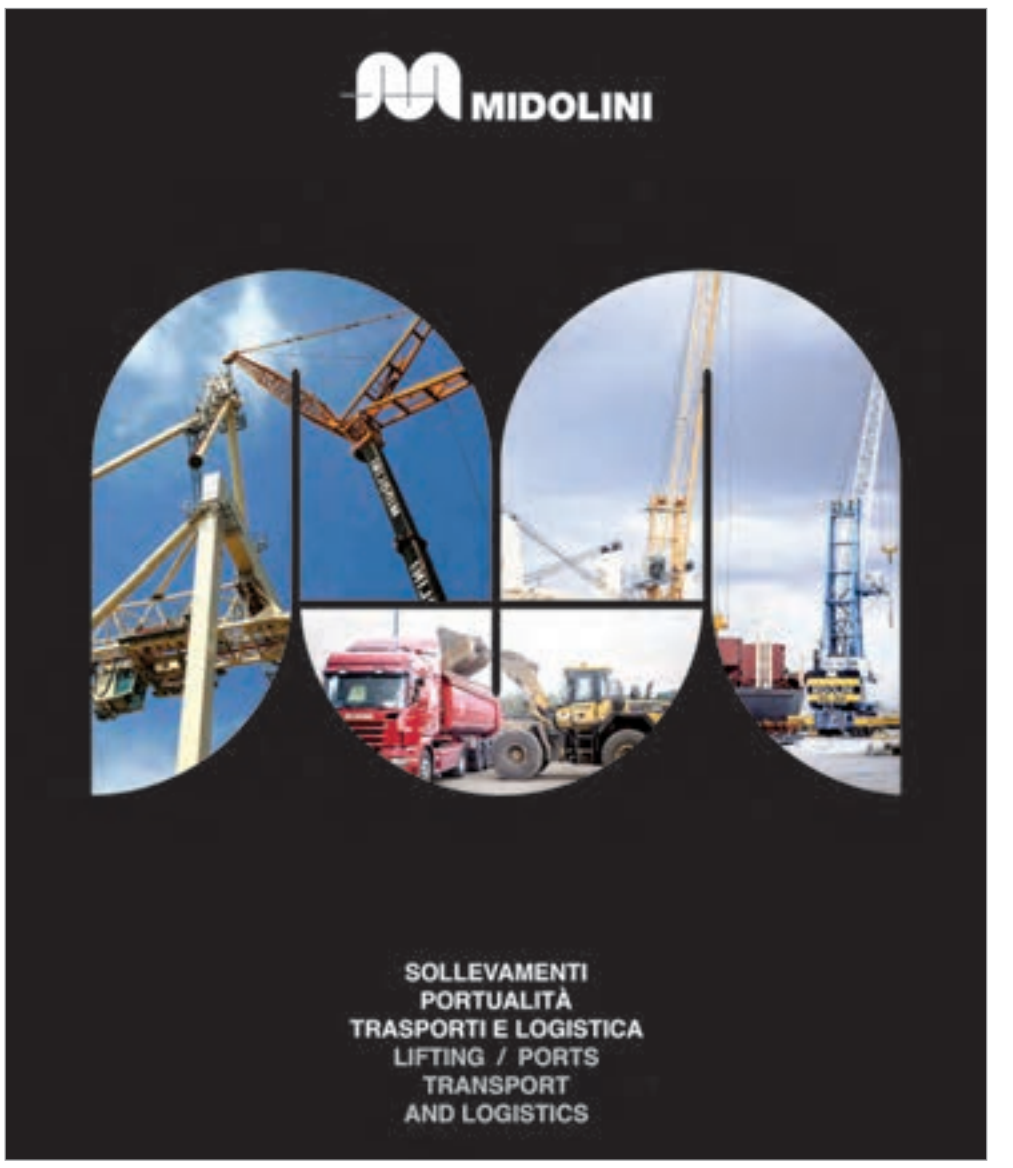
IL CORE BUSINESS DI MIDOLINI È COSTITUITO DA OPERAZIONI COME LA LOGISTICA FULL SERVICE, LA MOVIMENTAZIONE DI MERCI ANCHE IN AMBITO PORTUALE, E IL TRASPORTO. SERVIZI CHE RICHIEDONO UNA GRANDE COMPETENZA E UNA GESTIONE INTEGRATA ED EFFICIENTE

Un'organizzazione aziendale organica, moderna e competitiva, in cui l'attenzione primaria è da sempre rivolta alla completa soddisfazione del cliente. Con queste caratteristiche la società Midolini si contraddistingue sul mercato dei servizi dedicati al settore logistico. E, nei fatti, l'efficace gestione aziendale affiancata al sistema qualità del gruppo, coniuga in modo razionale e al tempo stesso dinamico l'organizzazione del servizio, sempre con un occhio di riguardo alle più aggiornate tecnologie e strumentazioni e nel rispetto di tutte norme di sicurezza sui luoghi di lavoro. I settori di intervento in cui opera Midolini sono la logistica full service il sollevamento merci e l'elevazione in quota di persone, la movimentazione e lo scarico di merci anche come impresa portuale e il trasporto. «Sono le competenze e le strutture aziendali che ci hanno consentito di effettuare nel corso degli anni una gestione integrata ed efficiente, delle diverse aree di lavoro che si riverbera positivamente sul cliente sia dal punto qualitativo che economico» spiega la direzione aziendale. La storia dell'azienda inizia nel 1950, fu allora che la famiglia Midolini seppe guardare lontano ed avviò le prime attività. Da lì in poi la crescita è stata costante: si passò dai cavalli ai primi autocarri e all'attività estrattiva si aggiunse quella dei sollevamenti, con le prime autogru tralicciate. Con la riforma portuale del 1996, che di fatto decretò la liberalizzazione del lavoro nei porti Italiani, Midolini F.lli diventò impresa portuale prima a San Giorgio di Nogaro in provincia di Udine, dove aprì un'unità locale distaccata e, in seguito, sempre nella zona Industriale dell'Aussa Corno, dov'è inserito il porto, costruì un fabbricato industriale di 9mila metri quadrati da adibire a deposito merci; per divenire in seguito Impresa portuale anche nei porti di Monfalcone e Trieste. Attualmente, con l'unità locale insediata a Mestre e con l'avvio di progetti inerenti la logistica full service, l'azienda si proietta come player sempre più importante a livello nazionale ed europeo nell'ambito dei servizi di sollevamento e movimentazione merci. Nel novero delle attività portuali svolte da Midolini, particolare rilievo va dato ai servizi funzionali a iniziative di Project Cargo. «Il gruppo ha dato vita – specifica ancora la direzione - a una struttura operativa permanente costituita da personale e mezzi specializzati nello svolgimento di sollevamenti e movimentazioni integrati in operazioni di imbarco e sbarco che vedono coinvolti manufatti di dimensioni e pesi particolarmente rilevanti. Operazioni di questo tipo vengono svolte con particolare frequenza nelle aree portuali gestite da Midolini dove si effettuano settimanalmente imbarchi di elementi che possono raggiungere le 400 tonnellate».

*Midolini F.lli ha sede a Udine - **www.midolini.it***

Sempre maggior importanza, inoltre, sta acquisendo lo sviluppo di progetti di logistica interna full service (Tls). Grazie alle competenze interne negli ambiti del trasporto, movimentazione e gestione portuale e alle attrezzature aziendali, Midolini ha investito anche in quest'area di intervento. «La costante attenzione al dettaglio che da sempre contraddistingue il nostro operato fa sì che oggi possiamo rispondere in modo sartoriale alle diverse esigenze logistiche dei vari clienti utilizzando le più aggiornate strumentazioni gestionali andando a garantire un alto livello di ottimizzazione dovuto alla simbiotica integrazione tra le diverse aree operative».

L'integrazione tra le diverse attività del gruppo permette una profonda integrazione e verticalizzazione delle operazioni. In ambito logistico Midolini si pone come player di riferimento nell'intermodalità mare/ferro/gomma grazie alle aree portuali in gestione, il know nelle movimentazioni, nei sollevamenti ed i trasporti. Il parco mezzi aziendale dispone di sollevatori termici ed elettrici di diversa portata e tipologia, di rimorchi e trattrici industriali utili nelle attività di logistica full service utilizzabili sia in magazzini di medie dimensioni che in ampi parchi industriali. Autogru telescopiche e tralicciate che coprono tutta la gamma dalle 15 alle 800 tonnellate di portata. Midolini contempla nel proprio parco mezzi una vasta gamma di piattaforme aeree autocarrate, semoventi e a ragno specificatamente omologate e possono raggiungere altezze superiori ai 60 metri. Infine, la continua formazione del personale operativo, la costante innovazione e modernizzazione del proprio parco mezzi e delle proprie strutture, le certificazioni qualità raggiunte negli anni permettono all'azienda di offrire al cliente un servizio sempre completo, professionale ed efficace. • **Luana Costa**



TLS

Grazie alle competenze interne negli ambiti del trasporto, movimentazione e gestione portuale e alle attrezzature aziendali, Midolini sta investendo anche in quest'area di intervento

Trasportiamo il made in Italy nel mondo

DA QUANDO È STATA FONDATA CARGOAIR, QUINDICI ANNI FA, LO SCENARIO DEL SETTORE È PROFONDAMENTE CAMBIATO: PRIMA LE PIATTAFORME ONLINE, L'ATTENTATO ALLE TWIN TOWERS, POI LA PANDEMIA E OGGI LA GUERRA RUSSIA-UCRAINA. L'IMPEGNO DELL'AZIENDA È QUELLO DI FORNIRE QUALITÀ E SICUREZZA NELLE SPEDIZIONI INTERNAZIONALI, COME SEMPRE. L'ANALISI DI ARMANDO GRANATO

«Descrivere la nostra attività ai non addetti ai lavori, o alla non utenza, non è facile. Il ventunesimo secolo è stato foriero di agevolazioni per tantissime attività, ma non per il nostro settore: l'attentato alle Twin Towers dimostrò al mondo le varie fragilità del ramo sicurezza, che non crebbe contestualmente alla velocità del trasporto di persone e cose. Da quel momento tutti, governi, dogane, enti, compagnie di trasporto confermarono la necessità di controlli più rigidi e capillari. Nell'intero comparto del trasporto merce, senza nemmeno essere interpellate, le aziende si sono arricchite di nuovi doveri e responsabilità, anche penali, in quanto primi ricettori della filiera». Introduce così Armando Granato, amministratore delegato di Cargoair, la sua attività. L'azienda, che quest'anno festeggia il quindicesimo anniversario, è una realtà indipendente italiana specializzata in spedizioni internazionali. In particolare, è leader nel trasporto oltreoceano del made in Italy, con particolare propensione ai settori dell'arredamento e dell'allestimento di negozi, moda, farmaceutico, prodotti chimici, profumi, insieme con spedizioni quali AoG, animali vivi, dotazioni di bordo e tutte le classi di merce pericolosa e merce destinata alle fiere.

«Quando mia figlia anni fa mi chiese del mio lavoro, erroneamente sintetizzai: "Sono fondatore e proprietario di un'agenzia di trasporti internazionali" - racconta Armando Granato, amministratore delegato -. Capii chiaramente dalla sua reazione che era piuttosto confusa: io alla sua età a una risposta simile avrei replicato con decine di domande, ma lei, Generazione Z, nata nell'era in cui internet ha iniziato a permettere tutto con Ali Express, Amazon ed altre piattaforme online di trasporto merci, con il semplice termine "agenzia" aveva inteso un'attività superflua e sicuramente superata. Ma è veramente così? Con un banale esempio le spiegai parte dell'attività: Tu devi partire per l'estero, che fai? Compri il biglietto, ti sinceri del passaporto e prepari la valigia. Vai all'aeroporto, fai il check-in, imbarchi la valigia, completi le formalità di controllo: a destino, sempre e solo tu farai il contrario, ammesso che la valigia nel frattempo ti sia arrivata. Ebbene, noi con le merci facciamo lo stesso, solo che queste non hanno gambe: dobbiamo prevedere e organizzare il tutto (dalla presa alla eventuale consegna a destino) passando sia per la dogana di uscita sia da quella di entrata». Da sempre, Cargoair offre un servizio affidabile e di provata fiducia dai vari con-caricatori con i quali si pregia di collaborare fin dalla nascita. È punto di riferimento per la propria clientela, nazionale ed estera. È inoltre in continua innovazione ed è in grado di soddisfare la richiesta più esigente di servizi su misura. «La mission che ho imposto sin dall'inizio – prosegue ancora il fondatore - è stata quella di riuscire a colmare le lacune riscontrate durante la mia militanza presso varie aziende multinazionali. Ho chiesto ad ogni mio collaboratore, di cui mi pregio realmente di avere in azienda, di unirci e mettere a disposizione la nostra esperienza pregressa, per soddisfare le esigenze della clientela; compito che ci ha permesso di effettuare spedizioni aeree molto particolari e importanti da e per l'Italia». Nello specifico, dal trasporto di merce pericolosa a quello di strutture ingombranti e fuori sagoma. «Ad esempio, ricordo ancora con gioia il trasporto aereo (door to door) del più grande vetro per allestimento da vetrina per negozio, ancor oggi presente sulla 5° Avenue di New York: prodotto di eccellenza tutto italiano che, grazie alla nostra esperienza, è arrivato a destinazione perfettamente integro e nei tempi richiesti dalle maestranze».

Certo, l'attuale scenario è molto complesso, ulteriormente aggravato dal biennio di pandemia e oggi dalla guerra. «Prima del disastro ucraino, il 2022 si stava aprendo sotto i migliori auspici – conclude Granato -. Ma la guerra ha coinvolto l'intera filiera del trasporto in tutte le sue modalità (terra, mare, aereo), import/export e i continui aumenti dei costi sono accompagnati da una sempre più precaria qualità dei servizi. Cargoair tuttavia non smette di guardare al futuro con ottimismo, e si impegna per garantire, nonostante tutto, il servizio e la sicurezza di sempre». • LC

IL TRASPORTO AEREO (DOOR TO DOOR)

Il più grande vetro per allestimento da vetrina per negozio, ancora oggi presente sulla 5° Avenue di New York, grazie alla nostra esperienza, è arrivato a destinazione perfettamente integro e nei tempi richiesti

Cargoair è oggi presente in Italia con le sedi operative di Milano e Napoli, gestisce su tutto il territorio nazionale spedizioni import ed export via aereo, mare e tir. Cargoair, oltre a vantarsi di fidati e longevi partner esteri, è membro italiano ultradecennale del gruppo mondiale: GLN (Global Logistics Network) - Agente Platinum.

Cargoair ha sede a Truccazzano (Mi) - **www.cargoair.it**

CARGOair

INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS

Milan office
Via Monte Grappa, 29/b
20060 Truccazzano (MI)
Tel. +39 02 9530 9349
E-mail : info@cargoair.it

Naples office
Viale Vesuvio, 122
80040 Volla (NA)
TEL. +39 081 7731791
E-mail : info@cargoair.it

2007 to 2022 — 15 years

IATA

GLOBAL LOGISTICS NETWORK

Mission

We will create the House for talent and innovation, combining technology and expertize driving the growth of youths versus the Digital Global Logistics moving into Social

Vision

Delivering the most accurate Cargoair Service Worldwide

Visit our web site: www.cargoair.it

Air Freight Services

- Daily Consolidation USA main airports & Worldwide
- Consolidation Hub in Milan, Rome & Naples
- Internal Custom operations
- Internal Security procedures
- Back to Back shipments
- Weekly Consolidation from Worldwide
- Management DGR (Dangerous Goods), OOG (Out of Gauge), Perishable & Temperature controlled goods
- Chartering
- Time Sensitive Service

Ocean Freight Services

- FCL (Full Containers Load), IMO, Reefer, Regular Container, Open Top, Flat Rack, Platform, High Cube,
- LCL (Less Container Load)
- IMO Shipments
- Groupage Cargo, Tank Containers Break Bulk & Chartering
- Consolidation Hubs Milan & Naples
- VGM regulation management
- Project Cargo
- Roll on Roll off
- ISF & AMS regulation management
- Port side custom procedure
- Inland custom procedure

Truck Services

- National FTL
- International FTL
- Groupage Service (LTL)
- Intermodal Pick up for containers
- Full truck container service
- Domestic collection of goods
- Express service
- Management Perishable goods
- Management ADR goods

Custom Services

- Inbond deliveries
- Bonded warehouse
- Vat warehouse
- Sanitary management
- In house Custom Brokerage
- Import Clearance procedure
- EuroMed regulation
- Duty check
- In transit documentation
- Free trade zone management

Un approccio responsabile

AMBROSIANO GROUP SUPPORTA I PROCESSI LOGISTICI E MIGLIORA LE PERFORMANCE DEI PIÙ IMPORTANTI GRUPPI INDUSTRIALI IN ITALIA ATTRAVERSO L'ORIENTAMENTO AI PRINCIPI DEL TOTAL QUALITY MANAGEMENT. L'AZIENDA SI DISTINGUE PER UN'ATTENZIONE PARTICOLARE ALLE TEMATICHE SOCIALI E AMBIENTALI. NE PARLA LA PROJECT MANAGER VIRGINIA SUSANNA

Oggi la sostenibilità e il benessere dei dipendenti sono obiettivi primari per una realtà aziendale che vuole definirsi moderna e al passo con i tempi. Ambrosiano Group sicuramente lo sta dimostrando implementando una serie di attività per ridurre l'inquinamento atmosferico e migliorare la qualità della vita dei suoi collaboratori.

Il gruppo nasce dalla fusione di diverse esperienze professionali attive nei settori dei servizi e della gestione di impresa. Nel corso degli anni la società ha sviluppato la sua presenza su tutto il territorio nazionale fino a diventare una realtà di riferimento all'interno del settore della gestione dei servizi in outsourcing. «Siamo al fianco di molte realtà, Pmi e multinazionali, nella gestione quotidiana della logistica. Dalla Gdo, al fashion sino ad arrivare all'agroalimentare. Possiamo offrire professionalità e supporto a tutte quelle realtà che esternalizzano, o vogliono esternalizzare, parte delle proprie attività. Seguiamo i nostri clienti sia nella fase progettuale e ingegneristica, sia nella fase gestionale e operativa. Con questa strategia è così possibile minimizzare i costi, diminuire gli oneri degli investimenti e, soprattutto, concentrarsi sul proprio core business. Ci poniamo così da interlocutore contrattuale unico per i servizi in outsourcing. La nostra organizzazione plurisettoriale e il know how trasversale ci consentono inoltre di offrire in ogni fase della commessa una vasta gamma di soluzioni integrate. La nostra attività mira ad accompagnare i clienti in un progressivo percorso di miglioramento delle performance e incremento della produttività. Obiettivo dei nostri interventi è minimizzare le spese, facilitare le attività e, soprattutto, permettere ai nostri clienti di incrementare il business».

In un'ottica di sostenibilità in senso sociale, da anni Ambrosiano Group sostiene la fondazione Sarepta Onlus, donando la merce danneggiata recuperata dal CE.DI. Carrefour di Rivalta. Le confezioni degli alimenti lese non possono essere vendute dalle Gdo, ma contengono prodotti integri e di ottima qualità. Per questo motivo, invece di sprecare tale preziosa merce, viene destinata alle 4 comunità residenziali per mamma con bambino gestite da Sarepta. L'azienda, inoltre, dispone di un Dipartimento tecnico specializzato nello sviluppo di innovazioni tecnologiche, ma al tempo stesso sostenibili per una migliore tracciabilità di filiera e un costante miglioramento delle performance. «Adottare un approccio sostenibile è una priorità per vincere la sfida del cambiamento climatico. Ecco perché in Ambrosiano Group ci impegniamo ogni giorno nel migliorare la supply chain per un consumo più responsabile e rispettoso dell'ambiente che crei paradigmi più inclusivi lungo tutta la catena di approvvigionamento».

Su questa scia, Ambrosiano Group ha da poco avviato un progetto speciale "Semia. Impatto Zero", per abbattere i consumi. «Tramite un consulente esterno, abbiamo analizzato il consumo di anidride carbonica nel 2021. Questo si può abbattere piantando degli alberi, che producono più Co2, avviando così il riciclo. Dopo una prima fase di studio, acquisteremo quindi gli alberi che sono situati in un'oasi unica in Italia, visitabile da tutti. È un progetto davvero tangibile con riscontri immediati e ne siamo molto orgogliosi».

Semia si propone come organizzazione finalizzata a supportare l'impresa con un piano esterno di perfezionamento della gestione ambientale per la riduzione delle emissioni di carbonio e si fonda su un accordo con un gestore di un'area di miglioramento delle prestazioni ambientali. Si tratta di un'azione imprenditoriale mirata con un ampio effetto socio-economico. La consapevolezza degli effetti ambientali delle proprie pratiche sarà sempre di più un dovere e immediatamente dopo lo diventerà anche l'intrapresa di azioni mirate al miglioramento. • **Elena Bonaccorso**

Ambrosiano Group ha sede a Melegnano (Mi)
www.ambrosianogroup.com

IMPEGNO SOCIALE

Ambrosiano Group cura la qualità della vita dei suoi dipendenti e in particolar modo investe su salute, sicurezza e formazione. Questo contribuisce a ottenere i risultati sociali, economici e ambientali che un'azienda sostenibile mira ad ottenere. «Grazie anche ai nostri partner che ci supportano nella sicurezza sul lavoro, ci focalizziamo particolarmente nella formazione dei nostri dipendenti e nel monitoraggio della loro salute e sicurezza negli ambienti lavorativi. La sostenibilità riguarda anche la possibilità, per le persone che fanno parte del nostro gruppo, di lavorare in un ambiente sano, che ha a cuore i diritti, la loro crescita personale e professionale. Per noi l'azienda ha una responsabilità sociale e per questo è fondamentale avere una particolare attenzione delle necessità formative e personali di ogni singolo membro del team».

AMBROSIANO
Group S.p.A.

Con Ambrosiano Group il futuro è green

FOOD WASTE REDUCTION •
IMPRONTA ECOLOGICA •
CO2 CONTROL •

IL MOMENTO DELL'AZIONE È ORA: RIDUCI L'IMPATTO AMBIENTALE PER ALLINEARTI AI MODELLI ESG

Una logistica sostenibile per ridurre le emissioni

Stai cercando un partner che ti aiuti a sviluppare nuove opportunità per la tua azienda e nuovi modelli di business? Piantando alberi con Ambrosiano Group la tua azienda può comunicare il proprio impegno per l'ambiente, la collettività e il Pianeta

www.ambrosianogroup.com

Da Sud a Nord, ogni giorno

GRAZIE AL SERVIZIO DI GROUPAGE DI SA&G LOGISTICS, FRUTTA E VERDURA FRESCA RAGGIUNGONO OGNI GIORNO I MERCATI DEL NORD ITALIA E LA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA. SPECIALI TECNOLOGIE CONSENTONO IL MANTENIMENTO DELLA TEMPERATURA IDEALE

*SA&G Logistics ha sede a Policoro (Mt) - **www.saeglogistica.it***

Consegne quotidiane nei mercati ortofrutticoli di tutta Italia e nella grande distribuzione organizzata. SA&G Logistics, fondata a maggio del 2019 ma con un lungo bagaglio d'esperienza decennale nel mondo del trasporto merci e della logistica, è specializzata in particolare nei trasporti a temperatura controllata. «Effettuiamo giornalmente il groupage da Policoro e lungo tutta la fascia ionica metapontina - spiega Gaetano Salerno, responsabile aziendale -. La raccolta del groupage e dei bancali con i carichi completi viene poi consegnata A per A sui mercati del nord Italia. "A per A" significa che lavoriamo oggi per oggi». SA&G Logistics si occupa dell'intera filiera logistica dell'ortofrutta della fascia jonica: dal groupage ai carichi interi, fino alla programmazione giornaliera dei carichi.

L'azienda arriva nei principali mercati italiani e nelle maggiori piattaforme logistiche italiane. «Ogni giorno serviamo la grande distribuzione organizzata e forniamo un servizio di deposito coperto a temperatura controllata (in regime Atp) e servizio deposito a temperatura ambiente».

L'azienda si interessa, in particolare, del groupage di prodotti ortofrutticoli prodotti da aziende operanti nell'area del Metapontino: Policoro, Scanzano Jonico, Nova Siri, Rocca imperiale, Bernalda, Rotondella, Tursi, Montescaglioso, Metaponto, Montalbano Jonico. Inoltre, l'area operante dell'azienda arriva anche nel vicinissimo territorio pugliese. «I prodotti vengono trasportati nella piattaforma logistica a nostra disposizione, si tratta di un capannone aziendale, dotato di celle frigorifere per lo stoccaggio e la conservazione dei prodotti e nel più breve tempo possibile vengono poi ricollocati sugli automezzi, anche questi dotati di celle frigorifere. Da qui si procede per le consegne presso i maggiori mercati italiani e la grande distribuzione situati in tutto il territorio nazionale».

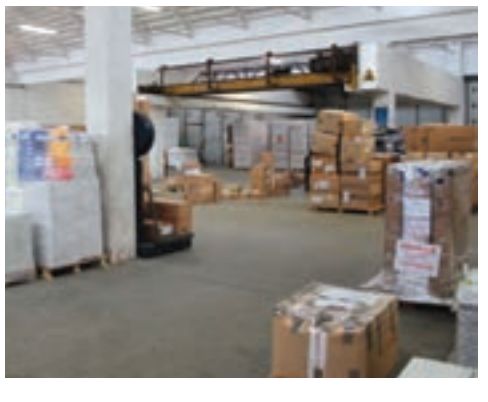
La SA&G Logistics si contraddistingue anche per il servizio ai clienti e la professionalità. «Serviamo realtà di ogni dimensione, dai grandi gruppi alle piccole aziende a conduzione familiare – prosegue il responsabile aziendale -. Proprio a quest'ultima categoria abbiamo destinato parte della nostra piattaforma logistica, per far sì che possano imballare la loro merce nel migliore dei modi per poterla spedire nei maggiori mercati italiani». L'azienda guarda al futuro con ottimismo. «Abbiamo tanti progetti – conclude Gaetano Salerno -. Il principale obiettivo è arrivare a fornire direttamente la grande distribuzione organizzata e disporre di una piattaforma nel nord Italia». • **Luana Costa**

Un servizio trasporti tra i più longevi

GILBERTO ANTONIAZZI, FONDATORE E AMMINISTRATORE UNICO DI SPEDITALIA, CI RACCONTA LA STORIA DELLA SUA DITTA, PARTITA OLTRE CINQUANT'ANNI FA CON DUE FURGONI E OGGI UNO DEI CORRIERI PIÙ AFFIDABILI, APPREZZATI E LONGEVI DEL PAESE

Siamo ormai abituati a vedere scorrere per le strade delle nostre città e cittadine innumerevoli servizi di consegna, legati principalmente all'e-commerce e che negli anni dei vari lockdown hanno visto moltiplicare il volume del loro lavoro. In un panorama estremamente competitivo come questo, sorprende piacevolmente notare che aziende dalla storia antica hanno saputo affrontare la concorrenza unendo know how e lungimiranza. Una lungimiranza che affonda le sue radici già negli anni della fondazione, come nel caso di Speditalia. «Ho fondato la ditta nel 1969, quindi sono già 53 anni di attività gestiti con ottimi risultati. Attualmente, l'azienda dispone di una ventina di automezzi, che distribuiscono la merce in particolare per l'alta Italia. Per le restanti zone del territorio nazionale, ci serviamo del supporto di società partner. Siamo specializzati prevalentemente su merce lunga, che solitamente i corrieri espressi non trattano. È una nicchia di mercato che ci riserva soddisfazioni. Lavoriamo con aziende di livello internazionale, in particolare nel settore dell'edilizia, ma non solo. Siamo sempre rimasti in dimensioni modeste ed è stata una nostra scelta, per progredire lentamente ma costantemente».

Pensare un business e farlo progredire necessita di per sé di grandi capacità imprenditoriali. Quando questo business va avanti, crescendo costantemente, da più di cinquant'anni, si è davanti a un'impresa con basi solide e con grandi competenze manageriali. «Nella nostra attività siamo rimasti in pochi, perché il business sia ormai in mano alle grandi compagnie internazionali come Brt, Gls, Sda, Tnt, Ups, Dhl. Ma, come dicevo, abbiamo scelto una dimensione ridotta, per poter continuare a fare il meglio per ogni cliente che si rivolge a noi. La nostra peculiarità è mettersi al servizio dei clienti per seguire passo passo ogni operazione di trasporto, dando un'attenzione particolare e peculiare a ognuno di loro anche riguardo all'assistenza. Contiamo dunque sulla qualità e sulla fiducia che ci viene accordata. Un tempo, aziende come la nostra erano centinaia e ognuna di loro era specializzata su una porzione specifica del territorio. Noi, come Speditalia, siamo stati il primo corriere a intravedere la possibilità di gestire le merci con un unico corriere per tutta Italia. Siamo nati con l'intenzione di offrire al cliente un unico interlocutore. Nel 1969, questa soluzione era fin troppo all'avanguardia,



Speditalia ha sede a Milano
www.speditalia.com

ma sul lungo periodo ha dato i suoi frutti, premiando la nostra lungimiranza».

Molte sono state le ditte che negli anni non sono riuscite a superare una concorrenza esorbitante e sempre più crescente a causa del rapido sviluppo del mercato online. Inoltre, sempre più aziende hanno affidato il proprio trasporto logistico a corrieri multinazionali, con un notevole calo dei costi ma con un servizio anche meno specializzato. «Negli anni, molte sono state le aziende su base regionale che hanno dovuto chiudere per via della concorrenza insostenibile dei corrieri legati all'e-commerce, con una capillarità molto superiore. La concorrenza dei corrieri delle multinazionali è anche oggi molto agguerrita, per via della capillarità, della rapidità, della mole di consegne e del costo inferiore. Noi quindi abbiamo continuato a concentrarci sulla nostra nicchia di mercato, la merce lunga dai 3 ai 6 metri, riguardo alla quale non abbiamo concorrenti. Lavoriamo anche per grandi realtà del tessile per le quali facciamo una semplice consegna pacchi, o con ditte che trattano materiale sanitario da consegnare a studi medici e ospedali, ma la nostra attività principale legata alla merce lunga è ciò che ci ha permesso di restare competitivi sul mercato e apprezzati da più di cinquant'anni».

E come non considerare tutto ciò alla luce della pandemia che, come dicevamo, ha visto alzarsi di parecchio la richiesta di consegne a domicilio. «Con la pandemia, il nostro lavoro non è cambiato molto, ha continuato a funzionare e anzi, è aumentato. Essendo la nostra attività legata principalmente all'edilizia, non ci siamo fermati perché tale settore non ha subito uno stop e in alcuni casi ha anche dovuto accelerare i ritmi lavorativi, con un conseguente aumento delle commesse per la nostra azienda. Nel 2021 abbiamo aumentato il fatturato del 20 per cento e per il 2022 prevediamo un'ulteriore crescita. Durante le fasi più critiche della pandemia, siamo addirittura riusciti a sostituire in alcuni casi i corrieri espressi, bloccati a causa delle restrizioni e delle chiusure, facendo delle consegne per ditte che di solito usufruivano dei loro servizi. Siamo riusciti a sopperire alle loro difficoltà, e ciò non potrebbe renderci più orgogliosi». • **Elena Bonaccorso**

SPEDITALIA

DAL 1969, PER OGNI ESIGENZA

Sin dalla fondazione, Speditalia rifornisce tutto il territorio nazionale, con una rete distributiva capillare, un servizio rapido ed economico, con termini di consegna ridottissimi, pronta rimessa, contrassegno e merci assicurate. Oggi consegna nel centro storico di Milano con automezzi non inquinanti, effettua in tutta la regione Lombardia consegne in 24/48 ore, servizio rapido di distribuzione merci in tutta Italia, servizio espresso per qualsiasi località con automezzi di tutte le portate, servizi personalizzati e consegne con automezzi muniti di sponda idraulica.

SPEDITALIA - Via Cevedale, 9 - 20158 Milano - Tel. +39 02 3760080
Fax +39 02 6468032 - www.speditalia.com

Il “turn over” delle merci

LE AZIENDE CHE OPERANO NEL SETTORE LOGISTICO HANNO NECESSITÀ DI PARTNER AFFIDABILI E CELERI NEL TRASPORTO, CHE DEVE AVVENIRE ANCHE IN TEMPI MOLTO STRETTI. CON OLTRE VENT’ANNI DI ESPERIENZA CDM LOGISTICA TRASPORTI INCARNA QUESTO RUOLO ALLA PERFEZIONE. IL PUNTO DI FRANCESCO CECCATO

«La merce che arriva presso i nostri magazzini deve uscire in massimo 12/24 ore. È un turn over, nessun materiale staziona per più di una settimana». Con queste parole Francesco Ceccato, titolare della società CDM Logistica Trasporti, sintetizza quel servizio celere e affidabile che è la molla che spinge in avanti il settore della logistica. Nata nel 2000, l’azienda offre una gamma completa di servizi espressi, dal ricevimento e stoccaggio delle merci, alla distribuzione del collettame sul territorio nazionale attraverso trasporti personalizzati, combinando professionalità ed esperienza con la massima flessibilità. L’azienda dispone di mezzi di proprietà, tutti dotati di localizzatori satellitari e di antifurto e conta sulla collaborazione di qualificati fornitori, selezionati attraverso rigidi criteri e costantemente monitorati.

Le attività nascono da una fortunata intuizione dell’attuale titolare: «Effettuavo trasporti per un’altra azienda che successivamente ha chiuso – racconta Ceccato -. Ho quindi deciso di prendere in mano i clienti rimasti e partire verso un nuovo progetto. All’inizio avevamo pochi automezzi ed effettuavamo trasporti ordinari, poi abbiamo deciso di diversificare la tipologia di servizio per passare a quello espresso e, di conseguenza, abbiamo incrementato progressivamente il numero dei clienti. Negli ultimi sette anni ci siamo specializzati sulla distribuzione di materiale elettrico e tuttora questo rappresenta il nostro principale business, con un servizio che viene eseguito anche durante le ore notturne: a partire dalle 3 fino alle 8 del mattino ci dedichiamo alla logistica di numerose aziende».

Nel tempo CDM Logistica Trasporti è cresciuta tanto da inaugurare sei anni fa una nuova sede a Padova; attualmente l’azienda conta la presenza di un parco di venti automezzi e venticinque dipendenti. «Le nostre attività si rivolgono principalmente a realtà strutturate oppure a quelle aziende che esprimono la necessità di spostare materiale industriale il giorno stesso o al massimo entro le 24 ore».

CDM Logistica Trasporti ha sede a Padernello (Tv) - ***www.cdmtrasporti.com***

L’azienda effettua anche consegne alla grande distribuzione e nei centri commerciali, organizzando anche servizi di navette.

Ciò che contraddistingue CDM Logistica Trasporti rispetto ai numerosi competitor, e che le ha permesso di ottenere un notevole consenso sul mercato, è la capacità di svolgere tutte le attività “in prima persona”, con il proprio personale. «La nostra è stata una scelta precisa – sottolinea Francesco Ceccato -, crediamo molto nelle risorse umane. Lavoriamo con nostri dipendenti instaurando con loro una relazione di fiducia che poi si riverbera anche nel rapporto con i clienti. Per fare un esempio, molte aziende negli ultimi anni ci hanno affidato le chiavi dei magazzini dove poter consegnare e depositare la merce: ciò rappresenta certamente un attestato di fiducia nei nostri confronti. Tuttavia, i clienti si dimostrano ugualmente molto esigenti ed è per questa ragione che formiamo personale capace e affidabile. Ogni autista viene sottoposto a periodici corsi di formazione e, prima di essere messo alla guida dei mezzi, viene affiancato per una settimana da uno dei nostri autisti più fidati. Durante questo periodo di prova abbiamo quindi la possibilità di saggiarne le capacità ma anche di comprendere se si tratti di un lavoro adatto alle sue aspirazioni».

La forza e il successo della società risiede, dunque, nel team affiatato ma anche in una naturale predisposizione ad offrire un servizio just in time: «Il nostro è un servizio molto particolare e quasi di nicchia – specifica ancora Ceccato -. I clienti possono chiamarci anche per effettuare una consegna oggi per domani e noi siamo capaci di svolgere l’attività con tranquillità e a qualsiasi orario perché i nostri magazzini alle 3 del mattino sono già aperti e operativi. Inoltre, i nostri uffici amministrativi sono aperti dodici ore al giorno, dalle 7 alle 19, e dotati di personale in grado di rispondere a qualsiasi esigenza sia di informazioni generali, tariffe che di consegna». • **Luana Costa**

CELERITÀ

Le nostre attività si rivolgono principalmente a realtà strutturate oppure a quelle aziende che esprimono la necessità di spostare materiale industriale il giorno stesso o al massimo entro le 24 ore

LA QUALITÀ CHE PREMIA

«La qualità ci ha sempre premiato e di questo siamo molto fieri – afferma Francesco Ceccato -. Al contrario di altre aziende che purtroppo guardano solo ai costi e cercano di risparmiare anche sul personale: è evidente che una simile visione non può produrre qualità. Al giorno d’oggi invece i clienti scelgono e cercano la qualità e con la qualità si è sempre ripagati. Chiaramente bisogna circondarsi di una squadra che ci crede e che lavora per raggiungere un obiettivo comune. Dal momento che questa è la base della nostra attività, nutriamo buone aspettative anche per il futuro».

CDM Logistica Trasporti offre una gamma completa di servizi espressi di trasporto, dal ricevimento e stoccaggio delle merci, alla distribuzione del collettame sul territorio nazionale attraverso trasporti personalizzati, servizi espressi, servizi di consegna espressa entro le 12h, carichi completi, consegna alla grande distribuzione, servizio contrassegni, gestione delle giacenze e fermo deposito combinando professionalità ed esperienza con la massima flessibilità.

La distribuzione delle merci e il trasporto vengono eseguiti con mezzi di proprietà tutti dotati di localizzatori satellitari e di antifurto e con la collaborazione di qualificati fornitori, selezionati attraverso rigidi criteri e costantemente monitorati.

CDM Logistica Trasporti Srl - Via Lombardia, 10/A
31036 Z.A. Padernello di Paese (TV) - Tel. +39 0422 953100

www.cdmtrasporti.com

Il caro carburanti non ferma le flotte

CON SALVATORE DI STEFANO, A CAPO DELL'AZIENDA CATANESE DI LOGISTICA DI STEFANO TRASPORTI, ANALIZZIAMO LE CONSEGUENZE DELL'AUMENTO DEL PREZZO DEL GASOLIO PER IL COMPARTO, CHE CONTINUA A PUNTARE SU GDO E TRASPORTI REFRIGERATI

Nell'arco dell'ultimo anno il prezzo del gasolio, il carburante più diffuso per i mezzi pesanti, è aumentato alla pompa del 20,7 per cento, provocando un incremento dei costi pari a 535 milioni di euro per le piccole e micro imprese dell'autotrasporto merci. Una batosta che si scarica interamente sui margini di profitto e sul valore aggiunto aziendale, considerato che i prezzi alla produzione nel trasporto merci, al terzo trimestre 2021, erano in calo dell'1,2 per cento rispetto a un anno prima. A lanciare l'allarme è Confartigianato Trasporti, ma non sono solo le organizzazioni di categoria a guardare con ansia al futuro.

Salvatore Di Stefano, a capo dell'azienda catanese di logistica Di Stefano trasporti, non ha dubbi sulle conseguenze del rincaro carburanti per il comparto del trasporto in particolare e dell'economia in generale. «Ci saranno effetti catastrofici sia sul breve e medio termine che a lungo termine. Saranno conseguenze che coinvolgeranno tutti i settori economici; noi in quanto trasportatori – aggiunge – siamo i primi a subirne le conseguenze, a gestire l'emergenza per poter continuare a lavorare, ma saremo

gli ultimi a essere ascoltati e aiutati. Uno dei problemi principali riguarda anche la committenza, che fatica a venirci incontro per poter fare fronte a una situazione che non riguarda solo noi, ma che riguarda tutti, dalla produzione al consumatore finale. L'unica via che al momento è percorribile per contrastare i rincari è instaurare un tavolo di confronto con ogni singolo cliente e trovare un accordo per aumentare le tariffe».

E le soluzioni green, con mezzi ibridi, flotte a consumi ridotti e quant'altro, non sono una soluzione, quantomeno non nell'immediato. Serviranno anni, forse decenni, prima che le energie rinnovabili o alternative possano costituire un'alternativa effettivamente equivalente, su vasta scala e per distanze significative, rispetto ai carburanti derivati del petrolio.

«Ad oggi nel settore trasporti il mercato è sempre più teso a incrementare un servizio che sia quanto più green possibile. Anche noi – aggiunge Salvatore Di Stefano – stiamo cercando di applicare al massimo le soluzioni che ci sono state prospettate, dall'utilizzo dei mezzi di ultima generazione al trasporto intermodale che ci permette di ottimizzare e limitare il trasporto su gomma che di fatto avviene per l'ultimo chilometro. Ma ci vuole tempo per arrivare a cambiare completamente il sistema dei trasporti per come lo intendiamo da cinquant'anni a questa parte, forse anche di più, e nel frattempo dobbiamo confrontarci con il caro carburanti e con i cambiamenti nelle abitudini dei consumatori, sempre più proiettati su e-commerce e consegne personalizzate e quasi quotidiane».

La grande certezza, quella su cui si registrano gli aumenti più significativi per il comparto del trasporto e della logistica, è e resta la Grande Distribuzione Organizzata, in particolare per i generi alimentari, che hanno tenuto a galla il sistema durante la lunga parentesi del lockdown e della pandemia, ma che ancora prima facevano da forza motrice per le aziende specializzate in questo genere di trasporti come la Di Stefano.

«Per la nostra azienda – conclude l'amministratore – negli ultimi anni è cresciuta molto la richiesta del trasporto food per la grande distribuzione in tutta la Sicilia e nel resto d'Italia. Abbiamo visto un margine di crescita anche per quanto riguarda il servizio di deposito conto terzi, mettendo a disposizione i nostri spazi sia per il secco che per il fresco con 600 metri quadrati dedicati a una cella frigo di ultima generazione. Ad oggi uno dei nostri goal principali è quello di fare crescere il settore del fresco e surgelato, business in cui abbiamo deciso di scommettere da circa un anno. In generale siamo intenzionati a spingere sull'acceleratore sul settore relativo alla catena del freddo che è un business che ci entusiasma. Altro focus su cui siamo molto impegnati è anche il potenziamento della nostra seconda sede a Ravenna così da poter ampliare gli spazi e soddisfare le esigenze dei clienti che, grazie alla fiducia instaurata negli anni, hanno deciso di utilizzare i nostri magazzini come punto di stoccaggio, altamente funzionale grazie a un sistema gestionale e di mappatura che ci permette di avere tutto sotto controllo». • **Alessia Cotroneo**

Di Stefano Trasporti si trova a Catania
www.distefanotrasporti.it

DA PIÙ DI TRENT'ANNI IN MOVIMENTO

Una storia che si tramanda da generazioni, partita, come tante storie italiane, dalla volontà ferrea di un uomo, Giuseppe Di Stefano, e da un unico mezzo. Si presenta così la Di Stefano Trasporti. «Siamo un'azienda con i valori di una piccola famiglia – spiega Salvatore Di Stefano – e la capacità di una grande impresa. Oggi siamo una delle realtà italiane del trasporto merci maggiormente in crescita, la nostra flotta è una delle più grandi in Italia e l'azienda è cresciuta nei decenni diventando un riferimento del settore in tutto il Paese». Alla fine degli anni Novanta i fratelli Salvatore e Claudio Di Stefano entrano nell'impresa di famiglia che frequentano già da ragazzini, e l'azienda continua la sua crescita moltiplicando servizi e opportunità, guardando al futuro attraverso scelte sostenibili e ottenendo una grande copertura territoriale con magazzini di logistica integrati a Catania e a Ravenna, ai quali si aggiungono quelli di appoggio forniti da partner corrispondenti nei porti di Genova, Livorno, Napoli e Salerno. «Con massima attenzione alla domanda del mercato in continuo mutamento e grazie alla longevità dei rapporti con i clienti storici – conclude – Di Stefano trasporti non si è mai accontentata delle posizioni di mercato acquisite ma ha sempre guardato all'espansione, per garantire servizi sempre più completi, capillari, sicuri».

Nuova Classe A con Mercedes me

Io, Auto.

Con nuova Classe A l'interazione tra uomo e macchina ha raggiunto dei livelli finora inimmaginabili. Grazie all'intelligenza artificiale del sistema MBUX, riconosce i tuoi comandi vocali, impara dalle tue abitudini e fa molto di più. Per attivarla basta un semplice "Hey, Mercedes!". Prova un'esperienza tutt'altro che artificiale.
Scoprila su mercedes-benz.it
Nuova Classe A. Just like you.

Consumo combinato (km/l): 14,9 (Classe A 250) e 22,0 (Classe A 180 d).
Emissioni CO_2 (g/km): 120 (Classe A 180 d) e 153 (Classe A 250).

FORD
HYBRID
TRANSIT
CUSTOM TRAIL
TRAIL
Transit Custom Hybrid
Meno consumi, più attenzione per l'ambiente,
stessa capacità di carico.
Transit Custom Van: Ciclo misto WLTP consumi da 6,9 a 9,1 litri/100km, emissioni CO2 da 182 a 239 g/km.
Ford
ford.it