

## FOCUS ON L'Italia del futuro



I progetti vincitori di Alimenta2talent, premio alle idee più innovative per cambiare il modo di fare agricoltura, ridurre gli sprechi e aumentare la sostenibilità.

A pagina V

## L'INCHIESTA

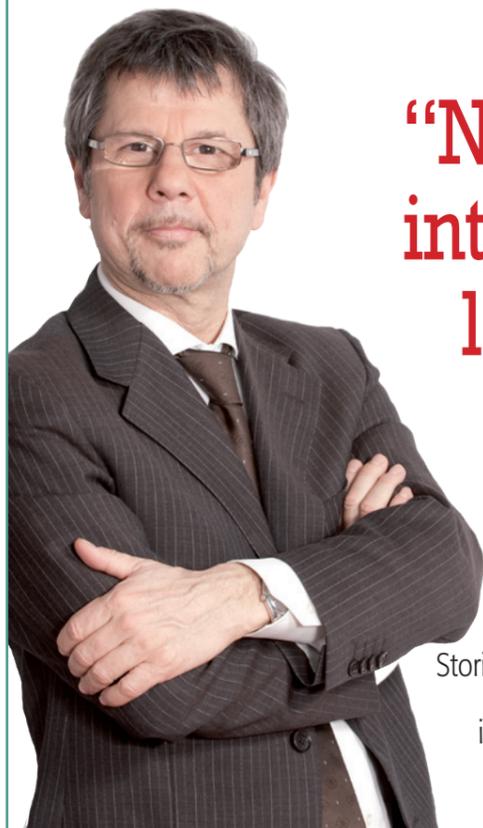
Da pagina XII a pagina XIV

# L'anno che verrà...

Le prospettive per il 2015. Parlano i protagonisti dell'industria. L'importanza dell'innovazione e l'export: i vettori della ripresa.

## COVER STORY

A pagina II



**Stef:**  
"Noi, i veri  
integratori  
logistici"

Storia, evoluzione e progetti dell'azienda, specialista in Europa nella gestione del freddo. Intervista a Renato Mosca.

## RETAIL

**Furti: la miglior  
difesa è la  
prevenzione**



Oltre il 53% delle differenze inventariali sono da imputarsi al fenomeno del taccheggio. Dati e analisi nello studio di Checkpoint Systems.

Alle pagine VI e VII

## L'INTERVISTA

# "Difficile fare previsioni per il 2015"



Con un fatturato che supera i 6,2 miliardi di euro nel 2014, il settore del confezionamento e dell'imballaggio si prepara ad affrontare il nuovo anno. Intervista a Giuseppe Lesce, presidente di Ucima.

Alle pagine X e XI



**VANTAGGI TAVOLE FORATE-GRIGLIATE IN PP:**  
Realizzate con materie prime certificate a norma CE

Facilmente igienizzabili

Leggerezza

Robustezza

Non conducibilità termica

Eliminazione di muffe indesiderate

Maggior aerazione delle forme

Minori rivoltamenti delle forme

Resistenza nel tempo





Renato Mosca

# Stef: “Noi, i veri integratori logistici”

Storia, evoluzione e progetti dell'azienda, specialista in Europa nella gestione del freddo. Intervista a Renato Mosca.



La sede di Stef a Tavazzano con Villavesco, in provincia di Lodi

Un milione e 100mila tonnellate di merce movimentata in un anno, 24 filiali di proprietà distribuite in tutta la Penisola e un fatturato che si attesta oltre i 215 milioni di euro nel 2013: questi i numeri di Stef Italia, leader della logistica e del trasporto dei prodotti agro-alimentari a temperatura controllata (-25°, +18°). “Il nostro compito è quello di garantire un collegamento affidabile ed efficace fra l'industria e i punti vendita”, spiega Renato Mosca, vice direttore generale di Stef Italia con delega al commercio e business development. Non a caso, l'azienda ha conquistato il titolo di ‘Logistico dell'anno 2014’, il premio nazionale dedicato a operatori e studiosi della logistica in conto terzi, conferito dall'associazione di settore, Assologistica. Un riconoscimento ottenuto grazie alla certificazione Iso 9001:2008, Quality Management System, rilasciata lo scorso aprile da Lloyd's Register Quality Assurance a ben 17 piattaforme Stef nel nostro Paese.

Ma partiamo dal principio. Il Gruppo Stef nasce in Francia nel 1920 e avvia un processo di penetrazione nel mercato, lento e progressivo. “La storia francese è un esempio virtuoso di società per azioni, in cui attualmente circa il 65% del capitale sociale è in mano ai dipendenti (in Europa sono circa 9mila i lavoratori che detengono azioni del Gruppo). Ciò genera vantaggi di tipo finanziario, ma soprattutto una forte fidelizzazione”. Questa logica ha portato Stef Francia a crescere negli

anni, arrivando a fatturare complessivamente, nel 2013, circa 1,6 miliardi di euro, di cui ben 1,1 miliardi rappresentati dal trasporto ‘cross docking’: la merce arriva da più destinazioni, viene scaricata e (anche solo in parte) ricaricata su altri mezzi, subito o con una breve sosta, per poi essere inviata a destinazione. Il Gruppo Stef, infatti, svolge tutte le attività di trasporto, logistica e sistemi d'informazione per tutti i flussi a temperatura controllata (tra -25°C e +18°C). “In Italia, al momento, non siamo ancora presenti nel settore della ristorazione, ma è un mercato che guardiamo con attenzione. In Francia, infatti, gestiamo la logistica per importanti catene di ristorazione, partendo dall'acquisto del prodotto fino alla consegna al singolo ristorante”.

Tra i sette paesi dell'Unione europea in cui opera Stef, l'Italia è seconda, dopo la Francia, per fatturato e potenzialità di crescita. “L'avventura di Stef in Italia ha inizio quando, negli anni Ottanta, nasce la joint venture strategica con la storica azienda di trasporti Cavalieri, attiva dal 1937 con una propria rete distributiva nel territorio. Da allora la partnership è diventata sempre più stretta, finché nel 2005 Cavalieri ha iniziato a cedere progressivamente quote a Stef, diventando al 100% di proprietà del Gruppo internazionale nel 2008. Infine, a completamento e integrazione dei servizi, nel 2011 avviene l'acquisizione di Dispensa Logistics, azienda specializzata nel ramo della logistica”. La filosofia del Gruppo Stef, infatti, è

sempre stata quella di servire tutte le aziende, dalle multinazionali alle Pmi, su tutti i canali di vendita e in tutto il territorio nazionale. “Siamo dei veri e propri ‘integratori logistici’, nel senso che offriamo un servizio di rete integrata che copre la logistica a 360°: dalla gestione del magazzino (stoccaggio, ordini, ...) fino al trasporto sul punto vendita. Con vantaggi non solo dal punto di vista dei costi, ma anche dell'efficienza nella distribuzione e della qualità di servizio”. Nel momento in cui viene emesso un ordine, si attiva tutto il procedimento: prelievo dai depositi Stef dell'esatta referenza richiesta, rispettando i quantitativi secondo le esigenze esatte del richiedente. “Mi piace spiegare che con i nostri sistemi siamo riusciti a standardizzare le personalizzazioni”, afferma Renato Mosca. A questo punto la merce viene caricata su camion che raccolgono altre merci dai magazzini di stoccaggio Stef o provenienti dalle aziende che inviano appositamente i propri prodotti. “I camion possono fare consegne ‘dirette’, dal magazzino ai centri di distribuzione, oppure possono consegnare alla distribuzione e ad altre piattaforme Stef, dove i prodotti vengono assemblati in un nuovo carico. Il tutto all'insegna dell'ottimizzazione”. Il vice direttore generale si sofferma sulla questione dell'ottimizzazione, lanciando anche un messaggio alla Grande distribuzione: “Il nostro obiettivo è quello di generare economia di scala, per avvicinarci sempre più alle esigenze del mercato che sta cambiando

e chiede operatori con importanti masse critiche, il ‘piccolo è bello’ non è più attuabile. Secondo me, anche la Grande distribuzione dovrà rivedere i propri sistemi secondo questa logica, perché avere un Cedi per ciascuna insegna negli stessi luoghi è una condizione non più compatibile con la situazione economica attuale”.

Il fatturato totale 2013 di Stef, in Italia, è di oltre 215 milioni di euro, un valore che corrisponde alla somma dei business delle tre società del Gruppo nel nostro Paese: Stef Italia (logistica e trasporto dei freschi), Stef Seafood (logistica/trasporto prodotti ittici) e Stef International (traffico internazionale). “Per il 2015 ci siamo prefissati un obiettivo di crescita importante rispetto al 2014, di cui il 70% realizzato con clienti esistenti, grazie al consolidamento dei rapporti”, sottolinea Renato Mosca. “Inoltre, per il prossimo anno stiamo valutando importanti progetti e nuove idee da declinare su mercati diversi tra cui, per esempio, quello del termosensibile, oltre alla realizzazione di progetti di massificazione, sull'esempio del nostro hub di Mairano, in provincia di Lodi. Si tratta di un servizio ‘AxB’, che copre fino a 600 Km con consegne a circa 80 top destinatari (soprattutto Cedi)”. Infine, un progetto ancora in fieri per Expo 2015: “Abbiamo presentato un'offerta di servizi internazionali rivolta a enti pubblici e privati, piccole e grandi aziende, per agevolare logistica e trasporti durante l'Esposizione Universale”.

## I NUMERI DI STEF ITALIA:

<b>215</b> milioni di euro	<b>170</b> mila mq	<b>1,1</b> milioni di tonnellate all'anno
Fatturato 2013	Magazzini refrigerati	Volumi di merci movimentate
più di <b>60</b> mila	<b>24</b>	<b>2</b> mila
Destinatari	Filiali	Clienti
		<b>2.500</b>
		Collaboratori diretti e indiretti



I magazzini

## STEF NEL MONDO:

Belgio, Spagna, Francia, Italia, Paesi Bassi, Portogallo e Svizzera		<b>2,633</b> miliardi
		Fatturato 2013
<b>15.500</b>	<b>235</b>	oltre <b>4</b> mila
Collaboratori	Piattaforme o magazzini	Mezzi di trasporto

### Clerici-Sacco: conclusi i lavori di ampliamento, investimenti per R&D

Clerici-Sacco, l'azienda produttrice di fermenti lattici ed enzimi per aziende alimentari e caseifici di oltre 100 paesi nel mondo, ha annunciato l'ultimazione dei lavori di ampliamento dello stabile di Cadorago, in provincia di Como. "La ragione principale che ci ha spinto a realizzare il nuovo piano - spiega l'amministratore delegato, Martino Verga - è stata quella di ampliare gli spazi per l'R&D e contribuire a essere uno dei centri di eccellenza nell'ambito delle scienze biologiche. Abbiamo bisogno di più spazio per far crescere il numero di tecnologi e ricercatori, per aiutare a diffondere ed educare alla cultura alimentare italiana". Il nuovo piano di 2.400 mq è stato costruito sopra al magazzino e ai laboratori di controllo qualità e di biologia molecolare, già esistenti. Oltre alla realizzazione di ulteriori uffici per la divisione estero, di un auditorium per 100 persone e di sale riunioni, 600 mq sono stati adibiti al nuovo laboratorio R&D, mentre i restanti 800 mq sono stati lasciati aperti, per poterli allestire in base alle esigenze future.

### Elopak vs Tetra Pak: "Siamo noi i primi a proporre il cartone rinnovabile"

E' scontro per il primato fra due grandi aziende di packaging. In ottobre Tetra Pak aveva presentato Tetra Rex Renewable, un brick in cartone interamente realizzato con materiali rinnovabili di origine vegetale. In dicembre Elopak ha rivendicato di essere stata la prima a proporre questo tipo di pack. Kristian Hall di Elopak Group, infatti, ha dichiarato: "Elopak è la prima azienda a offrire al mercato europeo un cartone per bevande con polietilene rinnovabile certificato (Pe). A differenza di Tetra Pak, che ha comunicato il lancio del suo cartone 100% rinnovabile nel 2015, Elopak garantisce la disponibilità già onegli ultimi mesi del 2014". La confezione è costituita da almeno il 75% di cartone



rinnovabile proveniente da foreste gestite in modo responsabile, mentre i materiali rimanenti sono per lo più polietilene, polimeri prodotti da materie prime fossili.

### Novamont: bio imballaggi compostabili per la filiera alimentare

L'azienda novarese Novamont ha presentato martedì 9 dicembre 2014, durante un convegno presso l'azienda agricola di Fontanafredda a Serralunga d'Alba, in provincia di Cuneo, i risultati di 'Food&feed packaging'. Il progetto, co-finanziato da Regione Piemonte, è stato avviato nel gennaio 2011 con l'obiettivo di sviluppare materiali biodegradabili e compostabili innovativi nel campo dell'imballaggio alimentare (produzioni zootecniche e ortofrutta) al fine di abbattere la produzione di rifiuto plastico e garantire maggiore sostenibilità ambientale, economica e sociale della filiera agroalimentare. Si tratta di nuovi bio imballaggi compostabili, tra cui: teli biodegradabili per la conservazione del foraggio che offrono una barriera ai gas migliore di quella dei prodotti in plastica; imballi biodegradabili per la conservazione di piccoli frutti; materiali biodegradabili e compostabili con barriere ai gas altamente innovativi e sistemi di compostaggio dei manufatti biodegradabili a fine vita.

### Gluten detector: il dispositivo americano amico dei celiaci

Dal 2015 i celiaci americani potranno contare su un nuovo alleato. Si tratta del gluten detector, una nuova tecnologia che consente di rilevare in pochi secondi la presenza di glutine nelle pietanze. A idearlo Shireen Taleghani Yates, una giovane affetta da celiachia che, per poter concretizzare il progetto, ha fondato la start up '6SensorLABs' all'interno del campus universitario del Mit (Massachusetts institute of technology). Il dispositivo, piccolo e facile da utilizzare, dialoga con lo smartphone comunicando se il piatto è sicuro oppure no. Inoltre, grazie a un'App di accompagnamento, l'utente potrà registrare i risultati dei test e condividere le informazioni. La società, ora, pensa di sviluppare nuovi dispositivi dedicati anche ad altre tipologie di allergie alimentari.



### Abafoods: nuovo impianto per l'autoproduzione di energia

Abafoods ha installato un impianto per l'autoproduzione di energia e vettore termico a zero emissioni, che può raggiungere punte di efficienza oltre l'85%. L'azienda di Badia Polesine, in provincia di Rovigo, ha infatti adottato il sistema per la cogenerazione frutto dell'ingegneria di Ibt Group, partner del leader nelle turbine a gas con tecnologia oil free Capstone. Grazie a un'innovativa soluzione con cuscinetti ad aria, brevetto unico al mondo, i gas esausti delle turbine, oltre ad avere tenori di NOx e Co molto bassi, presentano un alto contenuto di ossigeno (17%). Ciò ne consente il riutilizzo con la post-combustione come aria comburente in un bruciatore in vena d'aria, integrato a un generatore di vapore a tubi di fumo e di utilizzare l'energia termica prodotta dalla turbina, massimizzando l'efficienza complessiva del sistema per la produzione di vapore saturo. L'impianto cogenerativo vanta una produzione nominale di 600kWel e di 3mila kg/h di vapore saturo a 10 bar con la possibilità di recuperare, in coda all'economizzatore del generatore, altri 223 kW sotto forma di acqua calda a 90/70°C. Inoltre, si calcola che il sistema eviterà l'emissione di circa 610 tonnellate di Co2.

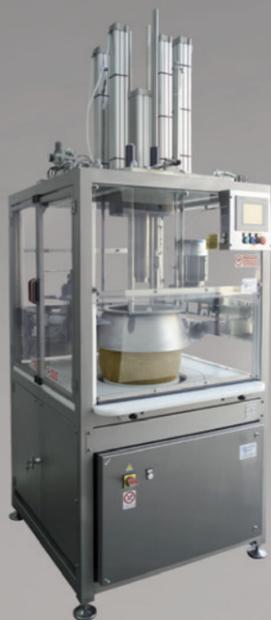
### Cloud computing: imprese italiane al secondo posto in Ue

Secondo dati Eurostat, nell'Ue un'impresa su cinque si avvale del cloud computing, un modello che permette alle imprese di accedere tramite la rete, in modo ubiquo e flessibile, ai propri servizi informatici, come server, database, software, stoccaggio dati. I paesi che ne fanno maggiormente ricorso sono la Finlandia (51%), l'Italia (40%), la Svezia (39%) e la Danimarca (38%), mentre risulta quasi sconosciuto in Polonia, Lettonia e Romania (5-8%). Come è comprensibile, la maggior parte delle aziende che ricorrono al cloud opera nell'ambito dell'Ict (45%) o nel settore scientifico e tecnico (27%). Le aziende coinvolte nell'indagine che utilizzano questo sistema però, soprattutto quelle più grandi (57%) rispetto alle Pmi (38%), avvertono come limite il rischio di attacchi informatici o di furto dei dati. Ma costituiscono un freno anche la scarsa conoscenza di questi sistemi e i costi ancora troppo elevati.

TAGLIO  
FORMAGGIO



Porzionatrice automatica a peso fisso. Rock 23



Sezionatore / Discatrice automatica. Rock 21



Porzionatrice automatica a roccia. Rock 22



Porzionatrice da banco. Rock 18



Sezionatore a filo elettrico. Rock 16



Sezionatore orizzontale a roccia. Rock 13



Porzionatrice a roccia semi-automatica. Rock 20



Porzionatrice Automatica a peso fisso e variabile, per formaggi duri e semi-duri. Rock 20 Plus

Dalla gastronomia al confezionatore professionale le nostre  
**INNOVATIVE MACCHINE PER IL TAGLIO**  
di piccole, medie, grandi quantità di formaggio.

Caseartecnica  
**Bartoli** srl

*Da 40 anni di esperienza...*



Italy - 28100 Novara - Torrion Quartara  
Via Case Sparse, 14 - Cascina Cortenuova  
Phone +39 0321 45.51.92 Fax +39 0321 49.16.51

*40 anni di soluzioni*

### Ue: il Parlamento approva moratoria su alimenti da nanotecnologie

Nel corso di un'assemblea plenaria dell'Europarlamento, tenutasi a fine novembre a Strasburgo alla presenza di Jean-Claude Juncker, gli Europarlamentari si sono espressi a favore di una moratoria sugli alimenti derivanti da nanotecnologie e hanno esteso l'obbligo di etichettatura per la carne clonata. Il dossier "stabilisce i termini e introduce definizioni chiare per l'intero processo di immissione di un nuovo prodotto alimentare sul mercato". I nanoalimenti, ad esempio, "non dovrebbero essere autorizzati prima dell'approvazione da parte dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare". Si richiede anche particolare attenzione per "gli imballaggi alimentari che contengono nanomateriali, per evitare la contaminazione degli alimenti. Inoltre tutti i nuovi cibi dovrebbero essere sottoposti a sorveglianza post commercializzazione". Sull'etichettatura obbligatoria della carne clonata, i deputati hanno deciso di includere i prodotti a base di carne clonata. Fino all'entrata in vigore di una nuova legislazione sugli alimenti derivati da animali clonati e dai loro discendenti, i cibi dovranno rispettare questa normativa.

### Efsa: poliolefine compatibili per il contatto con alimenti

L'European Food Safety Authority, agenzia dell'Unione europea per la sicurezza alimentare, ha pubblicato un documento in cui considera sicuro l'uso di poliolefine nei materiali a contatto con gli alimenti (food contact materials). Questa sostanza viene impiegata come additivo antistatico polimerico nelle materie plastiche idrofobe, principalmente in polietilene (Pe) e polipropilene (Pp). Il gruppo di ricercatori Cef (Panel on food contact materials, enzymes, flavourings and processing aids) ha evidenziato che l'additivo è sicuro per i consumatori, se utilizzato fino a un livello massimo di concentrazione del 20% a contatto con alimenti secchi. A loro volta, le cinque sostanze di base del polimero poliolefine sono già state sottoposte a valutazioni tossicologiche, elencate nell'allegato I del Regolamento sulle plastiche (UE) n 10/2011. I test hanno dimostrato che non sono rilevabili migrazioni delle frazioni oligomeriche con peso molecolare inferiore a 1000 Dalton. Inoltre, in vitro né le sostanze di base né l'additivo poliolefine hanno mostrato genotossicità.



### Sps Ipc Drives Italia 2015: aumentano le adesioni e gli appuntamenti

Si è tenuta a Milano, giovedì 18 dicembre, la conferenza stampa di Sps Ipc Drives Italia, fiera delle tecnologie per l'automazione elettrica, sistemi e componenti. L'incontro è stato occasione per rivelare i primi dati relativi alla prossima edizione, la quinta, in scena a Parma dal 12 al 14 maggio 2015. La previsione finale delle adesioni si attesta a +5%. Inoltre, si arricchisce il calendario degli eventi collaterali. Il 22 gennaio, presso la sede di Anie automazione, si terrà la tavola rotonda 'Automazione 4.0: il futuro è già qui?'; il 16 e il 17 giugno la seconda edizione di Tecno'15, evento biennale dedicato al comparto dei sistemi di trasmissione, controllo movimento e potenza; il 29 e il 30 settembre il Forum Tecnocontrollo e, infine, il 14 ottobre il Forum Meccatronica. Per stare al passo 365 giorni all'anno con tutti gli aggiornamenti e gli appuntamenti in programma nel mondo dell'automazione, Sps Italia metterà a disposizione, a partire da gennaio, una nuova App ricca di funzionalità. Un mezzo che potrà essere utilizzato anche dagli espositori per segnalare i propri eventi di settore, e dalla stampa per comunicare le uscite delle testate specializzate.

### Il 28 gennaio a Milano, convegno sulla logistica collaborativa

'La logistica collaborativa: una leva sempre più strategica', questo il titolo del convegno organizzato per mercoledì 28 gennaio 2015 a Milano, presso l'Auditorium Gio Ponti, da GS1 Italy | Indicond-Ecr (associazione italiana che raggruppa 35mila aziende industriali e distributive). L'obiettivo è quello di approfondire i temi legati alla logistica per il settore del largo consumo, che sempre più spesso sceglie la strada della collaborazione di filiera per superare la visione dell'azienda individuale e

orientarsi verso sistemi che comprendano l'intera supply chain, come valore aggiunto per il consumatore e per la filiera stessa. I contenuti riguarderanno: il livello effettivo di saturazione dei trasporti in partenza e in arrivo e le logiche di ottimizzazione messe in atto da parte degli operatori; la mappa della 'dotazione logistica' dei centri distributivi e dei magazzini conto terzi; gli elementi di criticità lungo la filiera, per cogliere possibili linee d'intervento e ottimizzare le attività in un'ottica di sistema.

### Bioplastiche: crescita oltre il 400% entro il 2018



Un mercato fiorente, quello delle bioplastiche. Nel corso della 9° European Bioplastics Conference, tenutasi in dicembre a Bruxelles, l'associazione comunitaria che si occupa degli interessi del settore, European Bioplastics, ha presentato uno studio su questi materiali a livello globale. Secondo i dati rilevati dall'Istituto per le bioplastiche e i biocompositi dell'Università di Hannover (Germania), le capacità produttive aumen-

teranno dagli 1,67 milioni di tonnellate del 2013 ai 6,73 milioni del 2018, con un incremento percentuale superiore al 400%. Un aumento che interesserà le bioplastiche biodegradabili (da 670mila a 1,12 milioni di t/a), ma soprattutto quelle non biodegradabili, ottenute da risorse rinnovabili come bioPet o polietilene da bioetanolo, le cui capacità passeranno da 1 a 5,6 milioni di tonnellate annue.

# L'Italia del futuro

I progetti vincitori di Alimenta2talent, premio alle idee più innovative per cambiare il modo di fare agricoltura, ridurre gli sprechi e aumentare la sostenibilità.



I vincitori del concorso, premiati presso Expo Gate, in piazza Castello a Milano

Ricerca e innovazione sono alla base del progresso. Ma il nostro paese, purtroppo, non brilla per spirito d'intraprendenza. Nell'ultimo rapporto annuale della Commissione europea dedicato alla capacità dei paesi di innovare, pubblicato nel marzo del 2014, infatti, l'Italia figura nei gruppi di coda. Tra i 'paesi leader' spiccano Finlandia e Germania; seguiti dai 'paesi che tengono il passo', come Austria e Francia. L'Italia compare, insieme a Grecia e Ungheria, nel terzo gruppo, quello degli 'innovatori moderati'; seguiti soltanto dai 'paesi in ritardo', tre in tutto, ossia Bulgaria, Romania e Lettonia.

In questo quadro è bello scoprire, all'interno dei propri confini, iniziative che premiano e supportano l'innovazione. Come Alimenta2Talent, un progetto co-finanziato dal comune di Milano (Assessorato alle politiche per il lavoro, sviluppo economico, università e ricerca) e sviluppato dalla Fondazione parco tecnologico padano, uno dei maggiori poli italiani di ricerca e sviluppo nell'agroalimentare e nelle biotecnologie. L'obiettivo è quello di radunare da tutto il mondo aspiranti imprenditori che vogliono trasformare le proprie idee, nell'ambito del food e del biotech, in nuove imprese. Il concorso, che si ricollega ai grandi temi dell'Esposizione Universale, premia le idee più innovative per cambiare il modo di fare agricoltura, ridurre gli sprechi e aumentare la sostenibilità.

Il bando internazionale ha visto la partecipazione di oltre 100 team di business provenienti da tutto

lo stivale, di cui un terzo rappresentato da donne. Il Nord si è piazzato in pole position, con 29 progetti provenienti da Milano, cinque i team di Torino e Roma, quattro quelli di Lodi e Bari. Ben otto dei 15 finalisti hanno tra i 35 e i 25 anni, mentre il più giovane a presentarsi è stato un ventunenne, giunto in finale. Infine, tra i cinque vincitori, anche un over-50. Una prima valutazione ha portato alla selezione di 15 progetti finalisti da parte della Commissione tecnica, composta da profili di alto spessore tecnologico e di business: il rappresentante di un fondo di investimento, il direttore generale di una società di brokeraggio tecnologico, i responsabili della ricerca e sviluppo del Parco tecnologico e di altri istituti di ricerca. Infine, sono stati organizzati i colloqui one-to-one con ciascun team, che hanno portato alla scelta dei cinque vincitori, presentati con una conferenza stampa, lunedì 24 novembre 2014, all'Expo Gate, in Piazza Castello a Milano. L'assessore, Cristina Tajani, ha assegnato i premi a Agricoltura 2.0, Eco-aerogel, MyFoody, Outdoors safe food e Quomi. Menzione speciale per Narratè.

Per trasformare i progetti iniziali in un business plan definito da presentare agli investitori, nell'arco di sei mesi i vincitori potranno usufruire dell'Alimenta accelerating program, che prevede la possibilità di sfruttare spazi di co-working e di contare sulla supervisione di un advisor, sul supporto da parte di alcuni mentor e di tutto il network degli organizzatori, oltre a un riconoscimento di 1.500 euro al mese.

## I VINCITORI

### Agricoltura 2.0 - Cassino (Fr)

Il progetto mira ad aumentare la produzione di alimenti sfruttando l'efficienza della coltura acquaponica, che unisce agricoltura e acquacoltura. Prevede la creazione di mini ecosistemi (autonomi, applicabili a qualsiasi latitudine ed ecosostenibili) in cui le piante utilizzano l'acqua derivante da vasche con pesci ed energia solare.

### Eco-aerogel - Pavia

Nano Analysis and Materials (Nam) si propone di fornire materiali silicei di due tipologie: aerogels a elevata purezza, ottenibili in quantitativi limitati e utilizzabili a scopi di ricerca e sviluppo, oppure a purezza inferiore, da utilizzare in forma più diffusa. Questi materiali presentano caratteristiche isolanti uniche al mondo: sono in grado di resistere a oltre 1.000° C e possono essere prodotti tramite un processo "green" a partire dalla cenere della lolla di riso, un prodotto di scarto molto presente nelle zone risicole.

### MyFoody - Milano

MyFoody si pone l'obiettivo di ridurre lo spreco di cibo innovando l'attuale sistema di distribuzione alimentare. Attraverso una piattaforma di commercio elettronico, le aziende possono vendere i prodotti in scadenza, difettati o in eccesso e il cliente può ritirarli presso il punto vendita o riceverli a casa propria con un sistema di trasporto non inquinante. Il progetto crea una rete contro lo spreco, capace di valorizzare le eccedenze e creare vantaggi a tutti gli attori: imprese, no-profit e consumatori.

### Outdoors Safe Food - Milano

Le intolleranze alimentari e le allergie sono sempre più diffuse e chi ne soffre ancora fatica a trovare cibi adatti. Outdoors Safe Food realizza pasti pronti da consumare principalmente fuori casa, garantendo alimenti sicuri e certificati, alta qualità gastronomica e costi contenuti.

### Quomi - Milano

Quomi è una piattaforma online che mira a creare un modello alternativo in cucina e nell'alimentazione. Ogni settimana gli chef di Quomi creano nuove ricette della cucina italiana, facili da preparare. Gli ingredienti della ricetta prescelta vengono consegnati a casa già nelle giuste quantità. In questo modo è possibile seguire una dieta sana e variata, senza sprechi.

## MENZIONE SPECIALE

### Narratè, la lettura ha scoperto l'acqua calda - Milano

Narratè crea un prodotto che fonde il cibo con l'editoria e l'intrattenimento. Un racconto inganna il tempo di attesa per l'infusione del tè. Nella versione cartacea alla bustina è allegato un libretto di racconti, la cui durata di lettura coincide esattamente con il tempo d'infusione, oppure, nella versione digitale, basta fotografare con il proprio cellulare il QRCode sulla teabag per accedere ai contenuti multimediali.



La sede del Parco Tecnologico Padano a Lodi



Un momento della cerimonia di premiazione

# Furti: la miglior difesa è la prevenzione

Oltre il 53% delle differenze inventariali sono da imputarsi al fenomeno del taccheggio. Dati e analisi nello studio di Checkpoint Systems.

Anno nuovo, vita nuova. Col ripresentarsi di gennaio, nessuno può esimersi dal tracciare un bilancio su quanto è stato e far propositi per i mesi che verranno. Lo facciamo proprio tutti. A maggior ragione, lo fa chi possiede un'attività. Dal piccolo produttore al grande distributore, tutti si mettono ad analizzare numeri, percentuali e report. Si cerca di capire cosa ha funzionato nell'anno appena trascorso e quali, invece, sono stati gli incidenti di percorso. Infine, si tirano le somme: cosa può essere migliorato?

Agli operatori della vendita al dettaglio impegnati nelle loro operazioni di analisi, un grosso aiuto lo fornisce, anche quest'anno, il 'Barometro mondiale dei furti nel retail'. Lo studio, promosso da un fondo indipendente di Checkpoint Systems, è stato condotto da The Smart Cube, in collaborazione con l'esperto analista Ernie Deyle. I dati collezionati sono significativi, a partire dal numero di paesi esaminati: ben 24. Dal Giappone agli Stati Uniti, dall'Argentina alla Russia, Italia ovviamente inclusa, sono 222 gli operatori coinvolti nell'indagine, per un riferimento nel volume d'affari complessivo che supera ampiamente i 500 miliardi di euro nelle vendite. Tre i fattori presi maggiormente in considerazione: il tasso medio di differenze inventariali, le cause effettive di tali discrepanze e le soluzioni più efficaci per prevenire le perdite registrate.

I numeri non mentono e, anche nel 2014, rivelano che le differenze inventariali hanno inciso pesantemente a livello globale sui dati relativi le perdite registrate dalla stragrande maggioranza delle attività. Per citare freddamente le cifre, si parla di un costo approssimativo di 96 miliardi di euro a livello globale, che si riflette, da un punto di vista statistico, in una media percentuale pari all'1,29% delle vendite retail.

La generale diminuzione delle differenze inventariali registrata nel biennio 2013-2014 è da attribuirsi, secondo gli esperti, tanto a una maggiore attenzione da parte degli operatori nell'adozione di misure atte a prevenire le perdite, quanto a un lieve miglioramento delle prospettive economiche in molti degli stati presi in considerazione. Inoltre, è stato fatto notare che i paesi in cui si sono rilevati bassi livelli di differenze inventariali sono proprio quelli in cui maggiori sono stati gli investimenti legati a logiche di prevenzione. Appaiono,

tuttavia, sempre più in crescita, sia a livello causale sia in percentuale statistica, quei fattori che poco hanno a che vedere con perdite legate ad attività criminali, ovvero ascrivibili alla categoria degli errori amministrativi.

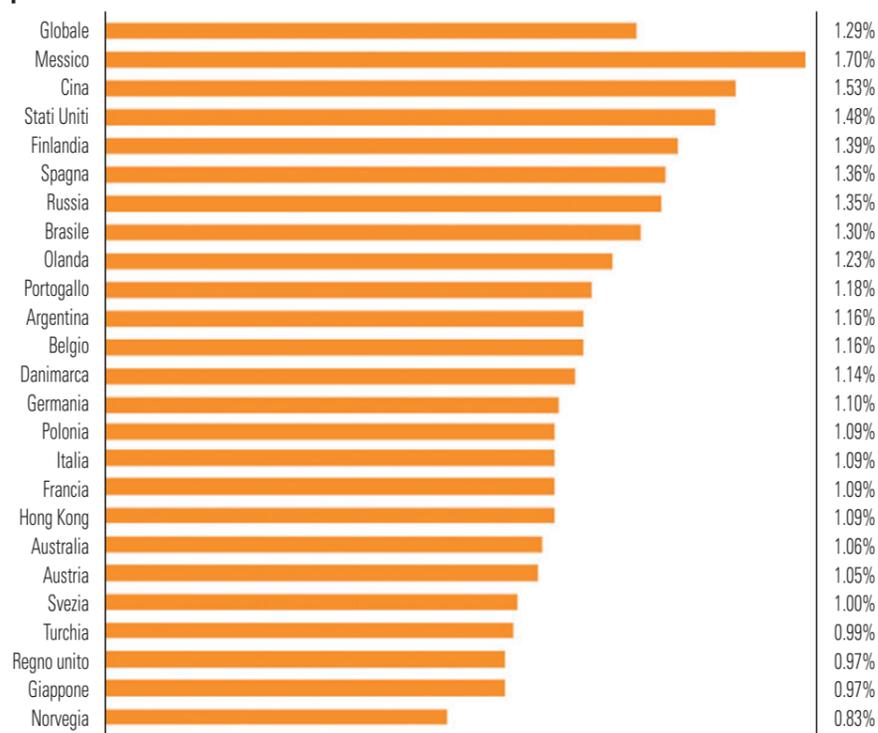
Eppure, tra le cause a cui sono da imputare le differenze inventariali, a farla da padrone resta sempre il fenomeno del taccheggio. Gli si associano, in misura minore, i furti da parte di dipendenti disonesti o di fornitori.

Ad andare, "letteralmente" è proprio il caso di dire, a ruba sono molti prodotti che fanno diretto riferimento al settore alimentare, come vini e superalcolici, latte in polvere o carne fresca e formaggi. E neanche i mondi del fashion e dell'health&beauty vengono risparmiati dal dannoso fenomeno. Ma, a livello globale, i prodotti più ambiti da ogni provetto Arsenio Lupin dei nostri giorni restano ancora gli iPhone, seguiti a ruota dalle altre tipologie di smartphone e dai principali accessori collegati al mondo dell'high-tech.

Un dato di grande interesse giunge dall'analisi dei luoghi in cui sono compiute le diverse tipologie di furti: i fenomeni di taccheggio imputabili ai clienti si concentrano principalmente nei negozi specializzati dei settori di bellezza e alimentare, mentre quelli ascrivibili a dipendenti disonesti sono riconducibili, in stragrande maggioranza, all'ambito dell'elettronica.

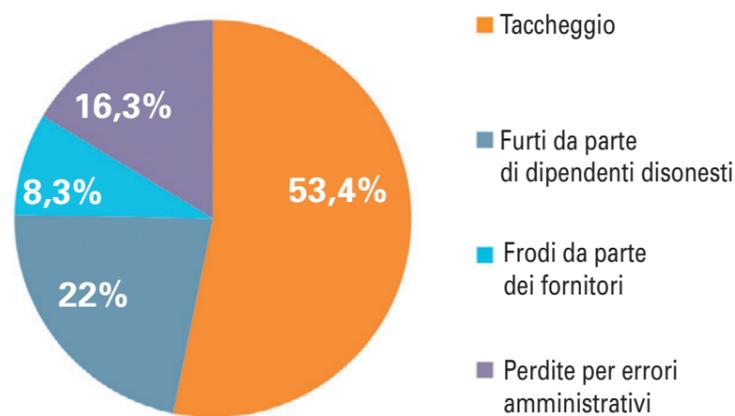
Volgendo l'attenzione alle soluzioni adottate dai retailer per prevenire le perdite, si scopre che gli operatori del settore fanno particolare affidamento sui sistemi di sorveglianza in radiofrequenza (Electronic article surveillance, ndr). La grande novità, tuttavia, è rappresentata dalla crescita, a livello globale, nell'adozione di pratiche di protezione alla fonte, ovvero dalla scelta d'investire sempre più in soluzioni finalizzate alla prevenzione. Da questo punto di vista, l'Italia è all'avanguardia negli investimenti volti a impedire preventivamente le perdite: nel nostro paese, una spesa stimata in oltre 2,5 miliardi di euro per il 2014 ha consentito di generare, a detta degli esperti, un risparmio notevole, soprattutto nel comparto alimentare. Si può, di conseguenza, arrivare a concludere che la diminuzione delle perdite legate a uno squilibrio nelle differenze inventariali passi da una sempre maggiore sinergia tra produttori, distributori e venditori.

## Percentuali di differenze inventariali globali per Paese 2013-2014



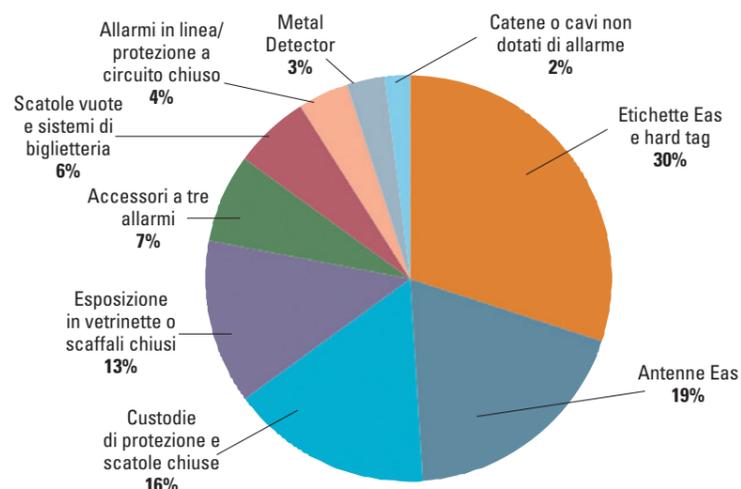
Le percentuali relative alle differenze inventariali nei 24 Stati esaminati sono comprese fra 0,83% e 1,7%. Messico e Cina sono i paesi maggiormente interessati dal fenomeno, mentre Giappone e Norvegia sono i più estranei.

## Cause delle differenze inventariali in Italia



Oltre il 53% delle differenze inventariali sono causate dal fenomeno del taccheggio.

## Soluzioni per la prevenzione delle perdite nel mondo



Antenne ed etichette Eas e hard tag sono i rimedi a cui ricorrono quasi la metà dei retailer (49%).



## I RIMEDI

Ma quali sono, concretamente, gli strumenti oggi a disposizione per prevenire la piaga dei furti o evitare che la distrazione di un dipendente crei un danno economico rilevante?

Negli ultimi anni, la tecnologia legata ai sistemi di sicurezza ha fatto passi da gigante, quanto a precisione e, soprattutto, discrezione. I retailer possono oggi far affidamento su diverse soluzioni, dalle tradizionali telecamere alle più innovative etichettature.

Nell'opera di prevenzione e repressione delle pratiche di taccheggio, tre sono gli strumenti ritenuti maggiormente efficaci. Le classiche telecamere di sorveglianza rappresentano, a un costo relativamente contenuto, ancora un aiuto significativo. Si tratta di strumenti principalmente d'analisi, legati a sistemi a circuito chiuso, che permettono di riconoscere, normalmente a posteriori, l'identità di chi sottrae merci e beni. I sistemi Cctv hanno spesso, però, anche una funzione dissuasoria, laddove gli elementi che li compongono vengono collocati in bella vista o opportunamente segnalati.

Con caratteristiche e funzioni diverse gli espositori antitaccheggio. Il loro compito è normalmente dissuasivo: preservare dalle attenzioni di mani troppo audaci gli oggetti molto preziosi. E non si può negare che questi particolari tipi di scaffali abbiano un livello d'efficacia estremamente alto. Al contempo, però, presentano un evidente svantaggio: il prodotto risulta essere certamente a disposizione del cliente, ma non esaminabile con facilità. Si va, così, a danneggiare direttamente la normale esperienza d'acquisto, con il rischio che l'utente finale, non del tutto persuaso da una scelta poco agevolata, si convinca a riporre nuovamente l'oggetto dove l'ha trovato e a lasciarlo lì. Da ultimo, produttori, distri-

butori e venditori hanno a disposizione un vasto assortimento di soluzioni meno invasive e sicuramente più congeniali a favorire gli acquisti da parte dei clienti: quelle legate ai sistemi di sorveglianza elettronica in radiofrequenza.

Questo tipo d'opzioni, grazie all'etichettatura base in comune, hanno la capacità di adattarsi a ciascun passaggio del processo che conduce il prodotto in vendita fin dentro alla borsa dell'acquirente. Dal confezionamento all'uscita dal negozio, le etichette apposte sull'oggetto permettono di proteggerlo da un gran numero di possibili inconvenienti: da furti e sottrazioni illecite a perdite involontarie o errori di natura amministrativa.

Il catalogo dei dispositivi Eas è molto vasto. Tra le soluzioni maggiormente diffuse troviamo i sistemi antitaccheggio elettromagnetici, composti da un'etichetta contenente una striscia di ferro che emette un segnale disattivabile esclusivamente da uno scanner al punto cassa. È un espediente che consente un riutilizzo sequenziale del dispositivo magnetico e, di conseguenza, bassi costi di gestione in prospettiva. Questa alternativa funziona grazie all'interazione tra il cosiddetto tag, che emette il segnale, e l'antenna ricevente apposta al limitare dei varchi di accesso e uscita del negozio. Qualora la frequenza non sia quella corretta, il sistema di rivelamento segnalerà prontamente la sottrazione del prodotto. Una seconda opzione molto comune, simile alla precedente, è quella rappresentata dai sistemi antitaccheggio magneto-acustici. Caratterizzati da proprietà di rilevamento a più ampio raggio, anche in questo caso, laddove l'etichetta non sia stata disattivata, al passaggio nella zona di sorveglianza, un segnale sonoro o luminoso avvertirà del tentativo di furto. Sono, però, i sistemi

associati a tag Rfid (Radio frequency identification, ndr), contenenti dei chip, a rappresentare il futuro di questa tecnologia. Si tratta, infatti, di una soluzione che permette di uniformare l'intero percorso: dal produttore al consumatore. Queste etichette in cui sono presenti dei chip permettono, infatti, di memorizzare informazioni al loro interno, dunque di garantire una serie di funzionalità e indicazioni che vanno oltre la semplice segnalazione di un tentativo di furto.

Testimoniano della loro efficacia e utilità due casi recenti. Il primo è quello dell'azienda Guido Berlucci. Per contrastare il problema dei furti nella Gdo, la nota cantina della Franciacorta ha deciso d'installare, direttamente in stabilimento, delle etichette Eas in radio frequenza su alcune delle sue bottiglie di maggior pregio. L'iniziativa è stata accolta con grande favore dai retailer, che hanno ora la possibilità di lasciare i vini etichettati in libera esposizione: rendendoli, così, maggiormente accessibili e facilitando la dinamica d'acquisto. Dati alla mano, è stato riscontrato un sensibile aumento delle vendite in termini di sell-in, cui ha corrisposto un egual beneficio per i venditori al dettaglio a livello di sell-out. Il secondo caso è quello del celebre marchio dell'abbigliamento Zara. Attraverso quella che è stata un'opera d'implementazione della tecnologia d'identificazione a radiofrequenza nei propri centri di distribuzione, la società spagnola può oggi verificare automaticamente la correttezza del contenuto di ciascuna spedizione ai diversi punti vendita nel mondo, riducendo al minimo i margini d'errore e diminuendo le perdite a essi collegate. In conclusione, non solo, come diceva il saggio, prevenire è meglio che curare, ma fa soprattutto guadagnare di più.

MACCHINE E SISTEMI  
PER L'AUTOMAZIONE  
DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE



**GELMINI**  
S.r.l.

**NOI I FORMAGGI  
LI PREPARIAMO COSÌ**





*Brevettata!*  
E.P.1584464





Per le esigenze di *tanti*  
basta un prodotto

*Unica!*

*Ideab Brill*®



Era il 2004 quando Giuseppe Ortolani diede forma alla sua idea di freschezza creando il packaging salvafreschezza: Ideab Brill®, il brevetto che protegge i cibi freschi e la salute dei consumatori.

Il percorso è continuato, sono stati creati nuovi prodotti e raggiunti nuovi traguardi, ma dietro ad ogni prova e ad ogni successo c'è sempre la stessa idea di freschezza che ha fatto iniziare tutto 10 anni fa.

Scopri tutta la linea

[www.ideab Brill.com](http://www.ideab Brill.com)



ESSEOQUATTRO spa

Fraz. Camazzole, 1/A · Carmignano di Brenta (PD) · Italy

Tel. +39 049.9430366 r.a. - Fax +039 049.5958930

e-mail: [so4@so4.it](mailto:so4@so4.it)

[www.so4.com](http://www.so4.com)



- Mantiene la freschezza
- Sigilla la qualità
- Rispetta l'ambiente
- Valorizza la confezione

# “Difficile fare previsioni per il 2015”

Con un fatturato che supera i 6,2 miliardi di euro nel 2014, il settore del confezionamento e dell'imballaggio si prepara ad affrontare il nuovo anno. Intervista a Giuseppe Lesce, presidente di Ucima.



Il packaging italiano chiude in positivo anche il 2014. Il giro d'affari del settore dovrebbe infatti aver raggiunto un nuovo record storico di fatturato, superando i 6.200 milioni di euro e registrando una crescita, seppur più contenuta rispetto agli ultimi anni, intorno al 3,3%.

In particolare, circa l'82,2% del fatturato totale proviene dalle esportazioni, per un valore di 5.100 milioni di euro (+2,2%), realizzate soprattutto nei Paesi europei ed extraeuropei e in Asia. Stati Uniti, Cina e Francia sono stati i principali mercati di destinazione, durante i primi nove mesi del 2014. Cresce maggiormente in percentuale (+9%), ma pesa meno sul totale del fatturato (17,8%, per 1.100 milioni di euro) il mercato domestico.

Questi i principali dati pre-consuntivi raccolti dal Centro studi Ucima (Unione costruttori italiani macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio) e presentati - il 17 dicembre scorso, presso Villa Marchetti a Baggiovara, in provincia di Modena - durante la tradizionale cena di fine anno con la stampa. In questa occasione abbiamo intervistato il presidente dell'associazione di settore, Giuseppe Lesce, soddisfatto per i risultati ottenuti e più cauto nel fare previsioni sull'anno che verrà.

#### Come si è chiuso il 2014 per il settore delle macchine per il confezionamento e l'imballaggio?

Se guardiamo indietro di una decade, l'unico anno in cui il nostro settore ha fatto registrare un calo è stato il 2009. Anno negativo per tutta l'economia italiana. Già nel 2011, invece, avevamo riconquistato la quota pre-crisi. Dal 2012, poi, si è registrata una costante crescita e anche il 2014, se le proiezioni saranno confermate, costituirà un ulteriore record, nonostante i lievi rallentamenti degli ordinativi riscontrati negli ultimi mesi. Infatti, è stato stimato un traguardo di circa 6,2 miliardi di euro, di cui 5,1 miliardi provenienti dall'estero e 1,1 miliardi dall'Italia. Italia che quest'anno, nonostante le generali difficoltà, grazie alle agevolazioni per l'acquisto di beni strumentali contenute nella cosiddetta 'Nuova Sabatini' ha visto aumentare gli investimenti nel settore, che complessivamente ha potuto crescere del +9%.

#### L'andamento del settore sarà positivo nel 2015?

Per quanto riguarda il 2015, è difficile fare una previsione per il settore, soprattutto perché l'andamento, essendoci una quota export così importante, dipenderà molto dalle situazioni critiche che si stanno verificando sul piano internazionale (disordini socio-politici e rallentamenti delle economie di alcuni importanti Paesi). Un esempio su tutti è quello della Russia. Molte aziende italiane hanno in mano contratti firmati quando il valore del rublo era sotto i 50, mentre in dicembre ha raggiunto i 100. E' quindi difficile pensare che questi clienti riescano a ritirare le macchine nei tempi previsti.

#### I NUMERI DI UCIMA:

FATTURATO  
COMPLESSIVO  
PREVISIONE 2014

**6.200**  
milioni di euro

FATTURATO  
ESTERO  
2014

**5.100**  
milioni di euro

INCIDENZA SUL TOTALE

**82,2%**

CRESCITA SUL 2013

**+2,2%**



FATTURATO  
ITALIA  
2014

**1.100**  
milioni di euro

INCIDENZA SUL TOTALE

**17,8%**

CRESCITA SUL 2013

**+9%**



“

*Un consiglio per tutti, in Italia, è che dovremmo imparare a fare squadra, mentre purtroppo ciascuno tende a ragionare in modo individualista. E questo è solo un grande limite, soprattutto per le aziende piccole e le Pmi. Ucima, ad esempio, si è occupata di riaprire canali di comunicazione con Ice e altre Istituzioni, per creare sinergie positive per il settore.*

”

Giuseppe Lesce



**Le aziende sceglieranno di investire in innovazione o preferiranno compromessi più economici, ricorrendo, per esempio, all'usato?**

Sono convinto che, se le aziende continuano a essere leader e a crescere, è perché investono molto in ricerca e sviluppo, immettendo sul mercato prodotti competitivi sempre più performanti dal punto di vista prestazionale (velocità, consumi energetici, costi di manutenzione). Gli americani chiamano tutto questo 'Tco' (Total cost of ownership), che rappresenta anche il costo finale del prodotto che esce dalle macchine. Infine, altra condizione indispensabile, è l'attrattiva di recuperare l'investimento in breve tempo. D'altro canto, in passato sono capitati casi in cui clienti di Paesi emergenti o con poche disponibilità economiche hanno preferito ricorrere all'usato, ma il più delle volte questa scelta non si è rivelata vincente.

**Crescerà maggiormente il mercato italiano o quello estero?**

I dati rivelano che l'export resta il focus principale per gli attori del settore (82,2%), anche se è appunto legato a dinamiche esterne. Ma, da parte sua, il mercato italiano potrebbe dare grandi soddisfazioni, se solo venisse rifinan-

ziata la 'Nuova Sabatini'. Questa iniziativa, infatti, nel 2014 ha dimostrato che la fame di introdurre nuove tecnologie esiste: i fondi stanziati sono 'andati a ruba' in poco tempo, perché le aziende sanno di poter ottenere vantaggio competitivo e, ovviamente, approfittano della possibilità di recuperare gli investimenti dallo Stato.

**Quali potrebbero essere i provvedimenti utili per far crescere il mercato?**

Un consiglio per tutti, in Italia, è che dovremmo imparare a fare squadra, mentre purtroppo ciascuno tende a ragionare in modo individualista. E questo è solo un grande limite, soprattutto per le aziende piccole e le Pmi. Ucima, ad esempio, si è occupata di riaprire canali di comunicazione con Ice e altre Istituzioni, per creare sinergie positive per il settore. Per quanto riguarda le Istituzioni, invece, potrei indicare tre esigenze del settore. Lo Stato dovrebbe supportare maggiormente chi investe in ricerca e sviluppo. Le banche dovrebbero garantire maggiore accessibilità al credito, soprattutto per le Pmi. Il mondo sindacale dovrebbe colloquiare di più con le aziende, per interpretare meglio il mercato del lavoro e non limitarsi a puntare il dito contro gli imprenditori.

## MACCHINA POLIVALENTE IDRAULICA A CULLA P30R-50R PLUS

- Struttura in acciaio inossidabile AISI 304 (UNI X 5 Cr Ni 18 10)
  - **Capacità 3.000/5.000 litri per ciclo**
- Motore elettrico della lira frangicagliata con velocità variabile tramite inverter
  - Lira frangicagliata a lame con elettrolucidatura
  - Centralina oleodinamica per il sollevamento della vasca
- Supporto dell'albero taglierina lato motore con tenuta meccanica
- Impianto elettrico di bordo macchina e pannello comandi e quadro potenza in acciaio inossidabile a tenuta stagna
- Protezioni meccaniche ed elettromeccaniche nelle zone pericolose
  - Cavi di collegamento macchina con quadro di potenza
  - **Controllo del ciclo di lavoro tramite PLC con ricette pre-impostate modificabili**
- **Intercapedine per alzare o mantenere la temperatura del prodotto**
- **Copertura di lavaggio integrata con turbine rotanti inox**



COMPANY WITH  
QUALITY SYSTEM  
CERTIFIED BY DNV  
= ISO 9001 =



**COSTRUZIONI MECCANICHE E TECNOLOGIA SPA**

Via Cuneo, 130 - 12016 PEVERAGNO (CN) - ITALY - Tel. + 39 0171 339456 - Fax + 39 0171 339771  
www.cmt-spa.com - info@cmt-spa.com

# L'anno che verrà...

Le prospettive per il 2015. Parlano i protagonisti dell'industria. L'importanza dell'innovazione e l'export: i vettori della ripresa.

Chiuso il 2014, si apre un nuovo capitolo. E - se per l'analisi del Centro studi di Confindustria il Pil rimasto invariato nell'ultimo trimestre dello scorso anno, dopo mesi di recessione, potrebbe portare segnali di ripresa economica già da questo inizio 2015 - noi abbiamo chiesto direttamente ad alcuni player nel settore delle tecnologie alimentari come vedono il futuro.

## LE DOMANDE

1. Il 2015, a vostro avviso, sarà l'anno della ripresa?
2. Quali fattori vi spingono a formulare questa previsione?
3. Secondo voi, le aziende continueranno a investire in innovazione tecnologica?
4. Nel 2015 punterete maggiormente sul mercato italiano o sull'export?
5. Qual è il motivo di questa scelta?
6. E dal canto vostro, quali saranno le iniziative per agevolarla la ripresa?

## I.T.ALI.

### Silvano Bedogni, amministratore

1. Purtroppo, ultimamente siamo avvezzi a vedere sempre il peggio, ma penso che il 2015 potrà essere l'anno della svolta. Non so, e nessuno può sapere, quando esattamente l'economia si riprenderà e in quale misura, ma ormai tutti sono stanchi di brutte notizie e si spera solo di sentine di buone.
2. Diversi segnali, anche se minimi, possono far pensare che almeno il punto di minima è stato raggiunto. Richieste di nuovi prodotti, innovazione, piccoli segnali d'incremento dei consumi seppur localizzati e non continuativi.
3. E' chiaro che si potrà sopravvivere solo con l'innovazione. I prodotti, anche i più tradizionali, vanno proposti in modo nuovo, per renderli più vicini ai consumatori. Perciò, sia che si tratti di prodotti tradizionali o di novità, sia che si tratti di produrre in modo nuovo, l'innovazione

tecnologica sarà sempre alla base dello sviluppo futuro.

4. Il mercato italiano resterà alla base del nostro business, anche perché, indirettamente, ci porta sui mercati esteri. Molti clienti italiani, infatti, stanno sviluppando il mercato estero anche grazie alla nostra collaborazione. Ci impegneremo comunque a incrementare l'export in prima persona, puntando in particolare sui Paesi dell'Est.
5. Il nostro mercato di riferimento è sempre stato quello italiano, ma molti dei nostri clienti si rivolgono all'estero e noi, volentieri, li accompagniamo e supportiamo. Proprio grazie a queste collaborazioni, o attraverso contatti diretti con realtà estere, abbiamo avviato rapporti che ci consentiranno di crescere anche in export.
6. Continueremo a investire in sviluppo, ricerca e, soprattutto, sulle persone. Giovani in particolare.



#### L'AZIENDA

Itali è un fornitore qualificato di semilavorati, materie prime e servizi, nell'ambito della tecnologia alimentare, con sede a Reggio Emilia. Si rivolge principalmente ai settori carne, paste ripiene, spezie, ingredienti, additivi, aromi.

## RISCO

### Rita Dal Maso, sales representative & marketing manager

1. Dalla seconda metà del 2014 c'è stata sicuramente un'inversione di tendenza in positivo. Confidiamo che tale trend possa continuare anche per tutto il 2015. La ripresa è stata, infatti, auspicata molte volte durante questi ultimi anni, ma alle espansioni economiche sono sempre seguite delle contratture, dovute a cause differenti, che non hanno fatto ripartire totalmente l'economia mondiale e quindi anche il nostro settore.
2. Chiudiamo l'anno 2014 con +11% rispetto al 2013. Un ottimo risultato che ci permette, tra le altre cose, di aumentare la percentuale d'investimenti in ricerca e sviluppo per il 2015.
3. Se un'azienda vuole rimanere competitiva nel difficile mercato globale odierno, deve necessa-

riamente investire in innovazione.

4. Il mercato italiano è sempre importante per la Risco. Tuttavia stiamo raccogliendo i frutti da mercati sui quali abbiamo investito negli ultimi anni, quali il sud-est asiatico in generale e paesi emergenti come India, Malesia e Turchia.
5. L'estero ci sta regalando davvero belle soddisfazioni: molti paesi che fino a qualche anno fa avevano difficoltà ad acquistare prodotti europei ora sono disposti a investire in qualità e tecnologia.
6. Per il 2015 la Risco ha già pronto un piano da +7% di assunzioni. Confidiamo in un supporto da parte delle Istituzioni, per aiutare le aziende come la nostra a essere competitive nel mondo.



#### L'AZIENDA

Risco, azienda vicentina che fornisce macchine e sistemi per l'industria alimentare specializzata nella lavorazione della carne, è presente in tutti i continenti e fornisce assistenza tecnica diretta o tramite i propri rivenditori.

## ESSEOQUATTRO

### Silvia Ortolani, direttore commerciale

1. A nostro parere il 2015 non sarà ancora l'anno della ripresa, ma piuttosto l'anno delle opportunità per le aziende che accetteranno nuove sfide, avviando un percorso di inserimento in nuovi mercati.
2. Nel nostro lavoro ci interfacciamo con vari interlocutori, dalla Gdo alle industrie, fino al settore grossista, e le informazioni che stiamo ricevendo puntano tutte in questa direzione. La nostra, quindi, non è assolutamente una previsione pessimistica, bensì realistica, basata sui dati e sulle opinioni che raccogliamo quotidianamente sul mercato.
3. Crediamo che le aziende continueranno a investire in innovazione tecnologica, soprattutto quelle che si rivolgono, o vogliono cominciare a rivolgersi, ai mercati esteri.
4. Nel 2015 potenzieremo le partnership con chi, come noi, cerca di percorrere nuove strade, e rafforzeremo i

rapporti con i clienti che promuovono e distribuiscono le eccellenze alimentari italiane, sia sul territorio nazionale sia all'estero.



5. Il nostro packaging si posiziona su una fascia medio-alta e perciò si presta molto bene per confezionare alimenti particolarmente pregiati e selezionati, diventando anche un efficacissimo mezzo per veicolare le caratteristiche e i plus, presso il mercato italiano e quello estero.

6. Per agevolare la ripresa punteremo sulla formazione della filiera interna e dei nostri partner e sull'informazione rivolta a tutti i consumatori, inclusi i più piccoli. Questo sarà possibile grazie a delle nuo-

ve linee di prodotto finalizzate ad aumentare la capacità di comunicazione del packaging, anche attraverso l'ausilio di strumenti multimediali.

#### L'AZIENDA

Esseoquattro è una società a conduzione familiare con sede a Carmignano di Brenta, in provincia di Padova. Produce imballaggi a uso alimentare con l'obiettivo di conferirgli valore aggiunto, rendendolo importante, agli occhi del consumatore, tanto quanto il cibo contenuto.

## DROGHERIA ALIMENTARE

### Lorenzo Tesi, responsabile vendite divisione industria

1. Probabilmente, ce lo auguriamo tutti. L'importante sarebbe che la ripresa, per quanto debole, sia consolidata o venga percepita come tale.
2. Una ripresa che convive con un'incertezza "strutturale" non contribuisce alla crescita necessaria per superare la crisi. E' indispensabile una riduzione del numero e della variabilità dei fattori che oggi determinano un'estrema incertezza nei costi e nei ricavi.
3. Crediamo di sì, perché l'innovazione (anche e soprattutto tecnologica) rimane un investimento in competitività. Per quanto ci riguarda, nel 2015 vedremo realizzati gli investimenti programmati nel 2014: nuovi impianti di ripulitura, lavorazione, sterilizzazione.
4. Anche nel 2015 porteremo avanti i rapporti con entrambi i mercati.
5. E' una scelta naturale: la nostra azienda opera da diversi anni in oltre 50 Paesi esteri, pur mantenendo fortissime relazioni con l'Italia.

6. Non rinunceremo a una prospettiva di medio-lungo termine, per esprimere continuità nel nostro lavoro e fiducia verso i clienti. Crediamo che questo approccio possa rappresentare un contributo alle aspettative di ripresa del settore alimentare.



#### L'AZIENDA

Il gruppo Drogheria & Alimentari ha sede a San Piero a Sieve, in provincia di Firenze, ed è leader nel settore della trasformazione e distribuzione di spezie ed erbe aromatiche.

**CAVANNA****Riccardo Cavanna, amministratore delegato**

1. In generale, anche se ancora dobbiamo affrontare gli strascichi della crisi, come le problematiche legate al livello occupazionale, penso che il peggio sia passato. Forse più per le aziende che lavorano con l'estero, rispetto a quelle che rimangono in Italia, dove la situazione è più difficile. C'è da dire che comunque la crisi sta portando a cambiamenti strutturali, magari malvisti, ma che in realtà erano necessari. Se guardiamo, invece, ai settori di sbocco delle macchine dell'imballaggio, rilevo un clima di positività nell'industria alimentare, che nel 2014 è sicuramente stato agevolato dalla 'nuova Sabatini', un vero incentivo agli investimenti.

2. I nostri clienti puntano ad aumentare continuamente l'efficienza in automazione. Questo non solo perché hanno diversificato molto la produzione (ad esempio introducendo referenze per il segmento a marca del distributore), ma anche perché lavorano sempre più con l'estero.

3. Credo che le aziende abbiano capito, anche grazie alla crisi, che le situazioni di compromesso (usato o aggiornamenti) per le macchine industriali non siano giustificate e non portino a reali benefici. I più attenti fanno i conti con più cura e comprendono che gli investimenti sono il

valore aggiunto in grado di portare guadagno.

4. Il 90% della produzione di Cavanna va storicamente all'estero. Se nel 2014 ho preso 200 aerei, penso di prenderne altrettanti nel 2015. L'estero rimane il primo obiettivo, ma anche il mercato italiano non è da trascurare.

5. Ci sono segnali importanti: i grandi player stanno investendo in Italia, anche se per vendere all'estero. La 'nuova Sabatini' resta comunque un ottimo volano anche per lo sviluppo del mercato interno.

6. Io stesso voglio investire in attrezzature e sto rivalutando le mie posizioni all'estero: per quanto riguarda gli impianti industriali di grande livello, infatti, non c'è un vantaggio di costo a produrre oltreconfine. Anzi, la curva di esperienza che bisogna implementare per arrivare alla stessa qualità dell'Italia è troppo alta per trarre

guadagno. Meglio investire in Italia, su personale italiano. Per quanto riguarda le Istituzioni, ritengo che il Job Act sia uno strumento interessante, che potrebbe portare reale vantaggio al Paese. Servirebbe, però, una buona riforma della giustizia per attirare capitali esteri.

**L'AZIENDA**

Nata nel 1960 per sviluppare la tecnologia delle confezionatrici in flowpack presso le principali aziende agroalimentari italiane, Cavanna oggi progetta e produce anche caricatori automatici, sistemi di trasporto e di polmonatura, soluzioni di confezionamento secondario quali imballi multipack per più unità monodose.

**CMT****Paolo Tomatis, area sales manager**

1. Tenzialmente, in generale, ci sono dei tiepidi segnali di ripresa. Ma per favorire il termine della crisi occorrerebbero una maggiore stabilità politica, riforme strutturali del sistema fiscale italiano e incentivi agli imprenditori che, come noi, non delocalizzano la produzione all'estero.

2. Questa visione ottimistica deriva dal fatto che durante i miei viaggi all'estero riscontro una grande 'voglia di made in Italy' e che ormai si percepisce la volontà di risorgere dallo status attuale da parte del tessuto imprenditoriale italiano. Che trarrebbe certamente vantaggio da una maggiore collaborazione da parte del sistema creditizio italiano.

3. Me lo auguro vivamente: solo una costante evoluzione tecnologica permette di superare i momenti bui.

4. Il nostro interesse per il mercato interno e quelli esteri è totale. Sicuramente in questo momento l'export 'pesa di più' e quindi merita una maggiore attenzione da parte nostra.

5. Puntiamo sull'estero perché molti mercati sono maturi e quindi ci offrono ampie possibilità di crescita.

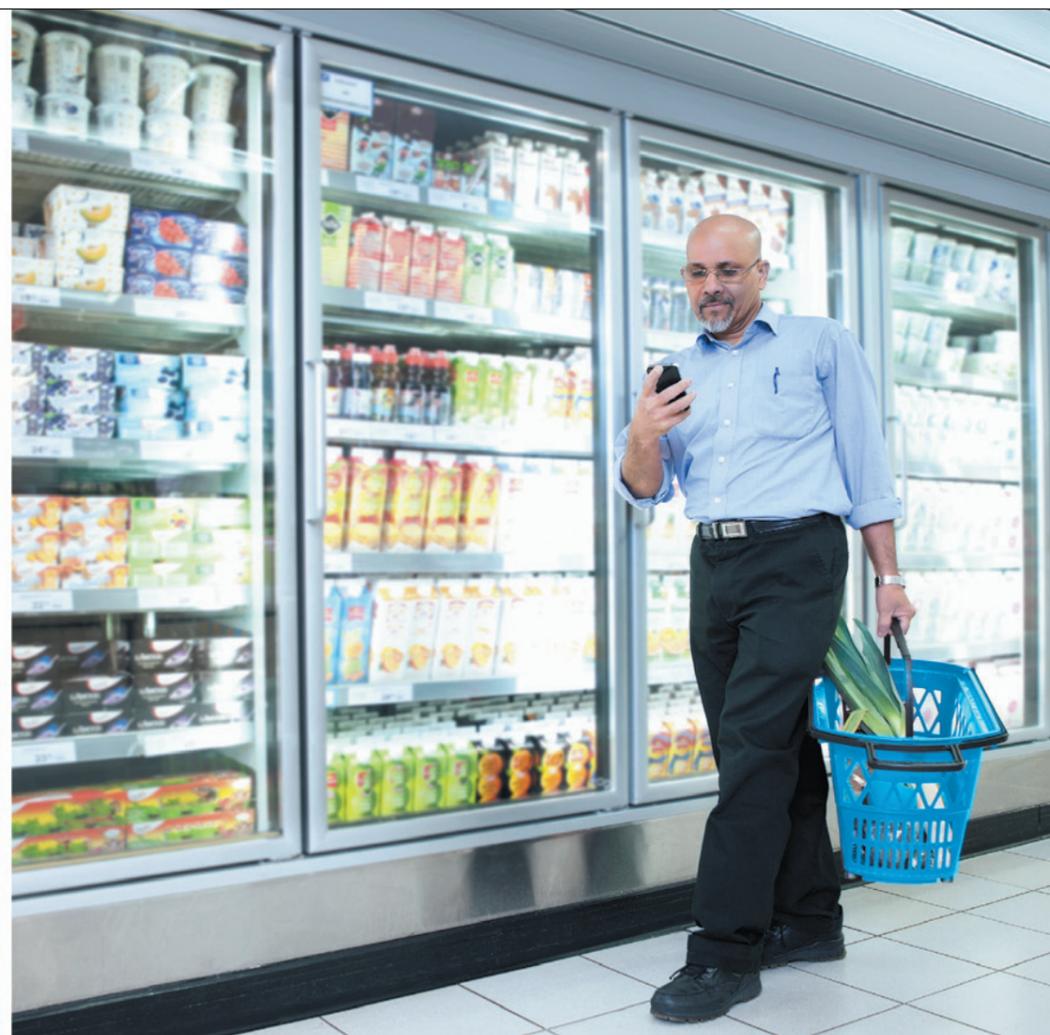
6. Continueremo a creare sinergie con tutte quelle aziende italiane che, come noi, vogliono superare definitivamente questa crisi.

**L'AZIENDA**

Dal 1970 la Cmt è un'azienda familiare al servizio dell'industria alimentare, specializzata nel settore delle macchine per la produzione di formaggi a pasta filata. Ha sede a Peveragno, in provincia di Cuneo, e vanta più di 15 brevetti mondiali.

segue

XIII

**RIGHT TEMPERATURE****RIGHT TIMING**

Leader europeo della logistica e del trasporto dei prodotti agroalimentari a temperatura controllata

+39 0371 763 201 [francesca.ceni@stef.com](mailto:francesca.ceni@stef.com)

Follow us :

**STEF**   
 [www.stef.com](http://www.stef.com)

## TECNO BRIANZA BREVETTI

### Mario Pirola, amministratore e titolare

1. Per quanto ci riguarda, già nel 2014 si è registrata una crescita del 20% circa. Pensiamo che nel 2015 una piccola ripresa generale ci sarà, ma soprattutto siamo convinti che sarà ancor di più il momento in cui le aziende solide e serie saranno punto di riferimento importante nel mercato.
2. I forti cambiamenti che ci sono stati in questi anni di crisi hanno creato tantissimi dubbi: oggi servono solo certezze.
3. Le aziende italiane sono leader mondiali per quanto riguarda la qualità dei prodotti alimentari. La negatività che sta interessando il mercato in generale non è nel Dna degli imprenditori di questo settore che, anzi, sono consapevoli della necessità di investire in innovazione e tecnologia per continuare a mantenere intatta la leadership.



4. Ci concentreremo principalmente sul mercato italiano.
5. L'Italia rappresenta il nostro core business da 35 anni. Un mercato in cui riteniamo di dover crescere con i nostri clienti, perché trasmettere il nostro know-how all'estero sarebbe come tradirli. D'altro canto siamo anche consapevoli di doverli supportare e agevolare nella loro espansione all'estero. Il nostro slogan potrebbe essere: "Cresciamo insieme!".
6. Per agevolare la ripresa punteremo su prodotti sempre più performanti e servizi sempre più completi. Stiamo, infatti, ottimizzando alcuni processi di legatura che proporremo durante il 2015 e stiamo proponendo un pacchetto di consulenza e servizi che serva ad avvicinare la domanda del consumatore finale alla richiesta dei nostri clienti.

#### L'AZIENDA

Tecnobrianza Brevetti, azienda nata nel 1981 a Carate Brianza (Mb), progetta e costruisce macchine per la trasformazione della carne, per la legatura e la clippatura di prodotti alimentari, e commercializza materiali di consumo per l'industria alimentare, come spaghi, clip, reti, asole.

## GNODI GROUP

### Andrea Furfaro, responsabile commerciale

1. Credo che il 2015 sarà ancora un anno di transizione.
2. Sugli attuali Paesi di riferimento per l'export riscontriamo ancora troppe incertezze geopolitiche perché si verifichi una vera ripresa.
3. Sicuramente le aziende già impegnate sul fronte dell'innovazione manterranno gli investimenti in essere. Mentre saranno probabilmente poche le new entry.
4. Cercheremo di mantenere e consolidare ancora di più la nostra presenza sul mercato italiano e continueremo a esplorare i mercati esteri scelti come obiettivo già lo scorso anno.
5. Ci proponiamo di valorizzare le scelte commerciali fatte nel 2014.
6. Per facilitare la ripresa manterremo i costi invariati per i nostri clienti.



#### L'AZIENDA

Gnode Group è uno specialista nel campo degli impianti di ristorazione collettiva, che si rivolge a mense aziendali e ospedaliere, Grande distribuzione, catene di ristoranti e fast food. Situato a Somma Lombardo, si occupa di assistenza agli impianti, rigenerazione di attrezzature professionali e noleggio di cucine mobili, coprendo in modo completo i reparti cottura, preparazione, refrigerazione e lavaggio.

## TRAVAGLINI

### Paolo Travaglini, socio e direttore commerciale

1. Il 2015, a mio avviso, non sarà l'anno della ripresa purtroppo.
2. I mercati mondiali risentono ancora pesantemente della crisi globale che, ormai da troppi anni, influenza negativamente i consumi. Inoltre, il perdurare della situazione politica in Russia certo non aiuta, anzi, porta a un mercato e inevitabile calo delle esportazioni agro-alimentari verso questo grande e importante paese.
3. Data la difficile situazione, solo poche aziende, tra cui fortunatamente la nostra, potranno permettersi di investire risorse in ricerca e sviluppo.
4. La Travaglini da sempre guarda con particolare interesse l'export, senza trascurare il mercato interno.
5. Siamo presenti in molti paesi europei ed extra europei, e continueremo sicuramente a privilegiare le nostre esportazioni nel mondo. Ovviamente non è possibile esportare se prima non si è anche leader nel proprio Paese, un mercato a cui non solo teniamo molto ma che è considerato da tutti come un

importante riferimento di qualità e innovazione nel campo del food.

6. Riteniamo fondamentale, nonostante la crisi, investire nella ricerca e nello sviluppo per essere sempre propositivi e innovativi sia sul mercato italiano che estero.



#### L'AZIENDA

Dal 1950 Travaglini, azienda con sede a Cinisello Balsamo in provincia di Milano, progetta e realizza impianti per l'asciugamento, l'affumicatura e la stagionatura di salumi, formaggi e prodotti ittici.

## VELATI

### Michele Riva, export manager

1. Spero che il 2015 sia per noi come l'anno appena concluso: ricco di soddisfazioni. La volontà è quella di continuare a crescere e le prospettive sembrano buone.
2. Il nostro ottimismo deriva dall'interesse sempre più costante nei confronti della nostra tecnologia e dei nostri prodotti: grazie a un alto grado di produttività, progresso e affidabilità riusciamo a essere protagonisti in molti mercati.
3. Per quanto ci riguarda, la risposta è "certamente sì". L'innovazione è alla base del nostro successo, quindi continueremo a proseguire sulla strada delle novità.
4. Ormai oltre l'80% del nostro fatturato proviene dall'export, quindi è gioco forza continuare su questa strada. Speriamo di lavorare anche nel nostro territorio nazionale, ma le statistiche di vendita pendono ormai su altri mercati.
5. In Italia la propensione all'investimento si ferma a livelli bassi, mentre in altri mercati si continua a crescere e a spendere con intelligenza. Di conseguenza è logico concentrarsi su Paesi dove la richiesta è alta.
6. Continueremo a credere nel made in Italy, evitando di delocalizzare la produzione, perché queste scelte aumentano il lavoro per la nostra realtà e danno sicurezza e garanzie a tutti i collaboratori interni ed esterni. Abbiamo già definito gli investimenti per lo sviluppo e speriamo di fare da traino anche per altre realtà.



#### L'AZIENDA

La Velati nasce nel 1867 come costruttrice di tritacarne. Oggi l'azienda, con sede a Tribiano in provincia di Milano, progetta e costruisce linee complete per la lavorazione di salame, mortadella, wurstel, hamburger, oltre a sistemi di pesatura, tracciabilità del prodotto, ricettari.

## EML

### Ennio Budri, titolare

1. A mio avviso, purtroppo, il 2015 non sarà ancora l'anno della ripresa.
2. La politica continua a giocare con gli Italiani e a prenderli in giro. A cominciare dalla 'non riforma' elettorale, per arrivare alla 'non vera riforma' del lavoro, che continua a propinare aspirine senza intervenire sui problemi reali: l'eccessiva pressione fiscale e i diritti dei lavoratori, che proteggono le mele marce penalizzando chi invece ha davvero voglia di lavorare.
3. Le aziende dovranno per forza investire in innovazione, in quanto i prezzi dettati oggi dai canali distributivi strozzano i produttori, che hanno solo due alternative: abbassare la qualità del prodotto fornito, pur mantenendo un sufficiente

appeal, oppure meccanizzare il più possibile i processi, con l'effetto collaterale di dover licenziare personale.

4. Continueremo a coltivare entrambi i mercati.
5. Occorre cogliere ogni opportunità. In questi momenti difficili bisogna aprirsi a tutti i mercati, purché garantiscano i pagamenti e la continuità di lavoro. Non come la Russia, che per mero protezionismo sta creando grandi problemi ai propri fornitori storici.
6. Cerchiamo di resistere senza aumentare i prezzi, anche quando si dovrebbe. Questo per non penalizzare la forza contrattuale dei nostri clienti, evitare che perdano commesse e, anzi, per tentare di ottenere insieme sempre più lavoro.

#### L'AZIENDA

Eml segue il cliente in ogni fase della realizzazione di un salume o preparato di carne. Dalla sua sede di Mirandola, in provincia di Modena, offre una vasta gamma di prodotti e servizi: budella naturali o artificiali, miscele strutturali e additivi, spezie, spaghi e attrezzature.



## ROSA PLAST DUE

[www.rosaplast.com](http://www.rosaplast.com)

**Nome prodotto**  
Contenitori in plastica  
**Tipologia di formaggi a cui è destinato**  
Formaggio fresco e gorgonzola.

**Descrizione e punti di forza**  
Contenitori in plastica per prodotti caseari. Disponibili in vari colori, diverse altezze e spessori.

**Specifiche tecniche**  
Contenitori prodotti in polistirolo rigido in vari colori, altezze e spessori. Materiale in funzione delle esigenze e dell'uso finale del cliente.



## CASEARTECNICA BARTOLI

[www.caseartecnica.it](http://www.caseartecnica.it)

**Nome prodotto**  
Porzionatrice semi-automatica a peso variabile o fisso con bilancia esterna 'Rock 20 Plus'

**Tipologia di formaggi a cui è destinato**  
Tutti i tipi di formaggi a pasta dura e semi-dura.

**Descrizione e punti di forza**  
Ideale per tagliare formaggi a pasta dura e semi-dura in porzioni del peso desiderato per il confezionamento. Si tratta di una macchina flessibile, caratterizzata da dimen-

sioni ridotte; numero di tagli programmabile; ciclo di funzionamento completamente automatico; pesatura automatica con bilancia esterna; ricette multiple per vari tipi di prodotto e di taglio; cambio lame facile e veloce per taglio liscio o a 'roccia' (simile al taglio manuale); possibilità di programmare tagli a peso fisso.

**Specifiche tecniche**  
Completamente made in Italy. Acciaio Inox.  
Dimensioni: 870 mm (profondità) x 800 mm (larghezza) x 1.900 mm (altezza)



## FRIGORBOX

[www.frigorbox.it](http://www.frigorbox.it)

**Nome prodotto**  
Minicelle Top  
**Tipologie di alimenti a cui è destinato**

Formaggi e latticini, prodotti ittici e carni fresche.

**Descrizione e punti di forza**  
La minicella è realizzata in vetroresina bianca liscia autoestinguente per uso alimentare. Isolamento in poliuretano espanso autoestinguente, iniettato tra i supporti a una densità di 40 Kg/mc. Pavimento in vetroresina antisdrucchiolo a norme antinfortunistiche, particolarmente consigliato per la conservazione di prodotti a natura aggressiva quali formaggi, prodotti ittici e carni fresche. Speciale struttura a vasca con angoli interni arrotondati a norme sanitarie, nelle unioni pareti/pavimento e pareti/soffitto. Basamento e soffitto in pezzo unico fino a mm 1.755 di larghezza: maggior isolamento, velocità di montaggio e facile pulizia. Disponibile per temperature sia positive che negative. Dotata di porta a battuta tipo girevole verso l'esterno, montata su pannello vano porta, completa di maniglia con sblocco interno di sicurezza e chiusura a chiave.

**Specifiche tecniche**  
Variano in base alle dimensioni. Prendendo in considerazione la minicella con dimensioni esterne di mm 1.170 x 1.950 x 2.200 H, la capacità è di 3,69 mc; 18,29mq. Peso 275 Kg. Impianto frigorifero a soffitto. Compressore ermetico Hp 1,2. Condensazione ad aria. Sbrinamento elettrico. Refrigerante: R 404°; espansione a valvola termostatica. Refrigerante: 65%; alimentazione 230/1/50.



## IFT

[www.iftmantova.com](http://www.iftmantova.com)

**Nome prodotto**  
Griglia impilabile  
**Tipologia di formaggi a cui è destinato**

Per salagione, asciugatura e stagionatura di formaggi. Ideale per pecorino toscano, pecorino sardo, caprini, caciotte, gouda, tomini, muffettati, cascaval.

**Descrizione e punti di forza**  
La grigliatura superficiale permette una notevole areazione della forma, riducendo i rivoltamenti e la formazione di muffa. La misura europaletizzabile consente una facile e comoda manovrabilità all'interno delle celle-magazzini di stagionatura. Tutte le griglie e tavole in polipropilene alimentare sono rigorosamente realizzate con materie prime certificate e sono idonee al contatto con gli alimenti, in conformità ai regolamenti e alle direttive Ce e al Decreto ministeriale nazionale.

**Specifiche tecniche**  
Materiale: polipropilene alimentare (PP) a norma Ce. Dimensioni: 760 x 580 mm. Altezze piedi disponibili: 210 mm, 180 mm, 150 mm, 130 mm. Metodologia di produzione: stampaggio a iniezione. Resistenza alle temperature di esercizio: -30° / +80° C.



## FRAU IMPIANTI

[www.frauimpianti.com](http://www.frauimpianti.com)

**Nome prodotto**  
Pastorizzatore latte PL EU600 FA Multiflex  
**Tipologia di formaggi/latticini a cui è destinato**

Impianto per produzione di latte pastorizzato destinato a caseificazione, produzione yogurt, latte fresco e latte Esl (Extended shelf life).

**Descrizione e punti di forza**  
Frau Impianti ha sviluppato una linea di pastorizzatori dedicata alle realtà casearie che ricercano sistemi altamente flessibili, in grado di soddisfare diverse esigenze con un'unica soluzione completamente automatizzata. L'inserimento di Plc e di un'interfaccia grafica touch screen di ultima

generazione (Human machine interface) con gestione delle ricette di lavoro, semplificano l'utilizzo dell'impianto anche per l'operatore meno esperto, garantendo la qualità e il controllo totale sulla produzione. Attraverso l'aggiunta del 'modulo di teleassistenza remota', il costruttore ha la possibilità di collegarsi alla macchina attraverso la rete internet, per eseguire periodicamente un controllo dei parametri funzionali, con possibilità di intervenire, fornendo assistenza remota in tempo reale, qualora richiesto.

**Specifiche tecniche**  
Portata 6.000 lt/h. Dimensioni skid: 4,4 x 2 x 2,2 m (2 x skid inox). 400 V, 3 ph, 50 Hz.



## HOLAC MASCHINENBAU

[www.lazzariequipment.com](http://www.lazzariequipment.com)

**Nome prodotto**  
Cubettatrice multifunzione Holac Cubixx 100 L  
**Tipologia di alimenti a cui è destinato**  
Ogni tipo di salume, carne e formaggio.

**Descrizione e punti di forza**  
Le cubettatrici Holac sono famose per la versatilità: con la stessa macchina si può tagliare ogni alimento. Tra le piccole cubettatrici, Cubixx si distingue per potenza e robustezza, con il vantaggio di poter produrre qualsiasi misura di taglio, esattamente con gli stessi risultati delle grosse Holac industriali. Il telaio base è costituito da una robusta scocca, costruita interamente in acciaio inox ad alto spessore tagliato

al laser, estremamente pulita nella linea e studiata per non lasciare interstizi dove potrebbe annidarsi del prodotto. Ogni componente, dallo spintore al coltello rotante, è costruito con gli stessi materiali e la stessa filosofia delle versioni industriali. Il motore elettrico, che muove il coltello rotante e gli stampi di taglio e la pompa idraulica, ha di base una potenza di 2,6 Kw, mentre l'impianto idraulico riproduce in piccolo la stessa configurazione delle Holac industriali. Tutte le parti che compongono la Cubixx sono smontabili a mano senza alcun attrezzo: in cinque minuti la macchina è completamente aperta e pronta al lavaggio che può

avvenire con lancia ad alta pressione. Fornita di ruote bloccabili, per essere facilmente spostata o posizionata, è dotata anche di comandi touch screen. Cubixx può utilizzare coltelli rotanti a una, due, tre o quattro ali taglienti; dischi a quattro lame per affettare; dischi rapè di varia misura.

**Specifiche tecniche**  
Peso: 250 Kg. Dimensioni: 1.360 x 620 x 1.140 mm. Potenza: 2,6 Kw.  
Gli stampi di taglio possono essere forniti con lamette da 0,5 a 2,5 mm di spessore, con profilo liscio, a seghetto stretto o a denti larghi, per ogni possibile applicazione.



CAMPAGNA ABBONAMENTI

# L'INFORMAZIONE COMPLETA

PER TUTTI GLI OPERATORI  
DEL SETTORE ALIMENTARE

## riviste

### SALUMI & CONSUMI

MENSILE  
11 NUMERI



### FORMAGGI & CONSUMI

MENSILE  
11 NUMERI



### THE ITALIAN FOOD MAGAZINE

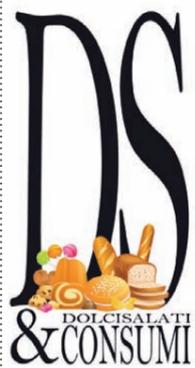
MENSILE  
11 NUMERI  
DIGITALI +  
6 NUMERI  
CARTACEI  
DISTRIBUITI A:

- SIRHA / LIONE
- TUTTOFOOD / MILANO
- PLMA / AMSTERDAM
- THAIFEX / BANGKOK
- FANCY FOOD / NEW YORK
- ANUGA / COLONIA
- WORLD OF FOOD / PECHINO



### DS DOLCISALATI & CONSUMI

MENSILE 7 NUMERI  
CARTACEI + 3 DIGITALI



### VINI & CONSUMI

BIMESTRALE  
7 NUMERI



## newsletter on line

• ESCONO IL MERCOLEDÌ E IL VENERDÌ •

SALUMI  
& CONSUMI

FORMAGGI  
& CONSUMI

DS DOLCISALATI  
& CONSUMI

VINI  
& CONSUMI

98 USCITE

## la nota alimentare

• ESCE IL VENERDÌ •

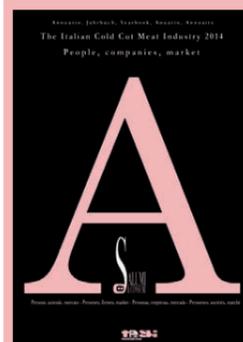
49 USCITE

## annuari

• ESCONO IL 30 MARZO •

SALUMI  
& CONSUMI  
DIGITALE

FORMAGGI  
& CONSUMI  
DIGITALE



## guida retail



ESCE  
IL 1° GENNAIO  
CARTACEO

50 EURO

## guida alle gastronomie



ESCE  
IL 31 AGOSTO  
CARTACEO

50 EURO

## COSTO ABBONAMENTI ITALIA

SOSTENITORE

500 EURO

AMICO

100 EURO

S&C, F&C, DS&C,  
THE ITALIAN FOOD MAGAZINE

40 EURO

V&C 30 EURO

NEWSLETTER  
ON LINE 40 EURO

### MODALITÀ DI PAGAMENTO

Conto corrente postale: intestato a Edizioni Turbo Srl - c/c postale n° 39137732  
Bonifico bancario: intestato a Edizioni Turbo Srl - IBAN IT 34 X 02008 33840 000041002116

Per informazioni: [segreteria@tespi.net](mailto:segreteria@tespi.net)