



SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI  
ANNO 8 - NUMERO 5 - MAGGIO 2015  
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO



# FRUTAROM

I T A L Y

*is  
working  
for you*

# Perché scegliere

**Un polo di ricerca e applicazione onnicomprensivo specializzato nella tecnologia delle carni**

Il centro di ricerca e sviluppo situato ad Holdorf (Germania) è una realtà estremamente innovativa e all'avanguardia. Ogni ritrovato viene poi testato nel laboratorio applicativo situato a Parma.

## DIVISIONE INGREDIENTI FUNZIONALI

La divisione è focalizzata sulla ricerca di ingredienti innovativi e sulla formulazione di composti all'avanguardia che agiscono in modo sinergico nell'alimento aumentando performance e funzionalità.

## DIVISIONE DI BIOTECNOLOGIE E MICROBIOLOGIA

- Una sezione completamente dedicata alla ricerca e messa a punto di fermenti naturali selezionati di ultima generazione applicabili a diverse matrici alimentari.

- Una nuovissima sezione interna completata alla fine del 2014 e interamente dedicata alla esecuzione di MTC (Microbial Challenge Test) di processo e di prodotto in relazione a differenti matrici alimentari. Gli MTC rappresentano ad oggi il più efficace mezzo di validazione dei processi produttivi o dei prodotti. Possono fornire una giustificazione scientifica per il corretto posizionamento di prodotti RTE nelle categorie alimentari per *Listeria monocytogenes* previste dal Reg. 2073/2005 e fornire aiuto concreto nella valutazione contestualizzata del rischio per il consumatore.

Questo dipartimento consente a Frutarom di:

- Ricercare e sviluppare internamente nuove soluzioni in ambito tradizionale e approfondire tutti gli aspetti legati al concetto di "coltura microbica bioprotettiva".

- Supportare i propri clienti nello sviluppo e nella esecuzione di MTC per la validazione del processo produttivo e del prodotto. Questo è un aspetto dagli enormi vantaggi in quanto Frutarom è in grado di fornire supporto altamente specializzato in questo ambito ai propri clienti, che diventano in questo modo partners privilegiati.



Fermentazione in piccola scala

Area del laboratorio per i patogeni



Ricerca



Sterilizzazione dei terreni di coltura



“ Abbiamo scelto Frutarom fin dal suo arrivo in Italia. Serietà, qualità dei prodotti e assistenza nel loro utilizzo sono gli elementi distintivi che ci hanno convinto. Uno staff tecnico di microbiologi e tecnologi è a nostra disposizione per la scelta dei prodotti, le fasi di inserimento ed è pronto a supportare le idee su prodotti nuovi. Frutarom rappresenta per noi un partner affidabile, che risponde ai rigidi requisiti che la nostra azienda ricerca nei fornitori”.

– Giorgio Gherri,  
direttore di produzione di Terre Ducali



“ La costanza dei prodotti e la serietà dell'azienda sono i principali motivi che fanno della Frutarom uno dei nostri primi fornitori per qualità e quantità. Frutarom garantisce uno degli standard più alti del settore e la possibilità di avere prodotti personalizzati, le miscele funzionali costruite su misura in collaborazione con i loro tecnici costituiscono un'ottima base per molti prodotti della nostra azienda”.

– Daniele Zanin, responsabile  
produzione divisione prosciutti cotti  
Alimentari Radice





SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI  
ANNO 8 - NUMERO 5 - MAGGIO 2015  
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

## ATTUALITÀ



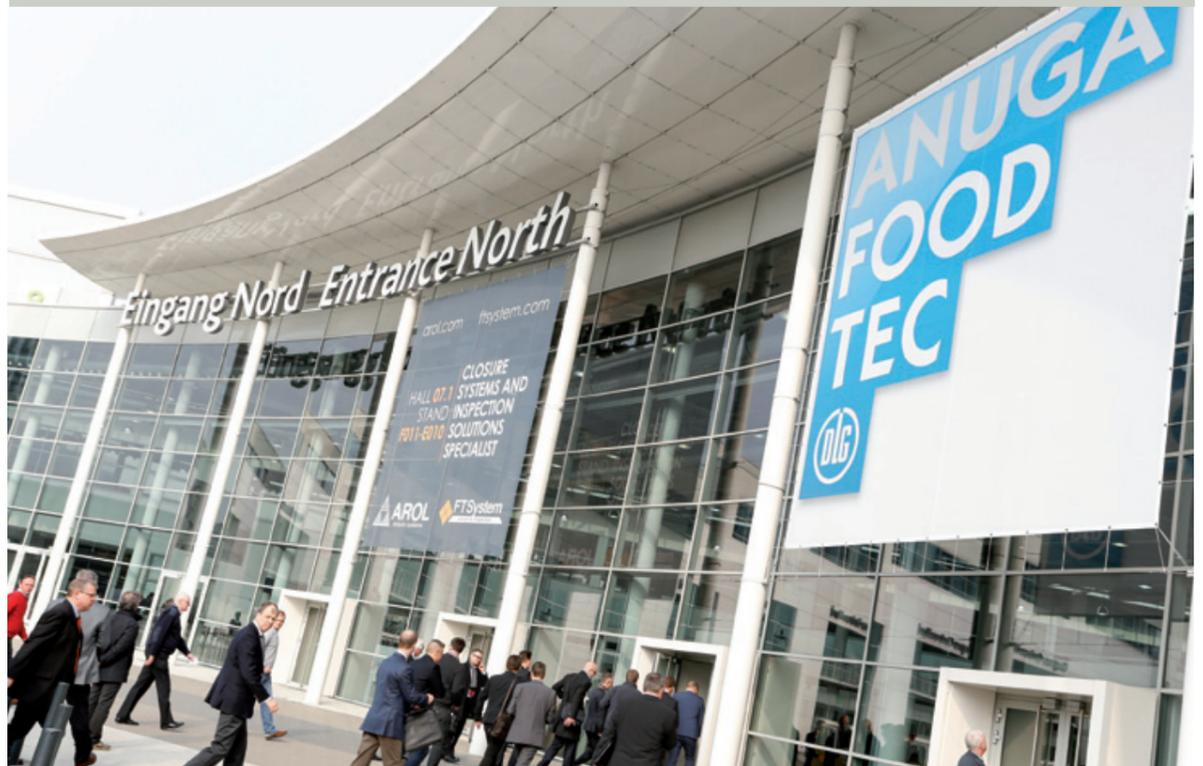
### Quando il carrello diventa 'leggero'

Un intero supermercato senza confezioni e sacchetti. Si chiama Original Unverpackt e ha aperto i battenti a Berlino. Finanziato dal crowdfunding online.

Alle pagine VIII e IX

## REPORTAGE

Da pagina XV a pagina XXIII



# Anuga FoodTec guarda al futuro

Record di espositori e visitatori per il salone internazionale delle tecnologie alimentari e delle bevande. La fiera di Colonia ha fatto da palcoscenico all'evento che si è svolto dal 24 al 27 marzo.

### FIERE & MANIFESTAZIONI

## Eurocarne, la filiera fa la differenza

L'evento si annuncia ricco di novità, eventi, curiosità e contenuti. Appuntamento a Veronafiere dal 10 al 13 maggio. Alle pagine XII e XIII

### ANTEPRIMA



## Un evento tutto Meat

La prima edizione della manifestazione dedicata alle tecnologie per l'industria della lavorazione, del confezionamento e della distribuzione delle carni, si terrà dal 19 al 23 maggio 2015 a Fiera Milano. Le novità degli espositori.

Da pagina XXVIII a pagina XXXI

### FOCUS ON

Alle pagine X e XI

## Industria e gestione dell'acqua

Le leve e gli ostacoli a una maggiore sostenibilità ambientale. Le prospettive future. I dati nel nuovo rapporto Unido - Dnv Gl.



### ATTREZZATURE IN POLIPROPILENE A NORME CE Baltresche, Tavole, Griglie, Carrelli

**VANTAGGI GRIGLIE E BALTRESCHE IN PP:**  
Realizzate con materie prime certificate a norma CE  
Facilmente igienizzabili  
Leggerezza  
Robustezza  
Non conducibilità termica  
Resistenza nel tempo



# Packaging: viva l'Italia

C'è un settore in Italia che non ha risentito della crisi. Anzi, proprio in occasione degli anni più duri per l'economia del nostro Paese, non solo ha tenuto ma ha anche mostrato segnali di crescita. E' il cosiddetto packaging. Con un fatturato superiore ai 6 miliardi di euro, il settore dei costruttori italiani di macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio è uno dei comparti industriali italiani più vitali.

È, inoltre, uno dei settori italiani con la più alta propensione all'export (oltre l'80%), costituito da circa 250 aziende di dimensioni industriali, cui si aggiungono circa 300 unità produttive con caratteristiche artigianali. Un settore leader mondiale che si contende il primato internazionale con i costruttori tedeschi. Lo abbiamo visto di recente all'Anuga FoodTec (vedi articoli da pagina XV a pagina XXIII) dove abbiamo potuto notare la forza dei prodotti e delle soluzioni proposte dalle aziende italiane.

Oltre il 50% delle macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio vendute nel mondo sono italiane e tedesche. La leadership acquisita negli anni dai costruttori italiani di macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio si basa su quattro capisaldi fondamentali: elevato livello tecnologico-qualitativo delle soluzioni proposte; estrema personalizzazione e flessibilità produttiva delle macchine, puntuale servizio di assistenza post-vendita su tutti i mercati mondiali; forte competitività, grazie alla convivenza di grandi gruppi integrati e di piccole e medie imprese altamente specializzate che offrono, nel complesso, un'intera gamma di macchinari per tutte le tipologie di prodotto.

Le aziende sono dislocate principalmente in Emilia-Romagna (dove si trova la maggiore concentrazione del settore al mondo), Lombardia, Piemonte e Veneto, regioni che assieme rappresentano più dell'80% delle aziende del comparto.

Vera e propria capitale produttiva è Bologna, nella cui provincia si trova la cosiddetta "Packaging Valley".

La maggior parte della produzione delle macchine per il confezionamento e l'imballaggio viene assorbita dal comparto alimentare (circa il 60% del fatturato del settore) e da quello farmaceutico - cosmetico - toileteries, che rappresenta poco meno del 25%. Il restante viene impiegato in settori diversi, tra i quali spiccano quello del tabacco, in cui l'industria italiana delle macchine vanta una grande tradizione, il comparto chimico - petrolchimico e quello del tissue.

Ma è sull'alimentare che il comparto made in Italy detta legge. Con soluzioni innovative sperimentate e attuate in tutto il mondo. Un bel segnale. Che fa ben sperare per il futuro. Del settore ma anche del nostro Paese.



Direttore  
Responsabile  
**ANGELO FRIGERIO**  
Direttore editoriale  
**RICCARDO COLLETTI**

Editore: Edizioni Turbo Srl  
Palazzo di Vetro  
Corso della Resistenza, 23  
20821 Meda (MB)  
Tel. +39 0362 600463/4/5/9  
Fax. +39 0362 600616  
e-mail: info@tespi.net  
Periodico mensile  
Registrazione al Tribunale  
di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008.  
Poste Italiane SpA  
Spedizione Abbonamento Postale  
D.L. 353/2003 -  
Conv. in L. 46/2004  
Art. 1 Comma 1 - LO/MI -  
Periodico mensile  
Supplemento a Salumi & Consumi  
Anno VIII - numero 5  
maggio 2015  
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)  
Una copia 1,00 euro - Poste Italiane SpA  
L'editore garantisce la massima riservatezza  
dei dati personali in suo possesso.  
Tali dati saranno utilizzati per la gestione  
degli abbonamenti e per l'invio  
di informazioni commerciali. In base  
all'Art. 13 della Legge n° 196/2003,  
i dati potranno essere rettificati  
o cancellati in qualsiasi momento  
scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.  
Responsabile dati:  
Riccardo Colletti

Questo numero è stato chiuso  
in redazione il 21 aprile 2015

*angelo.frigerio@tespi.net*

# Un piccolo ingrediente fa una GRANDE differenza



SPEZIE ED ERBE IN PUREZZA - CONCE E DROGHE AROMATICHE - MISCELE DI INGREDIENTI FUNZIONALI - MISCELE COMPLETE PER SALUMI - PREPARATI PER GASTRONOMIA

I nostri preparati rendono i vostri prodotti alimentari unici e inimitabili, ma soprattutto affidabili grazie all'ingrediente **NON** segreto: la **SICUREZZA**.



Drogheria e Alimentari Spa dedica importanti investimenti nella qualità dei propri prodotti. Tutte le materie prime sono altamente selezionate e per ognuna viene garantita la tracciabilità lungo l'intera filiera. La stessa meticolosa attenzione viene data ai processi produttivi che soddisfano standard elevatissimi di sicurezza, costantemente garantita dai controlli interni ed esterni. È così che un piccolo ingrediente riesce a fare la differenza.



Drogheria e Alimentari S.p.A.  
Scarperia e San Piero - FI  
Tel +39 055 8432501 · info@drogheria.com  
[www.drogheria.com](http://www.drogheria.com)  
[www.drogheriaindustria.com](http://www.drogheriaindustria.com)

### Marco Nocivelli di Assofoodtec, nuovo vice presidente Anima, punta su Expo

Nelle settimane passate, in occasione della riunione del Consiglio direttivo Anima, Marco Nocivelli (attuale presidente del comparto 'costruttori impianti frigoriferi di Assofoodtec), è stato nominato vice presidente Anima con delega ai rapporti economici. Un'elezione che completa la struttura del Comitato di presidenza per il biennio 2015-2016, di cui fanno parte il presidente Alberto Caprari e altri tre vice presidenti neo-eletti (Piero Almici, Carlo Banfi, Paola Feroli). "Quest'anno l'evento dell'Expo catalizzerà l'attenzione del mondo sull'Italia", dichiara Nocivelli. "Sarà un momento importante per sottolineare come l'Italia, patria della buona cucina, sia anche patria delle buone tecnologie per la lavorazione, preparazione e conservazione alimentare. Anima e Assofoodtec si impegneranno per sottolineare le nostre eccellenze e mostrare al mondo questo aspetto a volte trascurato del nostro paese".

### Conad: nuova catena del freddo con turbina ad alta efficienza e zero emissioni

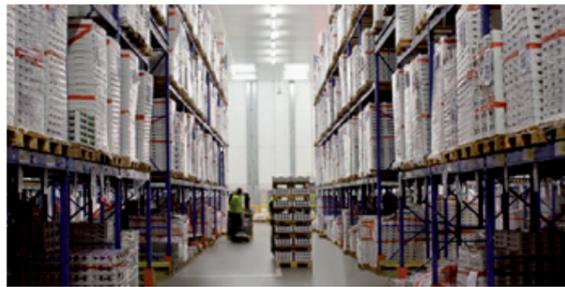


Conad punta sulla sostenibilità e adotta, prima tra le insegne della Gdo, un'innovativa tecnologia a zero emissioni che consente di produrre freddo a temperature controllate con un notevole risparmio energetico rispetto al passato. Questo grazie all'impiego di una speciale turbina oil-free che opera senza olio e liquidi lubrificanti al suo interno. L'applicazione è stata sviluppata da Ibt Group, azienda specializzata in soluzioni per il risparmio energetico e partner esclusivo per l'Italia di Capstone, e Zudek, che ha fornito l'innovativo frigorifero ad assorbimento ad ammoniaca. L'innovativa tecnologia servirà a gestire la catena del freddo nel centro logistico di Pac 2000A-Conad a Fiano Romano nel Lazio, la più grande cooperativa del consorzio e una delle maggiori piattaforme distributive d'Europa. Il nuovo impianto di trigenerazione farà risparmiare circa 47 euro all'ora rispetto alle tecnologie tradizionali, con un saving totale all'anno, in termini di energia primaria, superiore a 4mila MWh e 350 Tep. Il che si traduce in oltre 800 tonnellate di Co2 non immesse in atmosfera.

### Germania: in crescita gli acquisti di alimentari on line

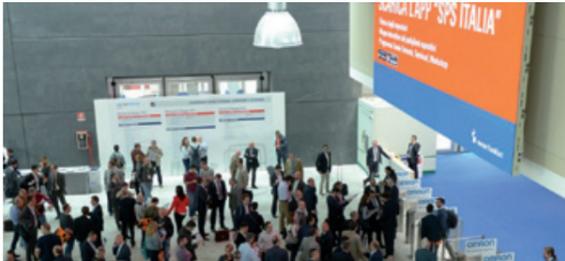
Secondo uno studio di mercato dell'agenzia PwC, diffuso dalla sede Ice di Berlino, anche per i prodotti alimentari, in Germania, cresce la quota di consumatori che effettuano acquisti on line. Nel complesso, circa il 12% dei tedeschi, ad oggi, utilizza l'e-commerce per comprare generi alimentari di uso quotidiano. Secondo lo studio PwC, quindi, in questo settore vi sono ancora notevoli prospettive di crescita.

### Stef, partner logistico per Expo e il padiglione Cibus è Italia



Dopo essersi strutturata per servire gli operatori di Expo in qualità di supporto logistico, Stef annuncia di essere partner ufficiale per il trasporto e la logistica del padiglione 'Cibus è Italia', l'area espositiva curata da Federalimentare e Fiere di Parma. Offrirà infatti servizi per gli operatori industriali e della ristorazione, e per le istituzioni (quali consorzi, associazioni, regioni, province), che dovranno stoccare e trasportare i prodotti food a temperatura controllata, provenienti dall'Italia e dall'Europa, fino al sito di Expo. Storage, picking, gestione pallet in/out, cross docking, servizi IT, servizio 24 ore 7 giorni su 7, customers service multi lingua, consegne notturne in area Expo, gestione pesce fresco, sono solo alcuni dei tanti servizi proposti da Stef.

### Sps Ipc Drives Italia: a Parma, dal 12 al 14 maggio



Si aprirà martedì 12 maggio, per concludersi giovedì 14, la quinta edizione di Sps Ipc Drives Italia, fiera punto di riferimento per fornitori e produttori di automazione, in scena presso il quartiere fieristico di Parma. L'evento, organizzato da Messe Frankfurt Italia, in 5 anni è cresciuto dell'85%. Sono più di 100 i nuovi espositori iscritti, che si uniscono al gruppo delle aziende fedeli dalle precedenti edizioni. La manifestazione prevede aree dedicate all'industrial software, ai system integrator, alle università e ai centri di ricerca. A completare l'offerta, un ricco programma di tavole rotonde, seminari e workshop, incentrati su tre fil rouge: automotive, pharma&beauty e food&beverage.

### Nel 2014 l'Efsa ha pubblicato 35 pareri scientifici sugli Fcm

In aprile, l'Efsa (European food safety authority) ha reso nota la sua relazione per l'anno 2014, sottolineando che oltre 500 ricerche hanno contribuito a prendere decisioni basate sull'evidenza scientifica e a migliorare la tutela dei consumatori. In particolare, 35 pareri scientifici sono stati pubblicati in merito agli Fcm (Food contact materials). Inoltre, nel corso del 2014 l'ente ha portato a termine la sua rivalutazione complessiva sulla sicurezza del bisfenolo A (Bpa, CAS 80-05-7). Al quale, secondo quanto pubblicato a inizio anno, non viene associato alcun tipo di rischio per la salute dei consumatori, di ogni fascia di età, per i livelli di esposizione attuali.

### Sealed Air premiata ai Flexible packaging achievement awards

Sealed Air food care division è stata insignita dei Flexible Packaging Achievement Awards per due innovazioni nel settore del packaging, in occasione della 59esima edizione dell' Achievement awards and innovation showcase, organizzata da Flexible Packaging Association. Nella categoria 'retail', Cryovac Darfresh on Tray ha ricevuto il riconoscimento più elevato, mentre Cryovac Freshness Plus ha vinto il premio d'Oro per le categorie 'innovazioni tecniche' e 'sostenibilità'. "Siamo onorati di essere riconosciuti come leader nei settori dell'innovazione e della sostenibilità mentre continuiamo a creare nuove soluzioni e nuovi prodotti per soddisfare le esigenze dei nostri clienti in termini di freschezza, qualità e immagine", ha dichiarato Sean Brady, direttore marketing di Sealed Air Food Care. Grazie alla combinazione di un sistema di vassoi preconfezionati con un materiale versatile per sottovuoto skin, Darfresh on Tray estende la durata del prodotto, riducendo lo spreco alimentare, elimina lo scarto di materiale per offrire un'alternativa più ecologica, utilizzando il 40% di materiale in meno rispetto ad altre soluzioni tray skin. I materiali Cryovac Freshness Plus estendono la durata dell'alimento, proteggendone l'aroma. Le tecnologie di packaging attivo eliminano gli odori dagli alimenti per massimizzarne il sapore, il colore e la qualità, eliminando e riducendo la necessità di additivi e conservanti.

### Tavola rotonda Anie: bilancio 2014 a +5% per le aziende dell'automazione industriale



In occasione della tavola rotonda "Telecontrollo: il successo dell'innovazione made in Italy", organizzata nelle scorse settimane da Anie Automazione e Messe Frankfurt Italia, sono stati presentati progetti e soluzioni esistenti per la costruzione di una smart community, con l'obiettivo di migliorare prestazioni e vivibilità di reti, città e industria. Da sistemi integrati per la gestione e l'efficienza delle risorse idriche e delle reti energetiche a strumenti di misura, monitoraggio e ottimizzazione dei consumi; dalla semplificazione e interpretazione dei database, alla protezione dei dati, sino all'integrazione delle fonti rinnovabili sulle reti di distribuzione e di trasmissione dell'energia elettrica. Soluzioni sviluppate dall'industria italiana dei sistemi di telecontrollo e monitoraggio di reti e impianti, che continua a crescere: "Dopo il +3% di fatturato 2013, le aziende dell'automazione industriale di Anie, che rappresentano il 90% circa del comparto, hanno chiuso il primo semestre 2014 con +6% e confermeranno il trend positivo con la chiusura del bilancio (+5% circa)", ha spiegato Giuliano Busetto, presidente dell'Associazione. L'evento è stato anche l'occasione per lanciare la 14esima edizione del Forum Telecontrollo, mostra convegno itinerante che si terrà negli spazi dell'Hangar Bicocca il 29 e 30 settembre.

# ALIMENTANDO

IL PORTALE DELL'ALIMENTARE

[WWW.ALIMENTANDO.INFO](http://WWW.ALIMENTANDO.INFO)

Alimentando.info è il quotidiano online del settore alimentare per operatori e professionisti. Il sito fornisce in tempo reale informazioni e aggiornamenti sul mercato e i suoi protagonisti

### Lenze: nuovo sistema di recupero dell'energia

Lenze, specialista per l'automazione industriale, svela il prototipo di un nuovo innovativo sistema di recupero dell'energia. Caratterizzato da maneggevolezza, design compatto e notevole efficienza, è stato sviluppato in collaborazione con un'università tedesca. Poiché la "sezione alimentatore" e la "sezione rigeneratore" sono state separate, esse possono essere dimensionate opportunamente per l'applicazione: ciò permette un'architettura meno costosa e ottimizzata al sistema. Il nuovo alimentatore rigenerativo impiega una tecnologia all'avanguardia: al suo interno, semiconduttori a commutazione rapida tipologia SiC consentono di raggiungere un elevato livello di efficienza pur essendo estremamente compatto e leggero. E' possibile gestire da 2 kW a 48 kW di potenza e, nel contempo, garantire una facile integrazione negli impianti esistenti.

### Produzione industriale: marzo a +0,1% su febbraio 2015

Il Centro di studi Confindustria (Csc) stima, elaborando i dati Istat, un incremento della produzione industriale dello 0,1% in marzo su febbraio, mese in cui si era registrato un aumento dello 0,6% rispetto a gennaio. Dal profilo mensile emerge che il punto di minimo della recessione è stato toccato lo scorso ottobre e che nel corso dell'autunno è iniziata una lenta ripresa. Nel primo trimestre del 2015 è previsto un incremento dello 0,2% sullo stesso periodo 2014. Il secondo trimestre 2015 prosegue la tendenza positiva, con un +0,3%. Un recupero confermato anche dagli indicatori qualitativi anticipatori: la componente ordini totali delle Pmi manifatturiere, in espansione per il secondo mese consecutivo, indica in marzo un forte incremento (54,5, valore massimo da maggio 2014), superiore rispetto a febbraio (51,2); quella relativa agli ordini esteri (56,7, valore massimo da 8 mesi) mostra un buon progresso su febbraio (55,2).

### Koelnmesse e Corferias: dal 2017 organizzano Andina-Pack

Una nuova collaborazione fra Koelnmesse e Corferias (Corporación de ferias y exposiciones). Dopo quella instaurata per la manifestazione Alimentec, infatti, nell'ottobre del 2014 i due enti hanno stretto una partnership che prevede, a partire dal 2017, il coinvolgimento di Colonia nell'organizzazione di Andina-Pack, fiera delle tecnologie per il confezionamento che si tiene dal 1991 presso il polo espositivo di Corferias a Bogotá, in Colombia. L'ultima edizione del 2013 aveva raccolto un totale di 384 espositori e oltre 18mila visitatori professionali. "Grazie a questa collaborazione stiamo strategicamente espandendo la nostra partecipazione al mercato latino-americano in una delle nostre principali aree di competenza", spiega Gerald Böse, Ceo di Koelnmesse. Infatti, dopo il Brasile, dove Koelnmesse organizza già Anutec Brazil e UrbanTec Brasil, la Colombia è ora il secondo paese latino-americano nel quale la società è operativa.

### L'italiana Rotoprint Sovrastampa premiata dalla World Packaging Organisation



La Rotoprint Sovrastampa di Lainate, di proprietà della famiglia Arici, è tra le vincitrici del WorldStar Packaging Award 2015, il premio più importante del settore imballaggi assegnato ogni anno, fin dal 1970, dalla World Packaging Organisation. La giuria ha analizzato 265 progetti, provenienti da 37 paesi del mondo, e assegnato riconoscimenti ai migliori lavori di stampa e packaging in otto categorie. Per il 'beverages' ha vinto un lavoro di sovrastampa della Rotoprint, che con il suo metodo brevettato consente di modificare graficamente gli imballaggi già stampati, riciclandoli al 100%, azzerando gli sprechi, facendo risparmiare le aziende, riducendo le tempistiche e preservando l'ambiente. In 40 anni di attività Rotoprint ha evitato che fossero mandati in discarica o all'inceneritore ben oltre 800mila Km di imballaggi. La cerimonia ufficiale per la consegna dei premi si terrà il 19 maggio a Milano, ospitata da Ipack-Ima in collaborazione con Expo 2015.

### Ciseta: presso Fiera Milano, il 3 e il 4 maggio, la 12esima edizione



Torna a Fiera Milano, nei giorni di TuttoFood (3 e 4 maggio), la 12esima edizione del Congresso italiano di scienza e tecnologia degli alimenti (Ciseta), tappa fondamentale per lo sviluppo e l'innovazione del settore alimentare, dove esperti si confrontano per favorire la crescita del comparto. I temi di quest'anno riguardano innovazione; trasferimento tecnologico; microbiologia degli alimenti; biotecnologie, genomica e metabolomica; sicurezza e igiene delle macchine, degli impianti di trasformazione e delle aree di produzione; composizione e qualità dei prodotti alimentari; proprietà fisiche e chimico-fisiche degli alimenti; ingredienti e additivi, aromi, enzimi, prodotti funzionali, dolcificanti, legislazione; packaging, nuove soluzioni, interazioni contenitore-alimenti, permeabilità, impatto ambientale, shelf-life; sostenibilità e produzione di bio-energia; recupero di scarti. Durante la seconda giornata si terrà inoltre il II Forum di scienza e tecnologia degli alimenti, dedicato ai cambiamenti della normativa sull'etichettatura europea.

# Il laminato che fa la differenza:

# \* GLASBORD®

**GLASBORD®**

Laminato FRP rinforzato con fibra di vetro e finitura protettiva **surfaseal®**, un trattamento superficiale brevettato. Il prodotto presenta un'alta stabilità dimensionale mantenendo inalterata la sua brillantezza nel tempo. Risulta molto resistente agli urti, alle aggressioni di agenti chimici e corrosivi, alle muffe, all'umidità e alla penetrazione delle macchie, non promuovendo la crescita batterica. La superficie liscia e non porosa nei test Kemlite di pulibilità ha dato un risultato fino a 10 volte superiore ad un comune pannello in FRP. Questo prodotto risponde ai requisiti USDA/FSIS e può anche essere autoestinguento qualora ci fosse la necessità di avere un prodotto resistente al fuoco in classe 1.



**FERBOX**



celle frigorifere prefabbricate

*\*Se pensi differente, pensi a FERBOX.*

FERBOX - Legnano (MI), via Toscana 4 - Tel. +39.0331.407100 - Fax +39.0331.411737  
info@ferbox.eu www.ferbox.eu





# Quando il carrello diventa 'leggero'

Un intero supermercato senza confezioni e sacchetti. Si chiama Original Unverpackt e ha aperto i battenti a Berlino. Finanziato dal crowdfunding online. Tutto, dal cibo ai cosmetici, viene venduto sfuso. Obiettivo? Ridurre l'impatto ambientale della spesa. E anche in Italia qualcosa si muove.



Un supermercato senza imballaggi. In grado di fare completamente a meno di confezioni di plastica, sacchetti e barattoli usa e getta. Si chiama Original Unverpackt e ha aperto i battenti a Berlino lo scorso settembre, nel quartiere Kreuzberg, in Wiener Strasse. L'idea è di due imprenditrici tedesche, Milena Glimbovski e Sara Wolf. Il progetto è stato finanziato tramite crowdfunding online e una campagna social che ha riscosso una quantità sorprendente di apprezzamenti e consensi, permettendo di raggiungere in tempi record la quota dei 45mila euro necessari (i primi 20mila sono stati messi insieme in soli due giorni).

Il nuovo supermercato offre circa 400 prodotti di tutti i tipi, dagli alimentari, con particolare attenzione al mondo vegan, alle caramelle, dagli alcolici ai cosmetici, dai prodotti per la pulizia ai libri. Insomma, "quasi tutto ciò di cui si può avere bisogno", come si legge nella home page del sito dedicato al progetto. Quello di cui invece non si trova traccia all'interno del pun-

to vendita, che nelle intenzioni delle fondatrici dovrebbe essere il primo di una futura catena in franchising vera e propria, sono i sacchetti, le scatole e tutti quei contenitori di plastica, carta e vetro nei quali, in tutti i supermercati del mondo, i consumatori sono soliti trovare i prodotti che desiderano acquistare, già confezionati e in quantità e pezzature predeterminate.

Chi entra in Original Unverpackt può acquistare biscotti, latte e caramelle rigorosamente sfusi, travasandoli dai dispenser all'interno di contenitori portati da casa, o in borse di tela, barattoli o bottiglie riutilizzabili messi a disposizione nel punto vendita, scegliendo la quantità di prodotto che preferisce.

Ma perché chi fa la spesa dovrebbe fare a meno degli imballaggi? Per risparmiare e ridurre l'impatto ambientale dei propri acquisti, rispondono i sostenitori del progetto. "Crediamo che il modo attuale di fare la spesa non possa avere futuro", proclamano le fondatrici di Original Unverpackt dal loro sito. "Nel nostro negozio non ci



## E in Italia?

Nel nostro paese si chiama 'spesa leggera'. La possibilità di fare acquisti di prodotti sfusi, dagli alimentari ai detersivi, è offerta in piccoli negozi e catene in franchising disseminate su tutto il territorio nazionale. Ma l'idea è penetrata anche all'interno della Grande distribuzione. Esempio ne sono gli Eco Point di Crai che offrono, in 34 punti vendita, la possibilità acquistare sfusi pasta, riso, caffè, spezie, cibi per animali, risparmiando, secondo le stime della catena, un milione di confezioni a perdere. C'è anche Auchan Self Discount, un servizio nato nel 2004 e oggi presente in 48 punti vendita, con un assortimento di ben 800 prodotti, tra cui compare anche il segmento del congelato: il risparmio medio è stimato a 4

milioni di confezioni in un anno, pari a oltre 170 tonnellate di materiali da imballaggio (plastica, carta e alluminio).

E poi ci sono le realtà locali, da Negozio Leggero in Piemonte a Effecorta di Milano, da Borgo Etico di Cesena a Peso Netto di Pesaro. Ma anche Bottega Origini a Pavia, La Bottega degli Sballati a Ispra nel Varesotto, Verdessenza a Torino, che fanno propria la filosofia del chilometro zero, ricordando i negozi 'di vicinato' di un tempo.

In ogni caso, in Italia come in Germania, la vera sfida, quella più difficile, è riuscire a trasformare le abitudini del consumatore. Convincendolo che fare a meno di scatole e sacchetti è davvero possibile. Anche al supermercato.

sono scaffali di lunghezza infinita con un'offerta sovrabbondante di prodotti, né confezioni 'gonfiate'. Spesa senza imballaggi significa meno spazzatura e meno cibo in eccesso da buttare: ognuno può riempire il suo sacchetto con la quantità di cui ha bisogno".

Secondo il ministero tedesco dell'ambiente arrivano fino a 140 milioni le tonnellate di spazzatura che giacciono in mare, galleggiano o sono spinte a riva. Proprio dalla riflessione su dati come questo è partita l'iniziativa: "Gli imballaggi e la spazzatura che ne deriva sono una delle sfide più grandi del nostro tempo", dicono Milena Glimbovski e Sara Wolf. "Ogni anno solo in Germania 16 milioni di tonnellate di imballaggi prendono la strada dell'immondizia. Molti tra noi ne sono consapevoli, tuttavia al supermercato non ci rimane altra scelta che comprare i prodotti confezionati in imballaggi usa e getta". L'obiettivo delle due imprenditrici è proprio questo: fornire un'alternativa al consumatore.

Simone Berti



**Le cose migliori finiscono nella rete!**

**Produciamo le reti per i vostri salumi da oltre un Secolo.**

Il Retificio Nassi è specializzato nella produzione di: Reti tessute per salumi, Reti elastiche per arrostiti e stagionatura, Reti estruse per l'industria alimentare, Reti per formaggi. Realizziamo reti personalizzate sulle esigenze dei nostri clienti.



19-23 May 2015 Fieramilano, Milan - Italy  
Vi aspettiamo alla fiera Meat Tech stand C170, padiglione 5

**RETIFICIO NASSI S.r.l.**

Via F. Santi, 17 - 50053 - EMPOLI (FI) - Italy  
Tel. +39 0571 944044 - Fax +39 0571 944047

info@retificionassi.com  
[www.retificionassi.com](http://www.retificionassi.com)  
[www.evotex.com](http://www.evotex.com)

# INDUSTRIA E GESTIONE DELL'ACQUA

Le leve e gli ostacoli a una maggiore sostenibilità ambientale. Le prospettive future. I dati nel nuovo rapporto Unido – Dnv Gl.

La gestione delle risorse idriche è un tema di grande interesse a livello internazionale, che non tocca soltanto il piano sociale o personale, ma anche quello delle strategie industriali, soprattutto in relazione all'efficienza dei consumi. Nonostante una preoccupazione diffusa, resta ancora molto da fare per incanalare questa sensibilità verso un impegno concreto e azioni responsabili.

E' quanto emerso da un'indagine internazionale condotta lo scorso dicembre, e pubblicata a marzo, da Dnv Gl - Business assurance, in collaborazione con l'Organizzazione delle nazioni unite per lo sviluppo industriale (Unido) e l'istituto di ricerca Gfk Eurisko.

Durante il Ventesimo secolo, la domanda di acqua è sestuplicata, tanto che il Global risks report 2015 identifica la crisi dell'acqua

come uno dei maggiori rischi, il più alto in termini di impatto. "L'acqua è destinata a rappresentare uno degli obiettivi di sviluppo sostenibile in discussione a livello globale", ha dichiarato Li Yong, direttore generale Unido, commentando il rapporto. "Questa indagine è davvero tempestiva: fornisce informazioni su come le aziende gestiscono l'acqua al giorno d'oggi, ma anche sulle opportunità e sulle sfide attese per il futuro". Il direttore ha poi concluso sottolineando che: "I risultati dello studio consentiranno a Unido e ai suoi partner anche di perfezionare il proprio approccio nel fornire supporto tecnico ai governi e alle imprese".

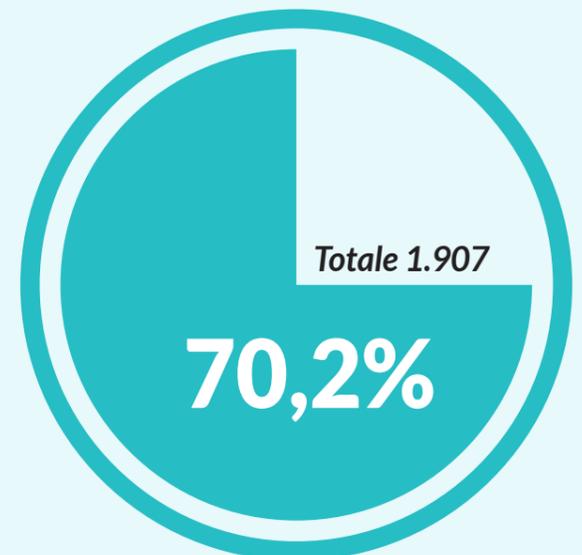
## I risultati

Dalla ricerca, che ha coinvolto 1.907 professionisti di differenti settori in Europa, Nord

## RILEVANZA DELLE QUESTIONI RELATIVE ALLA GESTIONE IDRICA PER LE STRATEGIE AZIENDALI

EUROPA	ASIA	NORD AMERICA	CENTRO E SUD AMERICA	LEADER
806	740	157	151	108
65,0%	70,1%	77,1%	89,4%	92,6%

% sul totale ottenuta dalla somma delle aziende che hanno risposto "Molto rilevante" e "Abbastanza rilevante"



America, Centro e Sud America e Asia, si è potuto rilevare che la gestione dell'oro azzurro viene percepita dal 95% degli intervistati come una problematica a livello globale. E oltre a interessare il 73% dei rispondenti a livello personale e l'83% a livello sociale, preoccupa anche in prospettiva di "business". In questo senso, il 70% delle aziende considera le problematiche relative alla gestione dell'acqua rilevanti per le proprie strategie aziendali, una percentuale che si alza fino all'85% nel caso di imprese che utilizzano la risorsa nei processi produttivi. Eppure, un quinto di queste ultime risulta non a conoscenza della legislazione nazionale in materia e solo un terzo del totale mondiale delle aziende (34%) si è già dotata di una policy di water management.

Un altro aspetto interessante è che la

gestione dell'acqua risulta una questione prevalentemente di efficienza: tra le preoccupazioni delle aziende, la riduzione dei consumi è in cima alla lista (54%). Spinte da esigenze di misurazione e di ottimizzazione, quasi la metà delle imprese (44%) ha intrapreso iniziative di gestione dell'acqua negli ultimi cinque anni: monitoraggio dei consumi (27%), definizione di obiettivi specifici (22%) e investimenti in dispositivi idrici efficienti (21%).

Queste iniziative non sono motivate dall'opportunità di ottenere un vantaggio competitivo (solo il 14%), né dalla pressione da parte degli stakeholder (7,7%) o dei consumatori (4%), né dalle richieste di rendere pubblica la propria performance idrica (10%). Le principali leve che inducono le aziende all'azione sono invece gli adempi-

## IL CASO ITALIA

Per gli italiani (un campione di 236 professionisti) l'acqua rappresenta una preoccupazione ancora lontana. Per il 98% delle aziende del Bel Paese, infatti, la disponibilità di risorse idriche è uno dei principali problemi del pianeta, anche se ancora non sembra preoccuparle da vicino. Risultano infatti più basse, rispetto alla media nel mondo, le percentuali relative alla valutazione della sua importanza nell'impatto sulla vita di tutti i giorni (62%, -6% rispetto al valore globale) o sul proprio Paese (77%, -11%). Per quanto riguarda l'aspetto "business", in linea con una sensibilità europea (65%) inferiore alla media mondiale (70%), solo il 57% delle aziende italiane ritiene che le problematiche relative all'acqua possano avere un impatto sulle proprie strategie di business. Oltretutto, il 40% dichiara di non essere informato sulla legislazione specifica in materia di acqua.

Eppure, anche le aziende italiane iniziano a muoversi, anch'esse mosse soprattutto dalla volontà di favorire la riduzione dei consumi (50%), più che da quella di tutelare le risorse idriche: una su tre dichiara di avere già una policy per il water ma-

nagement e una su quattro si pone degli obiettivi specifici. Le iniziative maggiormente intraprese dalle imprese sono le attività legate alla misurazione (21%) e all'efficienza dei consumi (17%), mentre mancano ancora azioni propositive. Solo il 12% (-10% rispetto al valore globale) si pone obiettivi concreti per risolvere le problematiche legate alla disponibilità di acqua, il 9% (-9%) coinvolge il top management, il 6% (-8%) stabilisce funzioni dedicate.

Anche nel caso dell'Italia, a spingere le aziende a occuparsi di water management non sono i clienti (2%) o gli stakeholder (5%), ma più semplicemente il rispetto di leggi e normative o delle politiche interne (22%). Invece, gli aspetti economici (per esempio la riduzione delle spese) pesano la metà rispetto al resto del mondo (12%, -12%), probabilmente per via di costi non proibitivi. In linea con i risultati globali, anche le aziende italiane hanno indicato la mancanza di consapevolezza (18%) come principale ostacolo al progresso in materia di risorse idriche, più delle ristrettezze economiche (15%).

In una prospettiva futura, le imprese italiane continueranno a focalizzarsi su attività legate alla misurazione (+9% rispetto al presente) e all'efficienza dei consumi (+13%), ma ci si concentrerà anche su iniziative più complesse come la formazione dello staff (+18%) o gli assessment (+10%) sulla gestione delle risorse idriche. Il 32%, inoltre, dichiara di voler aumentare i propri investimenti in water management nei prossimi cinque anni.

"La domanda d'acqua cresce e ci si aspetta che continui a farlo. È un problema meno lontano di quanto possa sembrare", afferma Nicola Privato, regional manager sud Europa di Dnv Gl. "Senza un'inversione di rotta, si farà presto sentire anche in quei paesi come l'Italia che fino a oggi hanno potuto contare su disponibilità discrete. Un utilizzo efficiente delle risorse non è mai stato così necessario. Le aziende italiane hanno l'opportunità di farsi portatrici di questa sensibilità, contribuendo a diffonderla sul territorio e godendo dei benefici che un tale approccio comporta, in termini di risparmio e di soddisfacimento della richiesta di comportamenti sostenibili da parte del mercato".

**ASPETTI CHE LE AZIENDE PRENDONO IN CONSIDERAZIONE QUANDO SI TRATTA DI GESTIONE DELL'ACQUA**

	Totale 1.907	EUROPA	ASIA	NORD AMERICA	CENTRO E SUD AMERICA	LEADER
Riduzione dei consumi/ incremento dell'efficienza	53,7%	806 52,6%	740 55,7%	157 44,6%	151 63,6%	108 69,4%
Gestione degli sprechi	45,5%	42,4%	51,8%	38,9%	41,1%	55,6%
Risparmio per tutelare la risorsa	37,1%	39,2%	35,8%	38,9%	31,1%	55,6%
Sicurezza*	27,9%	25,4%	30,5%	22,3%	32,5%	51,9%
Gestione delle scorte	10,5%	6,0%	13,4%	12,7%	15,9%	24,1%
Altre/ nessuno	19,2%	22,6%	15,4%	24,8%	10,6%	12,0%

\* disponibilità di un'accettabile quantità e qualità di acqua per la salute, il sostentamento e la produzione

menti di legge (29%) e le motivazioni economiche (24%). Questi due elementi sono al tempo stesso i due principali benefici, derivanti dalle iniziative stesse, segnalati dalle aziende: regolarità del lavoro per il 27%, efficienza e risparmio economico per il 25%.

I principali ostacoli al progresso nella gestione delle risorse idriche, invece, vengono identificati nella mancanza di adeguata consapevolezza in materia (21%) e di risorse economiche (17%), oltre che nello scarso ritorno degli investimenti (17%) e la necessità di focalizzarsi su obiettivi a breve termine (12%).

Per il futuro le aziende dimostrano di volersi occupare maggiormente della gestione dell'acqua, con il 57% che afferma di voler raggiungere una più alta maturità nel water management e il 40% che pianifica di incrementare gli investimenti. Le attività su cui punteranno maggiormente sono la misurazione (+13% rispetto ad oggi) e l'uso più efficiente delle risorse idriche (+16%), ma anche la preparazione dello staff (+17%) e gli audit (+12%). Con una gestione più consapevole, infatti, le imprese si aspettano la riduzione dell'impatto ambientale (+21% rispetto ad oggi) e il miglioramento delle performance aziendali, grazie all'incremento di risparmi finanziari (+19%) e del miglioramento del vantaggio competitivo (+26%).

Davide Corrocher

**CAMPIONE E METODOLOGIA DELL'INDAGINE**

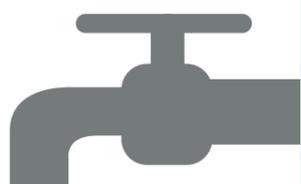
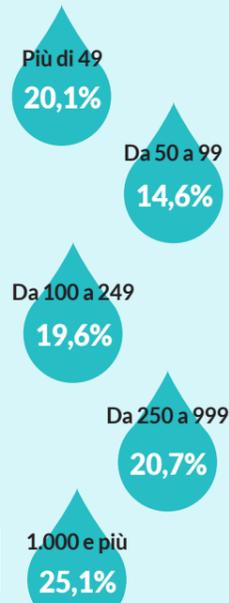
- L'indagine ha coinvolto 1.907 professionisti che lavorano in aziende di Europa (42,3%), Asia (38,8%), Nord America (8,2%), Centro e Sud America (7,9%) e altri paesi (2,8%).
- Il campione è composto da clienti Dnv Gl e non è statisticamente rappresentativo della popolazione mondiale delle imprese.
- Il campione include 108 aziende definite "leader" (classificazione basata sull'autovalutazione del grado di "maturità" nella gestione dell'acqua).
- Le aziende operano nei settori primario (4%), secondario (63%) e terziario (33%).
- Il 20% delle aziende conta meno di 50 addetti, il 34% tra 50 e 249 e il 46% 250 o più.
- Il 51% delle aziende utilizza acqua nei propri processi produttivi, mentre il 49% solo per uso civile.
- Il questionario è stato somministrato con il metodo Cavi (Computer assisted web interviewing).

**AZIENDE DEL CAMPIONE. SETTORI DI ATTIVITÀ E DIMENSIONI DELL'IMPRESA**

**Settori industriali**

Primario	4,3%
Secondario	62,5%
Alimentare	7,1%
Chimico	4,8%
Plastica	4,3%
Metallo	11,4%
Macchinari	9,2%
Elettrico	4,6%
Altro	21,1%
Terziario	33,2%
Elettricità, gas e fornitura acqua	3,8%
Edilizia	5,7%
Vendita ingrosso e dettaglio	3,9%
Trasporti	7,8%
Salute	3,7%
Altro	8,4%

**DIMENSIONE PER NUMERO ADDETTI**



**TECNOLOGIA INNOVATIVA**  
PER LA PRODUZIONE DI SALUMI PIÙ MAGRI E A RIDOTTO CONTENUTO DI SODIO, COME I CONSUMATORI SEMPRE PIÙ SPESSO RICHIEDONO

**FIORE CRUDO "SALUTISTA"**

**INEGUAGLIABILE**

EVOLUZIONE SALUTISTICA DEI PRODOTTI CRUDI GRAZIE ALLA TECNOLOGIA DI INOX MECCANICA.

**MEAT TECH**  
saremo nel Pad. 5 Stand C114 D76

**SALAGIONE**  
SISTEMA DI SALAGIONE BREVETTATO CON ESTRAZIONE OSMOTICA

**INSACCO**  
LINEA DI INSACCO AUTOMATICO

**VACUUM**  
DISAREATORE SOTTOVUOTO

**FORMATURA**  
IMPIANTO AUTOMATICO PER L'INSERIMENTO IN GRIGLIA

**Tempi più rapidi di SALAGIONE e STAGIONATURA!!!**

**INOX MECCANICA**  
TECHNOLOGY FOR THE FOOD PROCESSING INDUSTRY

INOX MECCANICA srl 46044 Solarolo di Goito MN - Italy - Tel. +39 0376 608282 - Fax +39 0376 608180 - info@inoxmeccanica.it  
www.inoxmeccanica.it

# Eurocarne, la filiera fa la differenza

L'evento si annuncia ricco di novità, eventi, curiosità e contenuti. Appuntamento a Veronafiere dal 10 al 13 maggio.

a cura di Cristina Turrini

Dal 10 al 13 maggio torna sulla ribalta di Veronafiere l'edizione 2015 (la 26esima della storia) di Eurocarne: vale a dire l'appuntamento business per tutti coloro che operano, a vario titolo, nel settore della carne, dal comparto allevatorio e della macellazione, passando per la lavorazione, la conservazione e il confezionamento fino ai produttori (italiani ed esteri).

Stiamo parlando di un comparto che genera complessivamente un valore economico dell'ordine di 30 miliardi di euro e occupa un numero di addetti elevato: 80mila per le carni bovine, 44mila per quelle suine, 55mila nel segmento dell'avicoltura. "La nuova formula di Eurocarne", ha dichiarato il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani, "dedica un'attenzione più forte alle filiere delle carni nel loro complesso, con l'obiettivo di incrementare una produzione di carne sostenibile e un consumo razionale ed equilibrato, in grado di rispondere alle esigenze del consumatore".

## L'internazionalizzazione

Ma non solo. Per il prossimo appuntamento è stata impressa un'accelerazione ancora più rilevante al processo d'internazionalizzazione attraverso la promozione dei delegati esteri e i partner di Veronafiere e l'Istituto per il commercio estero (Ice).

Nutrite delegazioni di buyer, per le quali Eurocarne ha già programmato incontri b2b, arriveranno dai Paesi dell'area Alpe Adria (Slovenia, Croazia, Bosnia, Macedonia), Russia, Polonia, Marocco, Egitto, Emirati Arabi Uniti. Sono stati coinvolti operatori interessati ai settori della macellazione, stoccaggio e movimentazione carne, attrezzature per la lavorazione delle carni, macchine per macellerie e banchi frigo per la vendita (retail, grande distribuzione, ristorazione, Horeca), ma anche buyer interessati alla carne e alla salumeria italiana.

"Sempre più dall'estero si guarda la tecnologia italiana nelle macchine per la lavorazione delle carni e il know how delle filiere zootecniche con sempre maggiore interesse", ha sottolineato Giovanni Mantovani, "anche alla luce di una crescente specializzazione nella frontiera dell'hygienic design, che permette alla grande industria e alle pmi italiane di progettare macchinari efficienti e all'avanguardia in termini di sicurezza alimentare".

## Le etichette

In proposito, un valore particolare è assunto proprio dal tema dell'etichettatura della carne. I consumatori chiedono maggiori informazioni oltre all'origine, che è pur sempre ritenuta necessaria. Anche le informazioni nutrizionali, le modalità per valorizzare il prodotto e per il consumo. Accanto

a provenienza e garanzie igienico-sanitarie, dunque, i responsabili degli acquisti ritengono fondamentale conoscere le razze, i tipi di animali, i relativi livelli qualitativi. Calorie, ma anche modi e tempi di cottura, alimentazione degli animali. Persino nuove modalità di packaging, più funzionali anche a una rapida consultazione delle informazioni. Etichette semplici da leggere, immediate, ma allo stesso tempo complete, per rendere più credibile l'etichetta stessa.

A rivelarlo è il sondaggio online condotto da Eurocarne e che ha raccolto l'opinione degli utenti. Più precisamente, il sondaggio mostrava due esperienze in corso nel Regno Unito: la linea "Taste the difference" di Sainsbury's, che propone carne di elevata qualità e la linea "Tesco finest" (dell'omonima catena britannica), che sviluppa un'informazione più incentrata sui valori nutrizionali

del prodotto.

Dai risultati è emerso che il 67% degli utenti valuta positivamente un ricco pacchetto di informazioni sugli aspetti nutrizionali, mentre il 64% apprezza l'attenzione verso informazioni in grado di "raccontare" gli aspetti qualitativi della carne, vissuti come prodromici rispetto al gusto e all'edonismo del consumo di carne. Tuttavia, per quanto informazioni supplementari siano apprezzate, solo il 33% degli intervistati è disposto a pagare qualcosa in più per ottenere una maggiore comunicazione in etichetta su prodotti "top" di gamma. Una percentuale che scende addirittura al 23% (che significa una persona su cinque) di utenti disponibili a corrispondere un controvalore economico per ottenere informazioni più dettagliate sugli aspetti nutrizionali. Un segnale evidente che la crisi impone alle famiglie italiane di fare bene i conti, ma che l'attenzione alla qualità non è scomparsa. Anzi, secondo il report recente di Ismea/Eurisko, dopo sei anni la spesa alimentare ha frenato la caduta, con un avanzamento (+0,7%) degli acquisti per le carni fresche. Ma non soltanto. A proposito di leve e fattori che contribuiscono alle dinamiche d'acquisto, il packaging assume un ruolo di grande importanza nel settore delle carni.

## Lo skin pack

In tal senso, Eurocarne ha effettuato un altro specifico sondaggio online dal quale è emerso l'interesse verso il cosiddetto skin-pack (una confezione sottovuoto coperta con uno strato di film trasparente che aderisce alla vaschetta e facilita gli acquisti d'impulso), modello lanciato nei paesi anglosassoni e del Nord Europa e già comunque presente anche in Italia. L'iniziativa si prefiggeva lo scopo di indagare la percezione degli operatori di settore in merito a un'esperienza attivata nel Regno Unito (Waitrose), a ser-





vizio della valorizzazione dell'alto di gamma. Il sondaggio ha evidenziato che, per il 56% degli utenti, la carne proposta in skin-pack trasparente è considerata distintiva rispetto al resto delle referenze carnee vendute confezionate all'interno del punto vendita. Tuttavia, il 66% dei rispondenti non ritiene che lo skin-pack giustifichi costi di acquisto superiori o comunque un posizionamento premium. Inoltre, rispetto alle informazioni presenti sul packaging, spicca l'importanza riservata alla data di scadenza (50%) e alle modalità di cottura (26%). Molto meno attrattive altre informazioni, come la quantità del prodotto espresso in numero di porzioni (9%), l'indicazione di ricette per cucinare la carne acquistata e i valori nutrizionali (6%).

Da segnalare infine che, a sostegno di un consumo consapevole della carne, nell'ottica di una rinnovata sostenibilità della filiera, Eurocarne presenterà L'11 maggio un'analisi quanti-qualitativa consumer Cawi, diretta da Sgmarketing, che coinvolgerà oltre mille responsabili acquisto, dal titolo "Cambiano i consumi alimentari: quale futuro per il reparto carni? Produzione e distribuzione a confronto". Insomma, non rimane che andare a Verona. La filiera della carne che fa la differenza è qui.

### L'EVENTO IN PILLOLE

*Eurocarne 2015 è ormai ai nastri di partenza. L'edizione di quest'anno propone, come da tradizione, un ricco panel di eventi e convegni (sul sito [www.wurocarne.it/convention](http://www.wurocarne.it/convention) si trova l'elenco completo e in costante aggiornamento). E, per rendere ancora più agile e fruibile la navigazione sul sito, un apposito tasto 'approfondisci' permetterà ai visitatori di conoscere maggiori informazioni.*

*Come si accennava, non mancheranno anche interessanti curiosità. Tra i testimonial della manifestazione, ad esempio, è attesa la partecipazione degli atleti della squadra Scaligera Rugby Verona, che effettueranno i test nel corso della 'Meat Experience' per l'analisi sensoriale della carne. Sono previsti anche contest social su Facebook e Twitter, con l'hashtag #dacciuntaglio ([www.eurocarne.it/it/dacciuntaglio/](http://www.eurocarne.it/it/dacciuntaglio/)).*

*E ancora, presso il padiglione 11 è stata allestita l'Area Forum (arredata come una macelleria 3.0, o se preferite di ultima generazione), che sarà il teatro di convegni ed eventi. Spazio anche per l'area Fiesa-Assomacellai, per l'Associazione Italiana Allevatori e per Interporc (l'organizzazione interprofessionale agroalimentare del suino di Manto bianco, riconosciuto dal ministero delle Politiche agricole spagnolo). Le aree dedicate a Federcarni e a 'Passione preparati', infine, saranno ospitate all'interno del padiglione 12.*

Eurocarne

26TH INTERNATIONAL EXHIBITION  
FOR THE MEAT CHAIN

VERONA | 10 • 13 MAGGIO 2015

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



Organizzata da:



ALL  
about  
MEAT





# La miglior difesa è l'attacco



Nato come metodo anticontraffazione, il sigillo Deyob è diventato un vero e proprio strumento di marketing moderno. Fonte di servizi rivolti a produttori e consumatori.

Giugno 2014: Andrea Ballardin, Mirko Dal Santo ed Elisabetta Fanchin ascoltano un imprenditore lamentarsi del fenomeno contraffazione. Non ne può più. I suoi prodotti continuano a essere "copiati". E questo gli provoca un gravissimo danno economico e d'immagine. Come fare per combattere questa piaga? Ecco spiegata la nascita di Deyob, "Defend your brand", un sigillo che inizialmente si proponeva di difendere e tutelare marchi e prodotti. Ma che, in poco tempo, diventa uno strumento di marketing moderno.

"Siamo partiti dal concetto che il prodotto rappresenta un bene destinato al cliente finale", spiega Andrea Ballardin, socio fondatore Deyob, insieme a Mirko Dal Santo ed Elisabetta Fanchin. "E se da un lato ogni articolo deve essere tutelato dalle imitazioni, dall'altro deve anche essere valorizzato, cercando di coinvolgere il più possibile il consumatore. Siamo infatti convinti che un'azienda possa raggiungere più facilmente il successo se gli acquirenti si rispecchiano nei suoi valori".

Per aumentare quello che viene definito engagement, i tre soci pensano sia necessario offrire servizi a valore aggiunto: "Così abbiamo sviluppato un sigillo digitale da applicare ai prodotti e interpretabile dai consumatori tramite un'apposita App gratuita disponibile in più lingue, a cui si accede semplicemente registrandosi". Il sigillo può essere applicato sul pack esterno, oppure sulla confezione, ma è comunque protetto, tramite un meccanismo gratta e vinci oppure tramite una 'twin label', una doppia pellicola adesiva.

Un sigillo che non solo protegge dalla contraffazione, ma permette anche di fornire servizi potenzialmente infiniti, rivolti ai consumatori così come ai produttori di qualsiasi categoria merceologica.

Anzitutto, l'univocità del sigillo garantisce l'autenticità del prodotto: "Si tratta di un fenomeno persistente, nonostante al mondo continuo ad aumentare gli strumenti e i sistemi anticontraffazione", spiega Ballardin. "Si stima, infatti, che il giro d'affari relativo a questi dispositivi sia destinato a raddoppiare nel giro di cinque anni. Le cifre parlano di un valore di circa 66 miliardi di dollari a livello globale nel



Da sinistra: Mirko Dal Santo, research and development manager; Elisabetta Fanchin, sales manager; Andrea Ballardin, marketing and communication manager

2014, che secondo le previsioni crescerà fino a 127 miliardi di dollari entro il 2019".

In secondo luogo, possono entrare in gioco altre dinamiche comunicative. "Le aziende possono associare al sigillo contenuti quali i valori aziendali o sezioni di question-answer che permettono ai consumatori di interagire con i produttori. Tramite l'App è inoltre possibile gestire le promozioni e i concorsi a premi solitamente legati alle carte fedeltà, oppure creare incentivi all'acquisto". E per i produttori ci sono altri vantaggi? "Anzitutto possono tracciare il profilo dei propri consumatori, per età e sesso. E grazie a reportistiche e statistiche, possono ricavare un andamento temporale delle vendite di quel determinato prodotto e una mappa geolocalizzata del business". Tutte queste informazioni permettono alle aziende di comprendere quale sia il target del prodotto e avere una fotografia in tempo reale delle campagne vendite aziendali.

Di più. Se il produttore si accorge che il signor Rossi è un consumatore fedele, può decidere di premiarlo. Con due modalità: inviando prodotti direttamente al suo domicilio, oppure riservandogli offerte speciali (grazie ad accordi intercorsi fra produttore e punto vendita, oppure inviando, tramite l'App, la segnalazione di offerte in corso su quel prodotto, in quello store).

Inoltre, è possibile inviare altre informa-

zioni al consumatore, come ad esempio un messaggio per segnalare che il prodotto è in scadenza nei successivi cinque giorni. "All'interno del sigillo, infatti", continua Ballardin, "possono essere inserite anche informazioni come la data di scadenza del prodotto e il lotto di produzione, dato, quest'ultimo, che consente la massima tracciabilità. E non da ultimo, permette di gestire la garanzia del prodotto, in alcuni casi anche senza dover conservare lo scontrino".

In questo modo si rivela un mezzo di comunicazione bilaterale innovativo, mentre in precedenza le aziende potevano contare quasi esclusivamente sui media tradizionali che permettono esclusivamente una comunicazione unidirezionale.

"Un ulteriore sviluppo sarà poi quello di permettere una maggiore comunicazione integrata fra produttori e consumatori, con l'obiettivo finale di creare un'apposita chat/forum, in cui il cliente finale è libero di rivolgere opinioni o consigli ai produttori. Che, dal canto loro, avranno la possibilità di gestire e governare la comunicazione, a differenza di come avviene nelle arene aperte dei social media tradizionali".

Perché non offrire da subito anche questi servizi? "Contando sulla grande diffusione, in Italia e nel mondo, degli smartphone, vogliamo prima diffondere il sigillo e l'App". Per far conoscere la propria realtà, infatti, i tre soci, oltre a sfruttare in-

contri ufficiali tra imprenditori e serate di consegne di premi professionali, hanno già preso contatti con diverse imprese, soprattutto dell'agroalimentare e della moda, che hanno accolto con interesse il progetto. Deyob sarà inoltre presente a TuttoFood, presso lo stand de Il buon gusto veneto.

"Il costo del sigillo", specifica Ballardin, "corrisponde a qualche centesimo di euro, anche in funzione delle quantità richieste, un prezzo irrisorio se si considera la quantità di servizi che può offrire". E continua: "Tengo a precisare che noi forniamo solo lo strumento per il marketing, non studiamo strategie, ma adeguiamo i nostri mezzi alle richieste dei nostri clienti". Un esempio interessante viene dal mondo del vino, in cui la contraffazione è un problema molto sentito. In questo settore l'azienda sta approntando un progetto specifico. Interessante anche il caso di un produttore che, per profilare il consumatore, aveva intrapreso un concorso a premi tramite raccolta di prove d'acquisto da applicare su etichetta multi pagina allegata alla confezione, da spedire una volta completa.

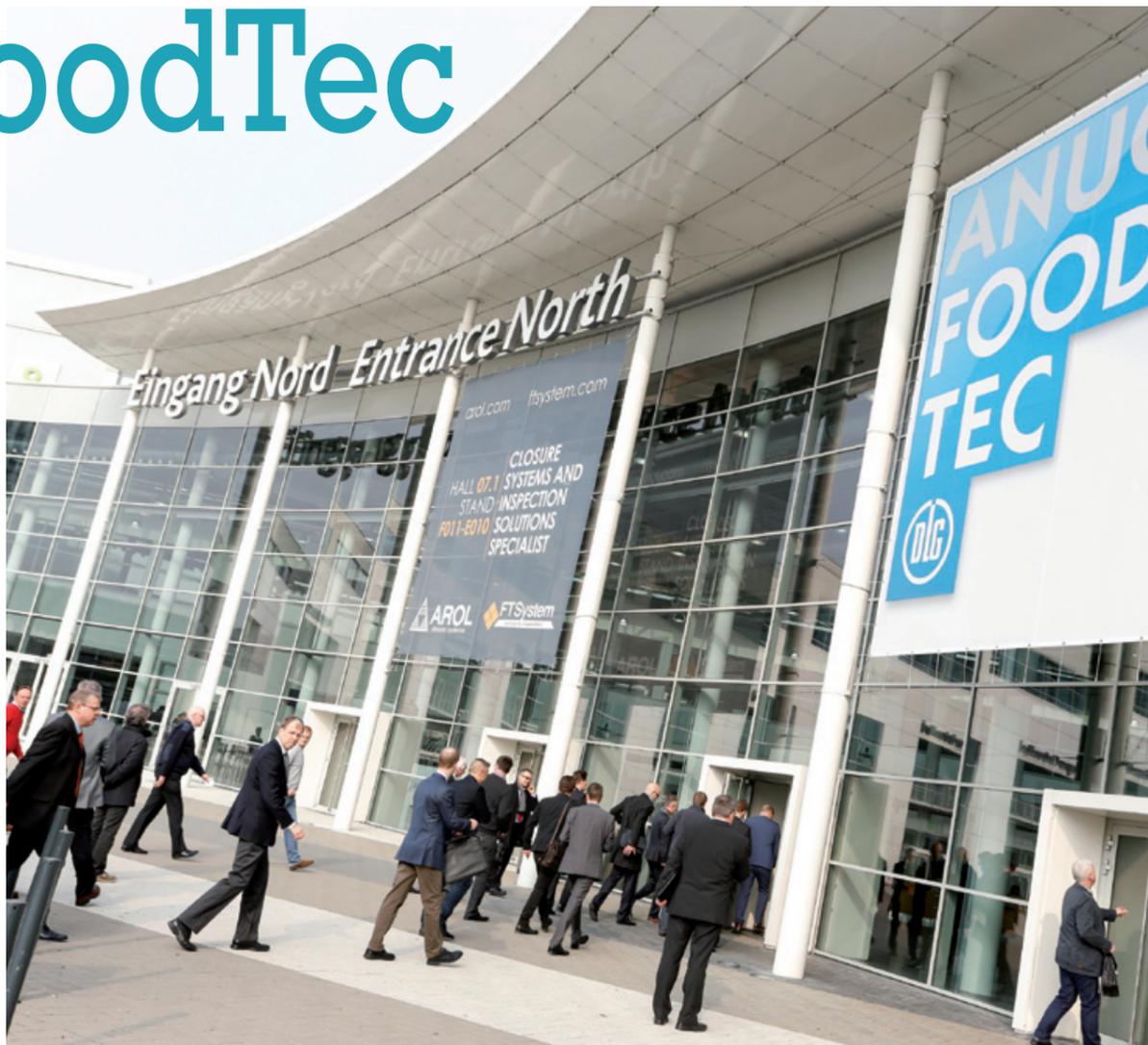
Uno strumento complicato che non ha fornito buoni risultati. Su oltre 10 milioni di confezioni dedicate al concorso, l'adesione è stata di uno per mille. "Attraverso il nostro sigillo e la nostra App, invece, ogni brand può contare su un sistema molto più semplice sia per profilare i propri consumatori, sia per incentivare il cliente all'acquisto. Ad esempio segnalando che mancano un certo numero di prove d'acquisto per poter richiedere il premio, richiesta che può essere effettuata direttamente dalla App, senza nessuna spedizione postale. Inoltre, è possibile mettere in atto strategie alternative, a seconda delle diverse esigenze aziendali. Come la scelta di regalare uno o due prove d'acquisto se il consumatore clicca 'mi piace' sul profilo Facebook dell'azienda, generando così nuovi contatti social". Il sigillo Deyob si propone, quindi, come uno strumento polifunzionale. Un autentico asso nella manica per tutti i produttori del made in Italy.

Simone Bertì

# Anuga FoodTec guarda al futuro

Record di espositori e visitatori per il salone internazionale delle tecnologie alimentari e delle bevande. La fiera di Colonia ha fatto da palcoscenico all'evento che si è svolto dal 24 al 27 marzo. Segnali positivi da parte dell'industria. L'efficienza delle risorse e la sostenibilità i temi più trattati.

a cura di Margherita Bonalumi



E' record di espositori e visitatori per Anuga FoodTec. La manifestazione, andata in scena dal 24 al 27 marzo, migliora e amplifica i risultati della precedente edizione. Lo sottolinea Katharina C. Hamma, direttrice di Koelnmesse: "Oltre 45mila esperti del settore hanno sfruttato le quattro giornate per informarsi sulle innovazioni e sugli sviluppi del settore: un aumento del 6%. Mentre la percentuale di visitatori internazionali è stata ancora una volta superiore al 50%. L'idea di soluzioni complete e chiavi in mano registra un elevato consenso tra espositori e visitatori. In questo modo Anuga FoodTec ha potuto crescere con successo negli anni e svilupparsi a livello qualitativo".

Importanti manager e direttori di produzione di tutte le principali aziende alimentari internazionali hanno partecipato ad Anuga FoodTec per parlare con gli espositori circa l'ottimizzazione, lo sviluppo e le nuove installazioni dei loro impianti. Tra gli altri ricordiamo i manager di Coca Cola, Fonterra, ITC, Mafrig, Mondelez, Nestlé, Tyson o il Gruppo Yili.

"A Colonia sono state presentate numerose innovazioni e tutti gli aspetti rilevanti della produzione di alimenti e bevande", sottolinea Reinhard Grandke, direttore esecutivo di DLG - Società Tedesca indipendente per l'Agricoltura che organizza con Koelnmesse

la fiera - e presidente del comitato di Anuga FoodTec. "Grazie a un programma appositamente pensato i visitatori hanno potuto farsi un'idea delle tematiche di settore attuali e degli sviluppi innovativi nell'industria alimentare in tutto il mondo". L'ulteriore aumento del 6% dei visitatori dopo il notevole risultato del 2012 è assolutamente

## IL CORDOGLIO

L'edizione 2015 di Anuga FoodTec è stata funestata da un grave lutto. Numerosi passeggeri del volo German Wings che si è schiantato il 24 marzo sulle Alpi dovevano partecipare all'evento. Fra questi una significativa rappresentanza del mercato spagnolo. Ai parenti delle vittime e agli operatori del settore coinvolti, il cordoglio delle redazioni di Tespi Mediagroup.



Lo stand dell'azienda spagnola Mimasa, chiuso per lutto

in armonia con il clima di ottimismo in cui Anuga FoodTec è iniziata. Oltre 1.500 espositori, ovvero 14% in più rispetto all'edizione precedente, hanno partecipato alla manifestazione coprendo un'area di 121mila metri quadrati. Circa il 56% degli espositori proveniva dall'estero.

Ad Anuga FoodTec erano presenti aziende di tutte le dimensioni che hanno potuto mostrare il loro know how nei settori: food processing, food packaging, food safety, ingredients e services & solutions.

Vale la pena segnalare la richiesta di nuove tecnologie e soluzioni intelligenti per la lavorazione, la produzione e l'imballaggio di alimenti e bevande. Segno evidente di una rinnovata fiducia degli operatori dopo la grande crisi degli scorsi anni.

L'efficienza delle risorse e la sostenibilità sono stati fra i temi più trattati sia nell'ambito delle conferenze sia negli incontri con gli operatori dei vari settori. In vista delle sfide del futuro, concetti quali il risparmio di energia, di acqua e di materie prime hanno riscontrato un interesse particolare. In questo ambito la fiera ha potuto generare impulsi importanti in riferimento a redditività, sostenibilità e concorrenzialità. Da segnare sull'agenda subito, l'appuntamento per la prossima edizione di Anuga FoodTec, fissato fra tre anni, dal 20 al 23 marzo 2018.

## I NUMERI DELLA FIERA

**1.501**  
gli espositori

**+14%**

degli espositori rispetto al 2012

**49**

i paesi da cui provengono gli espositori

**121** mila  
superficie lorda dell'esposizione  
metri quadrati

**649**

aziende espositrici tedesche

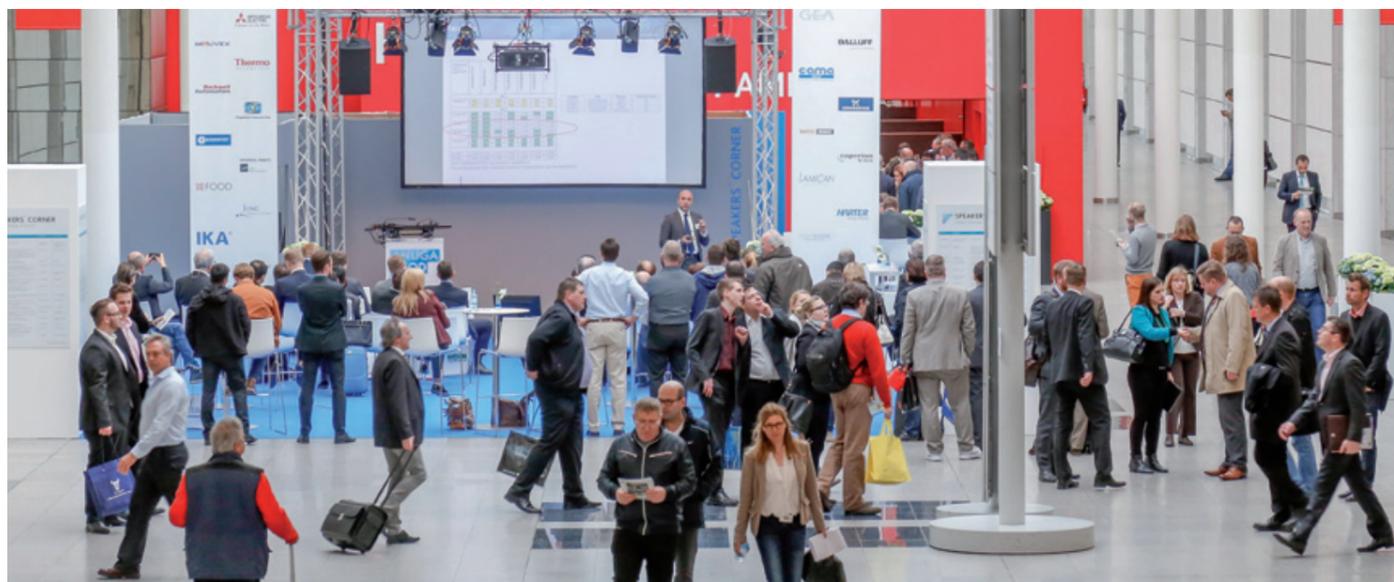
**45** mila  
i visitatori

**+6%**

dei visitatori rispetto al 2012

**137**

i paesi da cui provengono i visitatori





Da sinistra: Andrea, Federica e Luca Travaglini

## TRAVAGLINI

**Paolo Travaglini,  
socio e direttore commerciale**

“Impianti di asciugamento, stagionatura e camere bianche per l'industria dei salumi sono i prodotti di punta firmati Travaglini. L'azienda è presente in oltre 50 paesi, tra cui Spagna, Germania, Croazia, Polonia, Usa, Canada, Cina, Russia, Brasile, per una quota export sul fatturato di circa il 90%. Durante i primi mesi del 2015, fortunatamente, abbiamo notato un aumento delle richieste di preventivi, che fanno ben sperare in una ripresa importante a livello nazionale. In occasione di Anuga FoodTec presentiamo i nuovi impianti di asciugamento e stagionatura a carrelli alti e la relativa movimentazione automatica. In tutta sincerità, la Nuova Sabatini è uno strumento finanziario poco utilizzato dai nostri clienti, mentre, in quanto esportatori, pensiamo che la svalutazione dell'euro possa influire positivamente sul nostro business”.

## RISCO

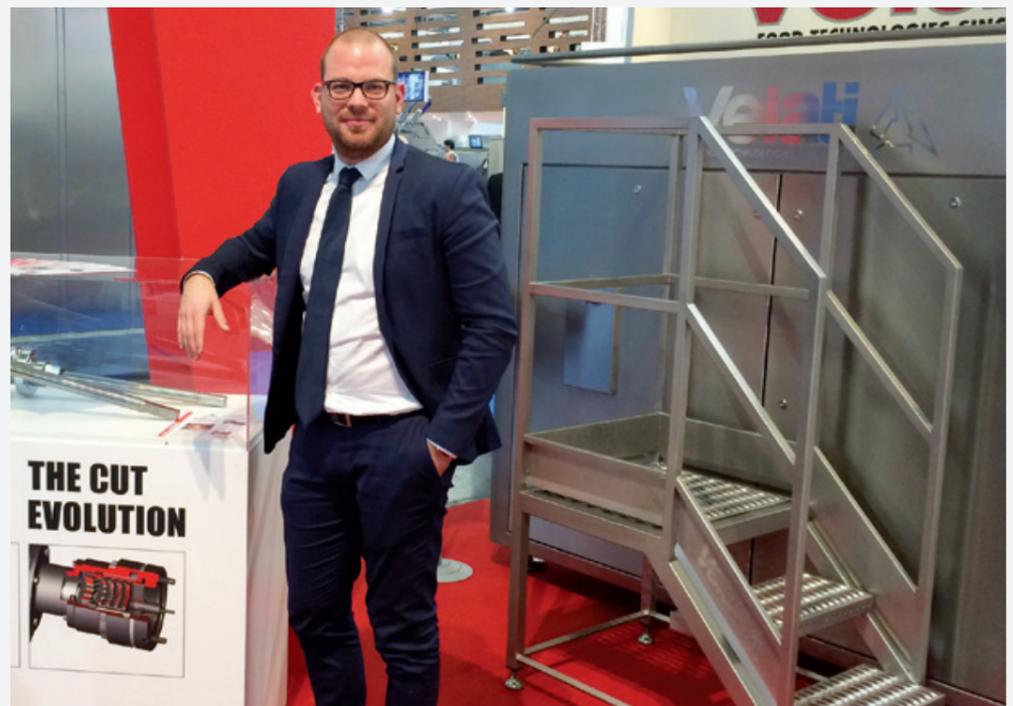
**Rita dal Maso,  
marketing**



“Il nostro core business è rappresentato dalle insaccatrici sottovuoto, disponibili con diversi accessori e sistemi, adatti a lavorare il classico insaccato come pure un'ampia varietà di nuovi prodotti e formati richiesti dal mercato. Nel 2014 l'export ha rappresentato per noi l'85% del fatturato, proveniente soprattutto dall'Europa, dagli Stati Uniti e dal Brasile. Questi primi mesi del 2015 si sono mantenuti stabili rispetto allo scorso anno, anche se abbiamo notato una leggera ripresa del mercato statunitense, non necessariamente legata al discorso della valuta. In fiera presentiamo due novità: l'insaccatrice RS 110 destinata a piccoli e medi produttori e il nuovo sistema Frontal Linker RS 274 per la produzione di salsicce ad alta velocità. Tempo fa, alcuni clienti erano ricorsi alla Sabatini, ma ultimamente non abbiamo riscontrato nuovi casi”.

## VELATI

**Michele Riva,  
export sales manager**



“Circa l'85% del nostro giro d'affari è realizzato in export, verso paesi come l'Europa, il Brasile, la Russia, che ultimamente sta soffrendo molto a causa della caduta del rublo, e gli Stati Uniti, che invece sembrano beneficiare della svalutazione dell'euro. Siamo conosciuti in tutto il mondo per la nostra offerta di linee complete taylor made per la lavorazione della carne, in grado di creare un prodotto partendo dalla materia prima, per arrivare alla cottura o alla stagionatura. Tra le tante tecnologie a catalogo, che comprendono

anche insaccatrici e impastatrici, qui ad Anuga FoodTec presentiamo il nuovo kit di lame e coltelli per tritacarne che offre una maggiore durata del sistema di taglio. Infatti, se solitamente le lame vanno sostituite ogni 15 tonnellate lavorate, questo nuovo kit consente di lavorare fino a 1.800 tonnellate. Ci risulta che un paio di grosse aziende nostre clienti abbiano richiesto preventivi per poter accedere ai fondi della Nuova Sabatini, uno strumento che riteniamo possa incentivare l'acquisto di nuove tecnologie in Italia”.



Da sinistra: Enrico Valieri, sales area manager e Giampaolo Fantinato, regional export manager

## SOCIETA' COOPERATIVA BILANCI

**Giampaolo Fantinato,  
regional export manager**

“L'inizio del 2015, al momento, ha un andamento stabile rispetto allo scorso anno. Ma ci sono buone prospettive di crescita, anche grazie alla svalutazione dell'euro, che ha sbloccato ordini fermi non solo nei mercati con valuta americana, ma anche dalla Turchia e dalla Romania. La Società Cooperativa Bilanci è conosciuta in tutti i segmenti del food per le macchine check weigher e opera nel mondo tramite otto filiali dirette, in Spagna, Portogallo, Francia, Germania, Olanda, Svizzera, Inghilterra e Stati Uniti, per una quota export che supera il 30% del fatturato aziendale. Ad Anuga FoodTec presentiamo la nuova Selecta, macchina per il controllo del peso con un rendimento di 240 pezzi al minuto, che sta catturando l'attenzione di molti operatori per l'interessante rapporto qualità prezzo”.

## FAVA GIORGIO AXEL

Marcello Fava,  
titolare

“Esportiamo soprattutto in Inghilterra, Cina, Stati Uniti, per una quota export sul fatturato pari a circa il 20%. Qui in fiera ci auguriamo di avviare nuovi contatti con i paesi dell’Est, per mantenere e migliorare, speriamo, il trend positivo che ha caratterizzato i primi mesi del 2015. Un andamento che, nel nostro caso, non penso sia favorito né dalla svalutazione dell’euro (sono convinto che a fare la differenza non possano essere i prezzi bassi), né dalla Nuova Sabatini (anche se alcuni nostri clienti l’hanno utilizzata nel 2014). La nostra offerta si compone di una gamma completa di macchinari per salumi, formaggi, dolci e altro ancora, ma qui a Colonia, in particolare, presentiamo la nuova macchina per arrostitici manuale da banco”.



Da sinistra: Stefano Remedi e Alberto Maggiani, i titolari

## FRIGOMECCANICA

Stefano Remedi,  
titolare

“Il 2015 è iniziato alla grande per noi, facendo registrare un +30% rispetto allo scorso anno. Un andamento positivo che esula dalla svalutazione dell’euro, per la quale non abbiamo ancora rilevato segnali significativi. Anzi, per noi che importiamo materiali in zona euro, questa manovra potrebbe risultare addirittura controproducente con l’aumento del dollaro. Frigomeccanica è da sempre conosciuta per le tecnologie destinate alla stagionatura e asciugatura di salumi e prosciutti, ma negli ultimi anni si sta imponendo anche nel segmento delle camere bianche per ogni tipo di prodotto alimentare tipo pasta e merendine. Usa, Francia, Argentina, Cina e Uruguay sono i nostri mercati di riferimento all’estero, dove realizziamo il 45% del nostro business. In fiera presentiamo due

novità di prodotto: la nuova strumentazione touch, stile tablet, per programmare qualsiasi tipo di impiantistica e il nuovo sistema di raccolta dati Opencom, capace di ricevere segnali anche dagli impianti non a firma Frigomeccanica. Per quanto riguarda la Nuova Sabatini, non solo vediamo che i nostri clienti vi aderiscono, ma siamo noi stessi a consigliare il finanziamento. In azienda abbiamo una persona che si occupa proprio di questo, per aiutare anche i nostri clienti a destreggiarsi con la burocrazia, spesso troppo complessa, di questi strumenti agevolativi. Tra cui segnaliamo anche gli incentivi messi a disposizione da alcune regioni. Come l’Emilia Romagna, che offre finanziamenti a fondo perso fino al 70% per le innovazioni, come il recupero dell’energia”.

segue

XVII



IMP 5000 (1975)

# Torzelli

## MEAT PROCESSING MACHINES



...we fit right in since over 60 years...

...ci stiamo dentro da più di 60 anni...



Frontal Discharge Mixer IMP 300/F  
Impastatrice a scarico frontale IMP 300/F



Continuous Vacuum Stuffer X-140 Super  
Insacchitrice continua sottovuoto X 140 Super



Mixer-Grinder TCS 150/VA/600  
Tritacarne con vasca di premiscelazione TCS 150/VA/600



Vacuum Blender G 400/V  
Mescolatore Sottovuoto Blender G 400/V

IOZZELLI Srl Macchine per salumifici e industrie alimentari  
Via P.Neruda, 27 - 51100 - Pistoia - Tuscany, ITALY

+39 (0)573 531651

+39 0573 934134

info@iozzelli.it

www.iozzelli.it

# FRIGOMECCANICA

www.frigomeccanica.it

## Impianti Frigoriferi Industriali

Il partner ideale  
per ottenere  
grandi prodotti

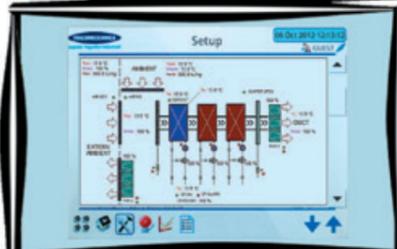
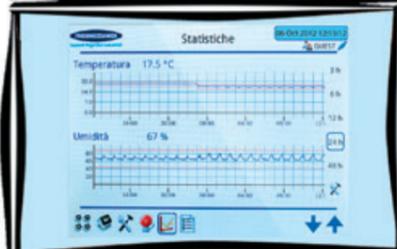
The ideal partner  
to get great  
products

Studio Guidotti

**new**  
MICROPROCESSORI

IMPIANTI TECNOLOGICI

CAMERE BIANCHE



## FRIGOMECCANICA

Impianti Frigoriferi Industriali

FRIGOMECCANICA S.p.A.

Via Provinciale 19 - 43038 SALA BAGANZA (PR) Italy

Tel. +39 0521 835666 - Fax +39 0521 834070

www.frigomeccanica.it

www.frigomeccanicatkt.com

### La nostra produzione

- ASCIUGATOI, STAGIONATURE E AFFUMICATOI PER SALAMI E PROSCIUTTI
- CAMERE BIANCHE
- SCONGELI
- CONDIZIONAMENTO SALE DI PROCESSO

- STUFE PER MORTADELLE E PRODOTTI COTTI
- SW ACQUISIZIONE DATI CON MICROPROCESSORE
- SISTEMA DI SUPERVISIONE
- SISTEMI DI REFRIGERAZIONE PER INDUSTRIA ALIMENTARE

Siamo presenti in tutto il mondo

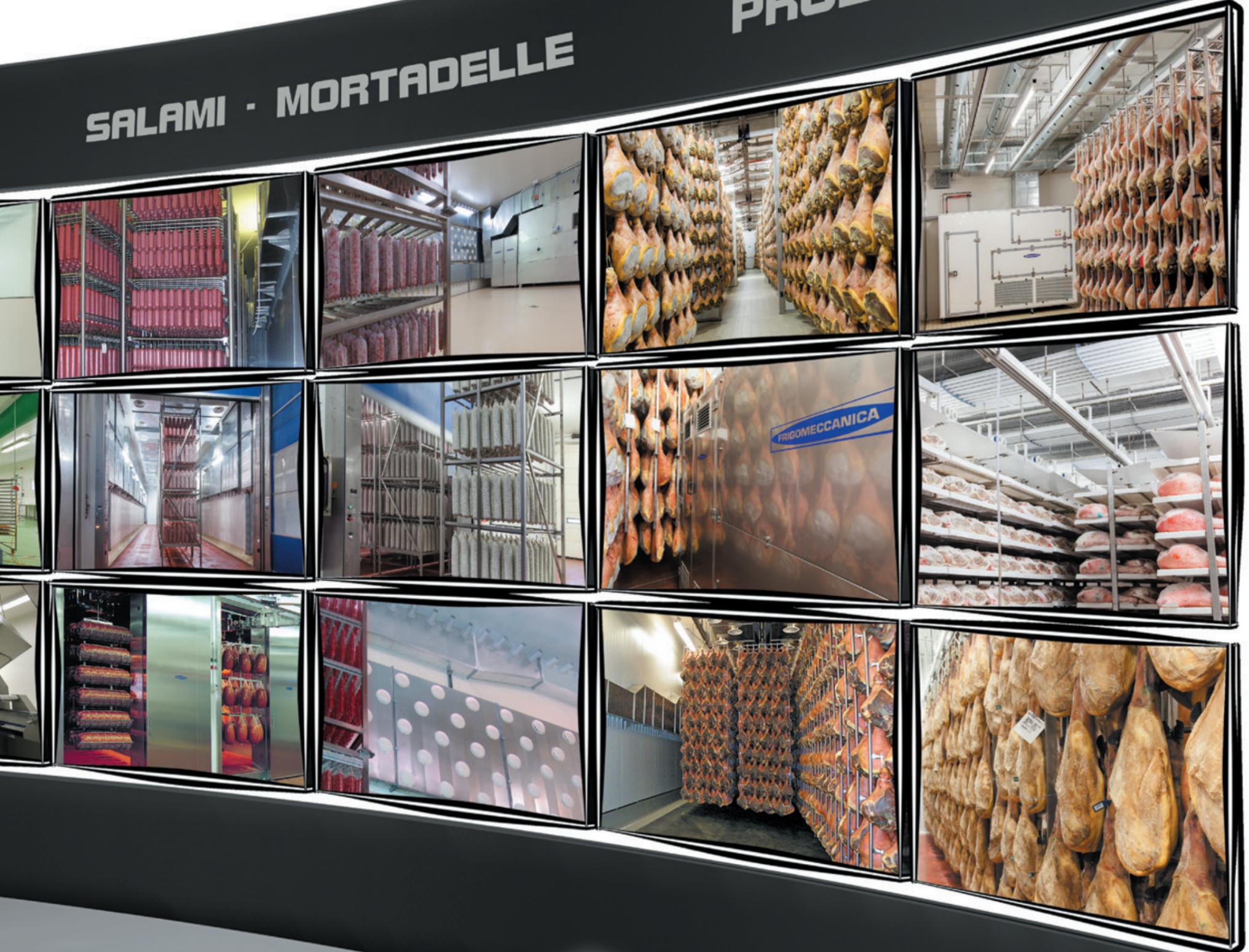
CON OLTRE 50 ANNI DI ESPERIENZA, SISTEMI E SOLUZIONI SU MISURA PER SODDISFARE I NOSTRI CLIENTI CON RISULTATI STRAORDINARI NELLA QUALITÀ E NELLA SICUREZZA DEI PROPRI PRODOTTI

OUR 50 YEARS EXPERIENCE IS GOING TO BE DEPLOYED IN THE WORLWIDE MARKET TO ACHIEVE OUR CUSTOMERS' SATISFACTION THROUGH OUTSTANDING RESULTS IN QUALITY AND PRODUCT SAFETY

**FRIGOMECCANICA**

**PROSCIUTTI**

**SALAMI - MORTADELLE**



Scopri la nostra tecnologia amica del risparmio energetico

Discover our technology energy saving friendly

## Our product range

- FERMENTING, DRYING AND SMOKING ROOMS FOR SALAMI AND HAMS
- CLEAN ROOMS
- THAWING SYSTEMS
- AIR CONDITIONING FOR FOOD PROCESSING AREAS
- OVENS FOR MORTADELLE AND COOKED HAM
- SW DATA ACQUISITION FROM THE MICROPROCESSORS
- COMPUTER MANAGEMENT SYSTEMS
- REFRIGERATION SYSTEMS FOR FOOD INDUSTRIES

**We operate worldwide**



## DELLA TOFFOLA

**Alberto della Toffola,**  
sales director

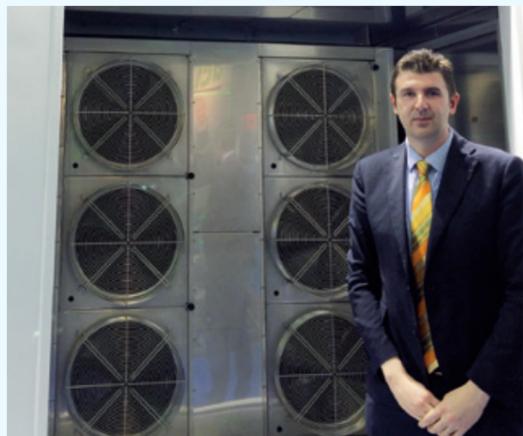
“Ci occupiamo di packaging e processo per tutti i settori del campo alimentare e proponiamo anche un’etichettatrice a tecnologia roll-fed, destinata soprattutto al segmento beverage. Se la svalutazione dell’euro potrà influire positivamente sul nostro business, quella del rublo sta compromettendo i nostri scambi con la Russia, uno dei principali mercati di riferimento per le nostre esportazioni, insieme al resto dell’est Europa, all’Asia, all’Africa e all’area Pacifica. Circa l’85% del nostro fatturato, infatti, corrisponde alla quota export, che abbiamo consolidato nei primi mesi del 2015”.



## FRIGOR BOX INTERNATIONAL

**Maurizio Fantini,**  
sales manager

“L’India è uno dei mercati di riferimento per il nostro export, che costituisce il 48% del business aziendale. E proprio dal mercato indiano, che ha ricominciato a investire, iniziamo a percepire i benefici della svalutazione dell’euro: sono infatti ripartiti ordini bloccati da tempo. Meno efficace, invece, dal nostro punto di vista, lo strumento della Nuova Sabatini, a cui non è così semplice accedere. Europa, Polinesia e Medio Oriente sono gli altri nostri paesi di sbocco, in cui sono molto apprezzati i nostri complessi frigoriferi. Ad Anuga FoodTec presentiamo il nuovo abbattitore a carrelli, chiavi in mano, che offre al cliente la possibilità di gestire in autonomia la pulizia delle batterie, senza l’intervento di un tecnico”.

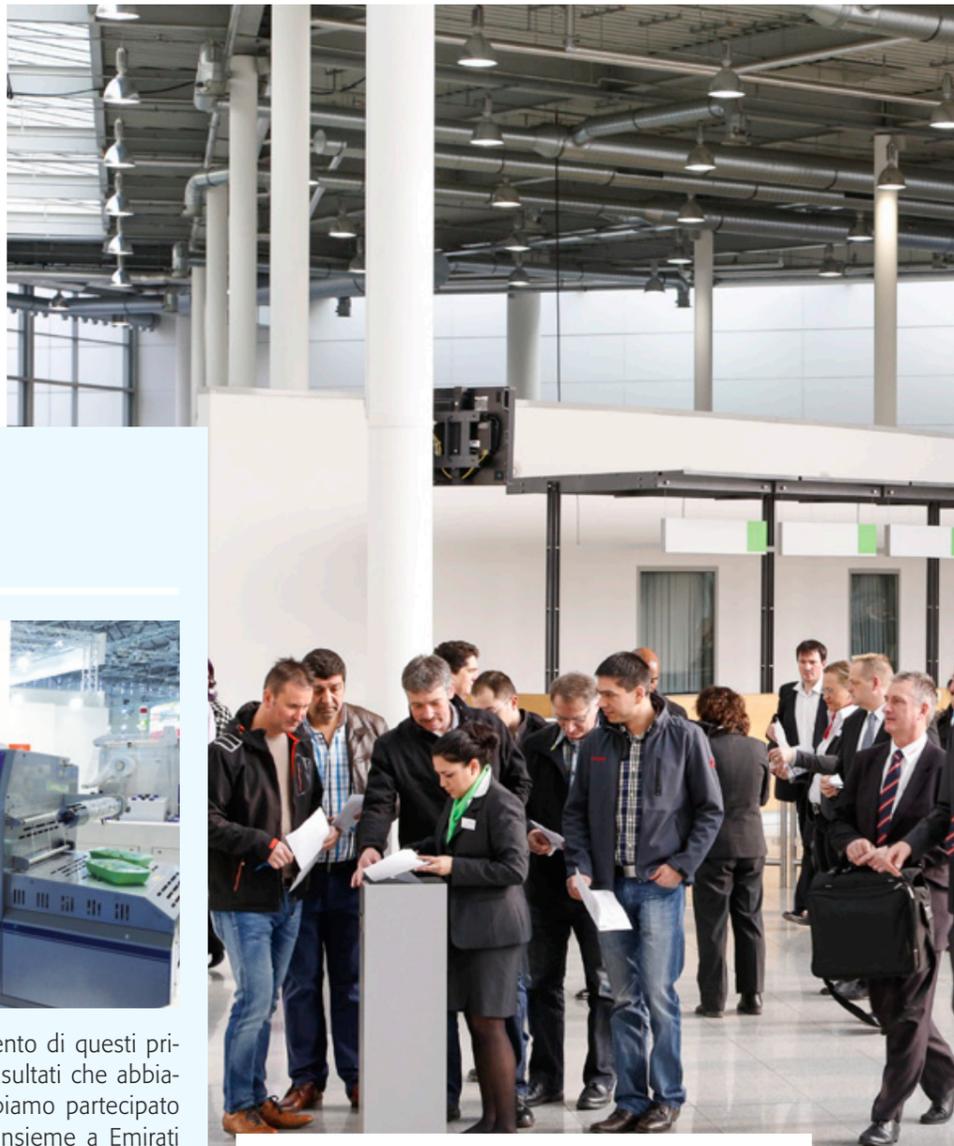


## ILPRA

**Roberto Pasquali,**  
marketing



“Siamo soddisfatti dell’andamento di questi primi mesi dell’anno e dei buoni risultati che abbiamo ottenuto alle fiere a cui abbiamo partecipato finora. Anche se gli Stati Uniti, insieme a Emirati Arabi e Inghilterra, sono uno dei nostri mercati di riferimento, non abbiamo ancora notato risvolti positivi dovuti alla svalutazione dell’euro, mentre la manovra sembra aver rallentato il mercato italiano. La nostra offerta si compone di riempitrici, termoformatrici e saldatrici destinate al mercato del food e anche non food. Il nostro prodotto di punta è sicuramente la Food pack speedy, una termosaldatrice semiautomatica per medie produzioni, che ad esempio, tra le altre applicazioni, permette il confezionamento skin. In fiera, invece, presentiamo la nostra ultima nata: la Fill seal 5000, dosatrice di liquidi o di piccole parti solide, migliorata nell’estetica e con innesti in alto che garantiscono anche la massima lavabilità e igiene”.



## SINTECO

**Franck Adam,**  
sales manager



*Da sinistra: Diego Colombo, direttore generale; Juliana Marinoni, amministratrice; Franck Adam, direttore commerciale.*

“Esportiamo in tutto il mondo, ma i principali acquirenti sono gli Stati Uniti, la Russia e l’Asia. I nostri prodotti di punta sono le camere bianche e i locali per la lavorazione di formaggi e carni. L’ultima novità è una macchina ‘standard’ per il trattamento dell’aria, completamente made in Italy, che va a completare alla base la gamma e che sta catturando l’attenzione di molti operatori qui in fiera. Pochi dei nostri clienti italiani ricorrono alla Sabatini Bis, anche perché noi stessi offriamo soluzioni di finanziamento vantaggiose, sia a livello nazionale sia internazionale. Per quanto riguarda, invece, la svalutazione dell’euro, è un provvedimento che non può dare prospettive a lungo termine. Dal canto nostro abbiamo pensato di proporre soluzioni dall’ottimo rapporto qualità prezzo, per restare sempre competitivi anche sui mercati internazionali”.





## VERIPACK

Massimiliano Liuzza,  
sales director



"Circa il 70% del nostro fatturato è rappresentato dall'export, che in questi mesi ci sta regalando brillanti risultati, con un incremento significativo rispetto allo scorso anno. E' stabile, invece, il mercato italiano. Le zone sulle quali operiamo maggiormente sono l'India, l'Asia, il Canada, gli Usa, l'est e il nord Europa, oltre al sud Africa. L'influenza positiva sul mercato di iniziative come la Nuova Sabatini o di manovre come la svalutazione dell'euro è relativa. Nel primo caso perché per poter accedere alle agevolazioni bisogna comunque investire cifre notevoli (e questo possono farlo solo le aziende che hanno già una buona condizione economica). Nel secondo caso perché le aziende estere hanno proporzioni molto più grandi di quelle italiane e quindi con molta disponibilità economica, perciò che l'euro sia più debole non costituisce una condizione determinante. Il nostro prodotto di punta è sicuramente la nuova linea di termoformatrici Vkf che garantisce performance, qualità e affidabilità alle medie e grandi aziende nei settori produttivi di fresh food e prodotti medicali".



## CLEVERTECH

Alberto Caselli,  
sales area manager

"La Cleverttech propone continuamente novità. Qui a Colonia, ad esempio, presentiamo le ultime tecnologie per l'automazione del fine linea e la depallettizzazione, rivolte non solo al settore del food al completo, ma anche a quello dei detersivi, dell'home care e beauty care. Se abbiamo chiuso il 2014 con un fatturato di 24 milioni di euro, l'incremento del 10% registrato in questa prima parte del 2015 ci fa sperare di concludere l'anno a 28 milioni. L'export rappresenta il 90% del nostro giro d'affari, che coinvolge aree come il sud America, il Medio Oriente, il far east, il centro-nord Europa e gli Usa, verso i quali siamo fiduciosi che presto possano incrementare le esportazioni grazie alla svalutazione dell'euro".



Da sinistra: Alberto Caselli e Friedrich Jürgen, entrambi sales area manager

**I.T.ALI.**  
Ingredienti e Tecnologie Alimentari

Siamo dentro  
al vostro successo

**I.T.ALI. S.r.l.**  
Ingredienti e Tecnologie Alimentari  
Via del Chionso 14/I • 42122 Reggio Emilia • Tel +39 0522 512775 • www.italisrl.com



## INOVA FOOD - VEMAG

Alessandro Menozzi,  
titolare



"Inova Food distributrice in Italia i prodotti della tedesca Vemag (macchine e linee di insacco, porzionatura e formatura per la produzioni di carni macinate, salumi, prodotti da forno e dolciari, co-strusi e gastronomia) e della Vemag Anlagenbau (forni di cottura, affumicatura, camera di asciugatura, raffreddamento, congelamento e tunnel di pastorizzazione). L'offerta si contraddistingue per la versatilità degli impianti e l'attenzione rivolta all'ambiente e al consumo di energia. Sono numerose le novità presentate in fiera, tra cui segnaliamo le nuove serie Aeromat II e Towerpool e le nuove serie MMP 223 (formatrice), LPG 214 (porzionatrice isometrica), i dosatori a testina rotante, le valvole di separazione (denervatrici) continue. In particolare la AML 273, formatrice di polpette a bassa pressione con carico automatico in vaschetta ha vinto il premio FoodTec Award 2015. La Nuova Sabatini costituisce, a nostro avviso, uno strumento indiscutibilmente interessante, ma non sufficientemente divulgato. Personalmente propongo spesso finanziamenti in abbinamento alla Nuova Sabatini, ma l'incertezza sul futuro del mercato induce molte imprese a rinunciare all'investimento".



## GRASSELLI

Francesca Grasselli,  
amministratore delegato

"L'inizio del 2015 è stato caratterizzato da risultati positivi, in linea con il 2014. Ma ci aspettiamo ulteriori benefici provenienti dalla svalutazione dell'euro, visto che esportiamo, oltre che in Europa, anche in Canada e negli Stati Uniti, per una quota export complessiva del 90%. Un altro strumento in cui crediamo è la Nuova Sabatini. Il nostro prodotto di punta è la linea di affettatrici industriali e in fiera presentiamo la nuova macchina per taglio a doppia vite, che necessita di poca manutenzione e garantisce livelli igienici molto elevati, destinata alle aziende che propongono prodotti ready to eat".



## DI MAURO

Armando Accarino, graphic  
& marketing manager

"Di Mauro è un'azienda focalizzata nell'imballaggio flessibile stampato il rotocalco. Lavoriamo per diversi comparti del settore alimentare (salumi, formaggi, surgelati, confectionary e beverage), con una specializzazione nel segmento del fresco e realizziamo il nostro fatturato sia in Italia sia all'estero (Germania, Polonia, Francia e Paesi Bassi). Tra il 2003 e il 2015 è stato costruito un nuovo sito di produzione che ci consente di concentrarci ancor di più sull'innovazione dei nostri prodotti. Oltre alla riduzione dell'impatto ambientale, tra i nostri focus figura soprattutto la riduzione degli sprechi di cibo, acqua ed energia, attraverso imballaggi che migliorino e allungino la vita dei prodotti. Un impegno che raccoglie diversi riconoscimenti: il nostro Twist-Pack ha vinto l'Alufoil Trophy 2015, categoria Consumer Convenience, ed è tra i finalisti dell'Oscar dell'imballaggio".



Da sinistra: Matteo de Martino, research and development manager, e Armando Accarino, graphic & marketing manager

## SIREC

Antonella Bianchino,  
marketing

"Sirec realizza pavimenti e rivestimenti in resina epossidica e poliuretanica per l'industria, che rispettano le normative europee e nazionali in tema di sicurezza dei luoghi di lavoro nei reparti produttivi e per la tutela della salute dei consumatori. Il nostro prodotto di punta è il pavimento in malta spatolata in resina epossidica, molto versatile nella sua destinazione, mentre in fiera presentiamo i pavimenti in resina epossidica antibatterici. La nostra quota export, attualmente, si attesta intorno al 10%, con esportazioni rivolte soprattutto all'Unione Europea e alla Svizzera. Il mercato italiano rimane perciò il nostro principale campo d'azione, che fortunatamente lascia intravedere i primi segnali positivi".





## CSF INOX

Angelo Dobelli,  
export manager



"Di certo il prodotto più rappresentativo della nostra realtà è la pompa centrifuga serie CS, ma presenteremo a breve una nuova pompa volumetrica che siamo convinti possa aiutarci a consolidare i dati positivi del 2015. Un anno in cui finalmente si respira aria di ripresa. La nostra azienda esporta prevalentemente in Spagna, Scandinavia e Germania, per una quota export del 35%. Anche se non abbiamo ancora rapporti commerciali con il mercato Usa, siamo convinti che la svalutazione dell'euro possa indubbiamente aumentare l'appeal dei prodotti made in Italy".



## SEALED AIR

Roberta Ghezzi,  
marketing communications manager



"In fiera presentiamo prodotti e tecnologie all'avanguardia, progettate per soddisfare l'efficienza operativa e le sfide relative agli sprechi alimentari, con particolare attenzione all'igiene e agli standard di sicurezza lungo tutta la catena di fornitura. Sealed Air offre soluzioni che aumentano le prestazioni del packaging migliorando la sicurezza alimentare e la shelf life del prodotto, grazie ai propri sistemi a elevata tecnologia, tra cui Cryovac Darfresh on Tray, Cryovac Sealappeal e Cryovac Grip&Tear. Mentre con Cryovac Proaseptic (packaging asettico) offre nuovi livelli di praticità e maggiore durata di conservazione. Diversey Enduro Power, invece, è una gamma di schiume per la pulizia che permette una diminuzione del 50% nell'utilizzo di acqua, livelli chimici ridotti fino al 33% e un tempo di risciacquo inferiore del 50% rispetto alle schiume standard".



# Materiali e oggetti a contatto con alimenti: le buone pratiche da seguire

Terza edizione per 'Food Contact Machinery', organizzato da Ucima e Istituto Italiano Imballaggio. L'analisi delle normative sui principali mercati mondiali. Tra regole e criticità.

Si è svolta a Modena presso la sede di Ucima, lo scorso 24 marzo, la terza edizione dell'evento 'Food Contact Machinery', vale a dire il rendez vous annuale organizzato dall'associazione insieme e in partnership con l'Istituto Italiano Imballaggio. Obiettivo: fare il punto su questa complessa materia, che ha visto il proliferare di legislazioni (nazionali, europee, e via dicendo) tese a garantire sempre più la sicurezza alimentare, e conseguentemente a richiedere per tutti i materiali e gli oggetti a contatto con alimenti (macchine produttive comprese) particolari garanzie volte a limitare il più possibile rischi di contaminazione degli alimenti.

Alla presenza di ben 60 operatori del settore, l'edizione 2015 'Food Contact Machinery', ha focalizzato l'attenzione e l'interesse sulle principali legislazioni internazionali in materia, con la finalità di mettere in condizione le aziende del settore di affrontare i mercati nel pieno rispetto delle normative. Al seminario hanno portato contributi specialisti italiani ed esteri per fornire un quadro completo relativamente ai principali mercati: Cina, Giappone, Mercosul (mercato comune dell'America meridionale), Stati Uniti, oltre a Italia e Unione Europea.

## Cina

Partiamo proprio dal Far East. La Cina si è messa rapidamente al passo con le normative dei paesi più evoluti, realizzando un efficace sistema di sicurezza alimentare. A partire dal 2011 è stata completata l'applicazione della cosiddetta 'Food safety law', che vieta la migrazione di additivi che comportano danni per la salute o alterano le proprietà degli alimenti, il tutto perfettamente in linea con gli standard occidentali. Gli alimenti devono essere ispezionati e approvati in entrata e uscita dall'autorità di quarantena (Aqsiq, acronimo di General administration of quality supervision, inspection and quarantine). La dogana consente di importare ed esportare solo prodotti controllati e muniti di certificati dell'autorità di controllo. L'attuale legislazione non è ancora stata completata con le prassi di buona fabbricazione per le parti a contatto con gli alimenti.

## Giappone

Dalla grande Cina al Giappone. Che regola le parti a contatto con gli alimenti con la 'Food and sanitation law' (Fsl) e con un'ampia serie di norme a carattere volontario emesse dall'ente normatore Japan Industrial Standards Committee (Jisc). Di questo fanno parte molte associazioni che si occupano di plastica e prodotti in plastica, macchinari e servizi di analisi. Completa il quadro la 'Food safety commission', che opera con compiti molto simili all'europea Efsa.



I relatori della convention



## Mercosul

Si cambia continente per allargare la vision e approdare in America Latina. Le attività economiche sono regolate nell'ambito del Mercosul, che è caratterizzato da peculiarità simili all'Unione Europea. La gestione delle parti a contatto con gli alimenti è regolata da Food Commission Sgt 3 (autorità per la valutazione del rischio) e da Autorità di gestione del rischio - Gmc (Gruppo di mercato comune), che emette 'risoluzioni': si tratta in pratica di regolamenti vincolanti per i paesi aderenti a Mercosul. Ogni paese aderente può chiedere l'inserimento di nuove sostanze a contatto, avendo come prerequisito sostanza già esistente negli Stati Uniti o nell'Unione Europea. Nonostante gli sforzi di armonizzazione, il quadro normativo dei singoli Stati membri del Mercosul comprende vari enti governativi e requisiti di registrazione e approvazione. In questo contesto normativo, è necessario comprendere non solo il sistema, ma anche i requisiti di legge dei singoli Stati membri.

## Stati Uniti

Passiamo agli Stati Uniti. Il quadro normativo americano è stato illustrato da Jeffrey Keithline, consulente con lunga esperienza di normativa

Fda (la Food and drug administration). La legislazione statunitense, pur avendo lo stesso scopo della legislazione europea, guarda esclusivamente alla cessione di materiali agli alimenti, non a liste positive di materiali impiegabili. Di fatto la legislazione si basa su quattro assi portanti. Il primo è costituito da 21 Code of federal regulation (Cfr). Ad esso si aggiungono l'elenco dei materiali Generally recognized as safe (Gras), quello dei materiali Prior sanctioned (cioè oggetto di regolamentazione emessa prima di settembre 1958) e l'elenco delle notifiche valide delle sostanze a contatto con gli alimenti (Fcn). Insomma: la verifica di conformità di macchine destinate agli Stati Uniti si presenta complessa e molto diversa dell'analoga verifica di conformità europea.

## Europa e Italia

E arriviamo al nostro mercato domestico, ossia a quello dell'Unione Europea e dell'Italia. Le normative continentale e italiana sono state presentate da qualificati esponenti dell'Istituto superiore di sanità. Si tratta, in complesso, di disposizioni generali a cura dell'Unione Europea e di disposizioni specifiche per lo più a livello nazionale. Da questo punto di vista, l'Italia è do-

tata di una legislazione molto completa e accurata, che parte dal 1973 (Decreto ministeriale del 21 marzo 1973 e successive modifiche), che fornisce liste positive per materie plastiche, gomme, carte e cartoni, cellulosa rigenerata, vetro e acciaio inox. Ulteriori decreti ministeriali regolamentano ceramica, alluminio, bande stagnate e cromate. In base alle legislazioni europea e italiana è obbligatorio l'emissione di dichiarazione di conformità da parte dei produttori di parti e macchine destinate al contatto con gli alimenti.

## Criticità applicative

Ma al di là del necessario inquadramento della questione, il convegno 'Food contact machinery' ha messo in risalto anche alcune criticità applicative. Gli argomenti hanno suscitato l'interesse dei partecipanti al seminario, soprattutto per due punti molto dibattuti.

Il primo riguarda le normative stesse, comprese le normative italiana ed europea, che sono ritagliate principalmente sul packaging degli alimenti, dove il tempo di contatto con l'alimento è prolungato. Esse, infatti, non tengono minimamente conto dei tempi di contatto sensibilmente inferiori (spesso di pochi decimi di secondo) come si riscontrano nelle macchine per il packaging. Pertanto i vincoli sui produttori di macchine e impianti per il settore alimentare risultano essere particolarmente stringenti e spesso percepiti come ingiustificati, anche perché la corretta gestione "a norma" della materia richiede un'organizzazione interna molto complessa (introduzione di Gmp - Good manufacturing practice, scelta dei fornitori particolarmente accurata, controllo maniacale delle forniture, costi per le prove, ecc.). Il secondo punto controverso riguarda le dichiarazioni di conformità - dei componenti e dei materiali - emesse dai fornitori, che molto spesso appaiono carenti. Se per gli acciai normalmente (a fatica) il problema si riesce a superare, per quanto riguarda le gomme e le plastiche regna molta incertezza. Il tutto aggravato dal fatto che spesso trattasi di grandi aziende estere con le quali, soprattutto le Pmi, fanno fatica a dialogare. E quasi mai i certificati ricevuti, al di là della conformità generica, dichiarano i valori di migrazione di ogni sostanza soggetta a restrizioni. La mancanza o la carenza di tali informazioni impediscono ai produttori di macchine e impianti la valutazione accurata delle sostanze migrate dalla macchina, a meno di pratiche costose e dispendiose dal punto di vista dei tempi di realizzazione. Ebbene: affinché sia possibile superare questi due aspetti così controversi e fornire utili indicazioni ai costruttori di macchine, Ucima e l'Istituto Italiano dell'Imballaggio hanno in corso avanzato di preparazione apposite linee guida applicative. L'appuntamento è fissato per la prossima estate.

Raffaella Cordera

# Le alternative ai grassi saturi

Sono tra gli additivi maggiormente utilizzati per aumentare i tempi di conservazione e rendere i prodotti più gustosi. Ma non sono ben visti dai consumatori. Quali le nuove possibilità?

La voce "grassi saturi" compare sulle etichette di moltissimi prodotti alimentari. Si tratta infatti di un ingrediente naturalmente presente sia all'interno dei cibi di origine animale, sia di origine vegetale. Ad esempio, tra i primi compaiono burro, formaggi grassi, latte intero, carni e salumi, grassi animali (lardo, pancetta etc.), uova; mentre tra i secondi figurano olio di palma o di cocco, margarina, frutta secca, oli vegetali (di semi, d'oliva), cioccolato (anche fondente), noce moscata, salvia, cocco fresco e secco, burro di arachidi. Inoltre, i grassi saturi vengono aggiunti durante la lavorazione di moltissimi prodotti confezionati per aumentare i tempi di conservazione e rendere il prodotto più gustoso.

Fermo restando che, se assunti con moderazione, questi grassi rappresentano un elemento fondamentale per l'alimentazione umana - perché costituiscono una fonte importante di energia, mantengono alti i livelli di 'colesterolo buono' (Hdl) nel sangue e facilitano l'assorbimento delle vitamine A, D, E e K - è stato dimostrato che un eccessivo consumo può invece provocare problemi di salute. Infatti, se l'organismo riceve troppi grassi saturi, rischia di non riuscire più a eliminarne l'eccesso e di perdere la capacità di utilizzarli come riserva di energia, con conseguente rallentamento del metabolismo e abbassamento delle difese immunitarie. Le linee guida del ministero della Salute indicano, ad esempio, un consumo giornaliero di grassi saturi pari a circa il 7% del totale

degli alimenti ingeriti e consiglia una buona attività fisica per tenere sotto controllo il metabolismo, aiutando l'organismo a eliminare i grassi in eccesso.

Per assecondare le preferenze dei consumatori, in linea con i trend che vedono i prodotti salutistici guadagnare quote di mercato, sono state avviate in tutto il mondo ricerche per trovare additivi sostitutivi agli acidi grassi per quanto riguarda i prodotti lavorati.

Un team di ricercatori americani ha recentemente scoperto che un gruppo di sostanze chimiche derivate dagli zuccheri potrebbero rappresentare un'alternativa proprio agli acidi grassi saturi e trans per modificare le proprietà organolettiche e meccaniche degli oli.

## Le tipologie di acidi grassi

Tre sono le principali tipologie di acidi grassi: saturi, insaturi e trans.

Gli acidi grassi saturi sono costituiti da una catena carboniosa satura (ovvero senza possibilità di aggiungere altri elementi), composta da legami singoli C-C (Carbonio collegato a vari atomi di idrogeno).

Le molecole dei grassi insaturi, invece, presentano almeno un doppio legame. Ciò rende la molecola stessa 'insatura', proprio perché al doppio legame può essere aggiunto idrogeno.

Infine, un acido grasso trans è un grasso insaturo che contiene uno o più doppi legami di isomeria trans fra due atomi di carbonio.

Lo studio, pubblicato sul *Journal agricultural and food chemistry* si è concentrato sulle proprietà meccaniche, termiche e strutturali dei di-alcanoati a catena media di zuccheri a basso tasso calorico (diottanoati alcool-zucchero). Si è scoperto che questi composti, soprattutto diottanoati con mannitolo e diottanoati con sorbitolo, possono creare con facilità nanostrutture a multistrato in una matrice oleosa per formare una rete coerente a basse concentrazioni (1-3% in peso/v), in grado di immobilizzare una vasta gamma di oli (colza, soia e olio di vinaccio). Questi zuccheri, detti anfifilici, dimostrano un'alta efficienza di strutturazione. Se da un lato, quindi, c'è una forte propensione a ridurre il consumo di grassi saturi e acidi grassi trans, dall'altro per 'strutturare' l'olio vegetale, di per sé una fonte importante di lipidi essenziali, si ricorre comunemente proprio all'aggiunta di grassi saturi: un processo importante dal punto di vista della formulazione dei prodotti finali. Infatti, questa strutturazione migliora le proprietà fisiche e meccaniche degli oli e potenzia le proprietà organolettiche (coerenza, consistenza, sapore e stabilità). Da qui il desiderio di sviluppare nuovi gelificanti che si comportino come alternativa ai grassi saturi e che non abbiano effetti negativi sulla salute umana. I gelificanti a base di alcool-zucchero, mannitolo diottanoato e sorbitolo diottanoato utilizzati in questo studio, sembrano essere ottimi candidati per ulteriori indagini.

Cristina Turrini



## GLOSSARIO

**Alcanoati:** esteri o sali di un acido alcanico, o acido carbossilico. Es. acido propanoico, pentanoico, ottanoico.

**Diottanoati alcool-zucchero:** composti formati da due molecole di acido ottanoico detto anche acido caprilico con un alcol e uno zucchero.

**Zuccheri anfifilici:** molecole che contengono sia un gruppo idrofilo sia uno idrofobo.

# Come la buccia per la frutta...

## il budello naturale conserva il buon salume!

Cerca l'etichetta!



Il Consorzio del Budello Naturale tutela e promuove la migliore qualità del Budello Naturale, da sempre l'involucro dei più prestigiosi salumi.



Consorzio Nazionale Tutela Budello Naturale  
via Malavolti, 5 • 41100 Modena • tel. 059 252556 • fax 059 252632  
info@budellonaturale.it • www.budellonaturale.it



# C'era una volta la coda al supermercato...

Uno studio Epson affronta il tema dell'esperienza di acquisto nel punto vendita. Velocità di pagamento, personalizzazione delle promozioni e competenza degli addetti sono le priorità per il consumatore italiano. Ma attenzione alla privacy.

Pagare meno. E pagare sempre più in fretta. Sono tempi frenetici, questi, stretti tra mille impegni lavorativi e familiari e la morsa della crisi economica, che costringe a far quadrare i bilanci senza rinunciare, quando possibile, alla qualità. Esigenze che si riflettono chiaramente nelle abitudini d'acquisto e nelle scelte dei consumatori quando si trova nel punto vendita, come dimostra un'indagine europea condotta da Epson, attiva nello sviluppo di soluzioni tecnologiche cloud per il mercato retail. Secondo questo studio, è la coda alla cassa uno dei principali motivi di rinuncia all'acquisto, specialmente se l'articolo desiderato costa poco ed è facilmente reperibile altrove. Insomma, se per acquistare un gioiello o un capo firmato si è disposti a sopportare lunghe code, e i casi di cronaca in questo senso si sprecano, altrettanto non vale per prodotti come quelli alimentari o ad alta frequenza d'acquisto. La fedeltà alla marca, quindi, viene messa sempre più a rischio non solo dalle comparazioni consentite dalla rete, dove spesso le offerte sono inarrivabili per il retailer tradizionale, ma anche da esperienze d'acquisto in store al di sotto delle aspettative. Queste ultime, complice la tecnologia e lo sviluppo di soluzioni personalizzate, appaiono

sempre più alte. Il consumatore europeo è formato, competente, curioso e chiede a gran voce l'introduzione di tecnologie in grado di migliorare l'esperienza di scelta e acquisto, che consentano ad esempio la stampa di scontrini, biglietti e coupon direttamente da tablet e altri dispositivi mobili. Insomma, i tempi di pagamento non preoccupano solo i player della filiera alimentare, ma anche coloro che di questa filiera sono l'ultimo anello: i consumatori.

## Lo studio Epson

Condotta in Italia, Gran Bretagna, Francia, Germania e Spagna attraverso 5 mila interviste, a un campione di donne e uomini tra i 18 e gli oltre 50 anni di età, lo studio della multinazionale ha disegnato una mappa delle percezioni dei consumatori europei relativamente alla vendita al dettaglio ed è stato promosso da Epson per offrire linee guida aggiornate agli operatori del commercio.

## I punti chiave per il consumatore

Ben il 56% degli intervistati ha indicato velocità dei pagamenti e assenza di lunghe code alle casse come principali fattori che hanno un impatto positivo sull'immagine del marchio, preceduto soltanto dalla competenza degli addetti alle vendite, al primo posto, con il 59% di risposte. Si conferma così il grande valore della formazione degli addetti alla vendita, veri e propri consulenti per il consumatore, che li sottopone ad un giudizio impietoso. Seguono, nell'ordine, la presenza nel punto vendita di postazioni self service per ricerche e ordini. Alla stessa tregua, per importanza, c'è l'esigenza di un'identica qualità di esperienza d'acquisto sia online sia in negozio, seguita dalla possibilità di pagare gli articoli agli addetti anche lontano dalle casse, la personalizzazione dell'esperienza d'acquisto, la velocità del servizio, la possibilità di effettuare i pagamenti in modalità self service e la presenza di addetti alle vendite dotati di dispositivi mobili per ricercare la disponibilità a magazzino dei prodotti. Sul podio delle priorità, per i clienti italiani, vi sono, nell'ordine: postazioni self service per ricerche e ordini, pagamenti rapidi senza coda alle casse e addetti alle vendite competenti.





## Il podio delle priorità del consumatore italiano

Postazioni self service per ricerche e ordini.  
Pagamenti rapidi senza coda alle casse  
Addetti alle vendite competenti

## Obiettivi e metodologie dell'indagine Epson

Lo studio di Epson si pone l'obiettivo di identificare i trend emergenti dell'universo retail e le sfide commerciali e tecnologiche che gli operatori di settore dei principali paesi europei si trovano oggi a dover affrontare, secondo i desiderata dei consumatori. A questo scopo, sono state condotte 5 mila interviste a un campione di donne e uomini tra i 18 e gli oltre 50 anni di età, in Italia, Gran Bretagna, Francia, Germania e Spagna (circa mille questionari per ciascun paese).

### Gli effetti della coda alle casse

Fare un po' di coda alla cassa è accettabile, insomma, ma se questa diventa troppo lunga l'impatto sul business del retailer è preoccupante. Il 42% dei consumatori europei, infatti, dichiara che meno vale il prodotto che desiderano acquistare, meno sono disposti a lunghe attese in coda, mentre il 28% attende pazientemente in coda solo se ha già impiegato molto tempo a scegliere gli articoli. C'è poi un 29% di consumatori che spesso lascia la merce e se ne va di fronte a una lunga coda e un 25% che decide di fare lo stesso acquisto in un altro pdv. Per un consumatore su cinque, addirittura, è inaccettabile che al giorno d'oggi si debba ancora perdere tempo in coda. La ricerca dimostra che, per i beni a basso costo e per quelli di largo consumo che non richiedono molto tempo per la scelta, è maggiore la probabilità di abbandono dell'acquisto.

### I pagamenti in mobilità

Altro tema di grande importanza sono le metodologie di pagamento. Le differenze di preferenze e aspettative nei diversi paesi emergono con particolare forza quando si affronta il tema dei mobile payment. Il 42% dei consumatori europei vorrebbe poter disporre di mo-

dalità di pagamento in mobilità presso il negozio. A trascinare questa percentuale è proprio l'Italia, dove ben il 66% del campione le chiede a gran voce, al contrario di Germania e Uk, dove, rispettivamente, solo il 30% e 32% sembra attento alla tematica. A spingere verso queste soluzioni sono la maggiore rapidità nel pagare, meno coda e l'eliminazione dei contanti. A frenare, invece, le preoccupazioni relative alla sicurezza, soprattutto per i consumatori tedeschi.

### Promozioni e offerte taylor made

Il 90% del campione italiano dichiara di apprezzare offerte e promozioni da parte dei retailer; l'89% (rispetto al 72% della media europea) vede con favore promozioni personalizzate, sempre più in voga presso gli operatori della Gdo; il 70% (rispetto al 58% medio europeo) valuta positivamente un'esperienza di shopping personalizzata in tutti i suoi aspetti, in particolare il segmento di intervistati under 30 e quello con maggiore potere di spesa. In generale, la maggioranza dei consumatori europei ritiene piuttosto importante poter ricevere buoni sconto stampati ad hoc. Al primo posto (65%) vi sono i coupon dei negozi di alimentari, seguiti da quelli delle grandi catene di beni di consumo

(61%), dei negozi di elettrodomestici/gadget elettronici (60%), di ristoranti e bar (53%), di beni di lusso (54%). I coupon sconto personalizzati spingono il 18% del campione europeo (il 25% di quello italiano) alla fedeltà al retailer e al punto vendita.

### Lo scontrino "smaterializzato"

Lo scontrino e la ricevuta di carta sono ancora preferiti dalla maggior parte dei consumatori, anche se è in crescita la percentuale di quanti prediligono lo scontrino elettronico. Il livello di gradimento varia anche a seconda della tipologia di negozio considerato, ma le differenze non sono quasi mai rilevanti, tranne nel caso dei negozi food, dove ben il 57% preferisce ancora affidarsi allo scontrino di carta.

### Tecnologia in-store

La disponibilità nel punto vendita di tecnologie in grado di semplificare, velocizzare e migliorare l'esperienza d'acquisto viene vista con grande favore dall'intero campione europeo. I benefici evidenziati dal campione sono, in particolare: miglioramento del servizio al cliente (57% del campione globale); velocizzazione della procedura di pagamento (53%); meno attesa in coda

(53%); maggior comodità e migliore esperienza d'acquisto (33%). In questo caso la diffidenza sembra ormai un retaggio del passato, poiché interessa solo un intervistato su dieci.

### Il negozio del futuro

La tecnologia, insomma, sembra essere la vera e assoluta protagonista del futuro del mondo della distribuzione, tanto che il 67% del campione europeo (il 73% di quello italiano) chiede agli operatori di dotarsi di tecnologia evoluta per migliorare l'esperienza d'acquisto. E quindi via libera ad app, strumenti per lo store virtuale e altre innovative invenzioni che, in questo ambito, senza dubbio non mancano. Ma attenzione ai facili entusiasmi: il consumatore, come si diceva, è innovativo e al tempo stesso sempre più attento, anche alla sua privacy. Senza dubbio è interessante notare, infatti, come ben il 67% dei consumatori esprima preferenza per offerte personalizzate basate sugli effettivi interessi comunicati direttamente e consapevolmente al rivenditore, piuttosto che dedotti dalle sue abitudini d'acquisto. Un motivo di riflessione, senza dubbio, in tempi di big data e tessere fedeltà che analizzano ogni minima operazione dei consumatori.

Alice Reolini

**Società Trattamento Acque S.r.l.**  
Soluzioni e tecnologie per l'ambiente



**S.T.A.**  
**Società Trattamento Acque S.r.l.**  
Via Giordano di Capi n. 28  
46100 Mantova (MN)  
Tel. 0376 372604 - Fax. 0376 270180

Grazie all'eccellente know how scientifico e tecnologico, STA è un punto di riferimento sicuro per la depurazione, la potabilizzazione, il trattamento ed il riciclo delle acque civili e industriali. STA fornisce soluzioni integrate per il trattamento delle acque, utilizzando le più moderne tecnologie presenti sul mercato rapportate alle reali esigenze depurative, garantendo il raggiungimento dei risultati depurativi al minor costo

#### Settori di Attività

- > Gestione tecnico-analitica
- > Spurghi civili ed industriali
- > Smaltimento rifiuti liquidi
- > Progettazione e realizzazione impianti
- > Trattamento acque primarie e potabili
- > Trattamento acque meteoriche
- > Impianti modulari prefabbricati



E mail: [info@stacque.com](mailto:info@stacque.com)  
Web: [www.stacque.com](http://www.stacque.com)

# Un evento tutto Meat

La prima edizione della manifestazione dedicata alle tecnologie per l'industria della lavorazione, del confezionamento e della distribuzione delle carni, si terrà dal 19 al 23 maggio 2015 a Fiera Milano. Le novità degli espositori.

Organizzata da Ipack-Ima, Meat-Tech è un evento verticale internazionale ad alta specializzazione per la business community dell'industria della carne. La prima edizione, che sarà eccezionalmente in concomitanza con Expo, si svolgerà dal 19 al 23 maggio 2015, all'interno del padiglione 5 della Fiera di Milano.

Secondo l'Associazione industriali delle carni e dei salumi (Assica), che sostiene la manifestazione insieme ad Assofoodtec (associazione dei fornitori di tecnologie di processo), il mercato delle carni fresche in Italia vale 12,6 miliardi di euro, poco meno del 10% dell'industria alimentare nel suo complesso, e insieme al settore insaccati, dal valore di quasi 8 miliardi di euro, dà lavoro a 31.600 addetti diretti. Una realtà importante, che deve però rinnovarsi rapidamente, assecondando il cambiamento degli stili di vita e delle abitudini alimentari. Meat-Tech si pone come obiettivo quello di proporre la migliore offerta tecnologica per la lavorazione, il confezionamento e la distribuzione delle carni, mostrando, attraverso una visione

più ampia e sinergica tra i diversi comparti produttivi, nuovi punti di vista e di sviluppo per l'industria delle carni. Per questo motivo, non solo verranno esibite le tecnologie più innovative per l'intera filiera (a partire dalla macellazione; passando dal processo e dalla trasformazione delle carni, dall'ingredientistica e la refrigerazione; fino ad arrivare all'imballaggio; senza trascurare pulizia, igiene e sicurezza), ma verranno affrontate numerose tematiche di rilievo con specifici appuntamenti di approfondimento. Tra questi, il 22 maggio Icb Qualità e Halal World promuovono "Halal - Aspetti tecnici e opportunità di un mercato da 2mila miliardi di euro". Un focus sul mercato contrassegnato dalle regole a cui aderiscono i consumatori di religione musulmana, che sarebbe composto da 1,6 miliardi di persone nel mondo, di cui 35 milioni in Europa e 4 in Italia.

Un posto dove bisogna essere, dunque, e per cui Salumi&Tecnologie offre un'anteprima degli espositori e delle loro novità di prodotto.

## DROGHERIA E ALIMENTARI

Lorenzo Tesi, responsabile vendite Divisione Industria



"Con la Divisione Industria la nostra azienda è già fornitrice di alcune delle più importanti aziende italiane, anche nel settore delle carni trasformate. Per noi Meat-Tech rappresenta un'ottima opportunità per presentare la nostra organizzazione tecnica e commerciale e per accreditarci anche in prospettiva internazionale come partner qualificati dell'industria alimentare.

La nostra offerta si compone di una gamma piuttosto articolata di ingredienti destinati all'industria delle carni. Oltre a erbe e spezie aromatiche, metteremo in evidenza anche la nostra ingredientistica aromatica e funzionale per prodotti di salumeria: salsicce, salami, mortadelle, prosciutti cotti, speck, bresaola, pancette, coppe, cotecchini, zamponi, etc."

## LA NOVITÀ

### Linea Vital Complex

La linea Vital Complex è composta formulati completi per specifici salumi, contenenti tutti gli ingredienti aromatici e funzionali necessari alla loro produzione. Utilizzando i Complex, la realizzazione del prodotto viene a essere semplificata nella gestione e nel dosaggio dei singoli ingredienti, garantendo il risultato atteso senza comunque limitare la libertà dell'utilizzatore di personalizzare le caratteristiche della sua produzione. Attualmente la linea Vital Complex comprende formulati per: hamburger Pizzaiola e Tex mex; polpettone classico; pancetta stagionata; coppiette di suino; salamella romana e toscana; salame abruzzese, calabrese, Felino, Milano, Napoli, toscano, ungherese, veneto, spianata romana; salame equino e ventricina.

[www.drogheriaindustria.com](http://www.drogheriaindustria.com) - [www.drogheria.com](http://www.drogheria.com)

## GEA ITALY

Maurizio Bersani, country manager

"Il settore carne è strategico per le aziende del Gruppo Gea in Italia. L'ampia gamma dei prodotti permette di offrire numerose soluzioni, sia con macchine singole sia con impianti completi, per la preparazione degli impasti, per la friggitura e cottura di prodotti panati, per l'affettamento di salumi e, in generale, per il confezionamento. Al Meat-Tech presenteremo una confezionatrice verticale per la produzione di sacchetti a fondo quadro a quattro saldature. La confezione prodotta sarà in stile Doy".

## LA NOVITÀ

### Gea SmartPacker CX400 OSC

Confezionatrice per prodotti panati (nuggets, cordon bleu, ...), carne cubettata, lqf, hamburger, etc. È una macchina compatta, flessibile, veloce e facile da usare, con un design 'igienico' per un'accurata sanificazione. Garantisce alta efficienza e minor scarto di confezioni rispetto alle macchine convenzionali e una capacità produttiva fino a 120 confezioni al minuto. Altri punti di forza sono: il trasporto film affidabile e preciso; un veloce cambio film e formato; la facilità di accesso all'area di svolgimento film; il controllo con servomotori, compresa la trazione del film con nastri con vuoto; la facile manutenzione; i bassi costi di esercizio; i vari tipi di confezione, incluso stile Doy; la possibilità di saldatura con ultrasuoni; la possibilità di chiusura zipper; l'integrazione di etichettatrici Gea.



[www.gea-foodsolutions.com](http://www.gea-foodsolutions.com) - [www.gearefrigeration.com](http://www.gearefrigeration.com)

[www.gea-pe.it](http://www.gea-pe.it) - [www.westfalia-separator.it](http://www.westfalia-separator.it)

[www.niro-soavi.it](http://www.niro-soavi.it) - [www.procomac.com](http://www.procomac.com) - [www.gea.com](http://www.gea.com)

## SINTECO IMPIANTI

Framck Adam, direttore commerciale

"Meat-Tech è tra i più importanti centri dello scenario mondiale per il settore, a maggior ragione se la si considera in concomitanza con una manifestazione così importante come Ipack-Ima, a cui la partecipazione è ormai una tradizione per Sinteco. Inoltre, la compresenza di Expo rende Milano "the place to be". La nuova macchina "standard" per il trattamento dell'aria, completamente made in Italy secondo le consuetudini Sinteco, sarà la protagonista della fiera. Questa macchina, che sta catturando l'attenzione degli operatori del settore alimentare e non, completa alla base la gamma dei nostri prodotti".

## LA NOVITÀ

### Uta Sinteco "Hygiene 1 Star"

La nuova macchina "standard" per il trattamento dell'aria, può essere impiegata in qualsiasi ambiente di lavorazione alimentare, in sale di stagionatura, magazzini, celle statiche di raffreddamento, etc. Vanta un ottimo rapporto qualità prezzo.



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

## ITASYSTEM

Giovanna Martinelli, amministratore unico

"In quanto fornitori di soluzioni facili ed efficaci per la tracciabilità di carne e insaccati, abbiamo scelto Meat-Tech per la sua concomitanza con Ipack-Ima e per la visibilità che può avere la fiera di Milano durante i giorni dell'Expo, augurandoci porti una ventata di freschezza. La nostra offerta si compone dei prodotti appartenenti a quattro diverse divisioni merceologiche: sigilli di garanzia, etichette, merchandising, grafica & stampa".

## LE NOVITÀ

### Dataprint

La nuova Dataprint è la macchina per l'etichettatura della carne fresca, che consente di assolvere all'obbligo di indicare, in modo veloce e semplice, l'origine delle carni previsto dal regolamento UE 1337/2013.

### QB 130

La nuova macchina di Lillo Sigillo Mod. QB 130 per la stampa dei dati variabili, come previsto dal Reg. UE 1169/11, è destinata ai prodotti insaccati in genere. Permette l'etichettatura invariabile degli insaccati, senza presenza di metallo e, soprattutto, senza sprechi. Questo è possibile in quanto tutti i dati per la rintracciabilità sono stampati al momento dell'applicazione del sigillo: lotto, ingredienti, codice a barre, tabella nutrizionale, con possibilità di scambiare i dati con il sistema informatico del cliente e/o con una bilancia peso/prezzo.



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

# L'entusiasmo di crescere insieme



L'obiettivo è farlo con voi.

## Continuità

E' questa la parola d'ordine di Tecno Brianza per il prossimo futuro. Ma è anche il fil rouge che ha caratterizzato i primi 30 anni di storia dell'azienda lombarda. Nata come specialista nella produzione di legatrici e clippatrici, nel tempo ha affiancato a questi settori quello dei materiali di consumo e della automazioni.

Ma non solo. Tecno Brianza è leader di mercato nel settore delle legatrici. Ottime le performance anche nel comparto delle clippatrici. Il punto di forza di Tecnobrianza sta proprio nell'aver affiancato alle apparecchiature il relativo materiale di consumo, quali spaghi, reti e clips.

## Consulenza

Tecno Brianza ha acquisito, ormai da alcuni anni, un know-how di consulenza tecnica per i processi produttivi della trasformazione di salumi e carni, sia grazie alla collaborazione con numerosi clienti che grazie all'esperienza di ben 35 anni maturata in oltre 600 sale di produzione.

Tutto ciò ha permesso di sviluppare una conoscenza tale da poter dare consigli sull'utilizzo dei giusti macchinari e relativi materiali di consumo, quali spaghi, clips, reti e affini, così da ottimizzare i tempi di produzione di qualsiasi tipo di prodotto da legare o da clippare.

## Affidabilità

La vendita dei materiali di consumo è in continua crescita grazie anche alla garanzia di qualità che Tecno Brianza offre corredando ogni prodotto di relativa scheda tecnica e dichiarazione di alimentarietà; è inoltre in grado di fornire certificazioni BRC (Global Standard for Food Safety) ed è conforme al regolamento REACH dell'Unione Europea.

Tecno Brianza si propone come partner in grado di offrire ai propri clienti un pacchetto completo, garantendo la presenza costante e un contatto diretto, con una rete di vendita che fornisce assistenza e consulenza ed affianca il cliente nelle scelte per ottimizzare le fasi produttive, evitando perdite di tempo che si ripercuotono sui tempi di produzione.



**MEAT  
TECH**  
Processing & Packaging  
for the Meat Industry  
Fieramilano 19-23 maggio 2015  
PAD.5 STAND B18 C13



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

## SEALED AIR

Roberta Ghezzi, marketing communications manager

“Abbiamo scelto di essere presenti a Meat Tech perché la sinergia tra i diversi comparti industriali e la concomitanza con Expo 2015 offrono un'appeal e una completezza espositiva esclusivi. Inoltre, in qualità di fiera correlata a Ipack-Ima, Meat-Tech beneficia della presenza di un pubblico ampio e diversificato. Sealed Air Food Care presenterà la sua ampia offerta di prodotti, soluzioni e tecnologie di packaging e igiene all'avanguardia, progettate per soddisfare la sicurezza alimentare, l'efficienza operativa e le sfide relative agli sprechi alimentari nell'industria odierna e futura”.

### LA NOVITÀ

#### Cryovac VS9X

Con la nuova confezionatrice sottovuoto Cryovac VS9X, Sealed Air pone nuovi parametri di produttività, igiene, manutenzione e controllo, oltre a garantire l'eccellente presentazione delle confezioni. La barra saldante, con lunghezza fino a 1.200 mm è una delle caratteristiche principali di questa nuova macchina. La pompa sottovuoto booster, controllata dalla velocità del nastro trasportatore, permette di raggiungere cadenze elevate, fino a tre cicli al minuto. Efficienza operativa, ma anche sicurezza alimentare: la pulizia della macchina è facilitata da un agevole accesso a tutti i componenti e da un'apertura di 400 mm della campana. La facile manutenzione, che riduce il fermo macchina, si traduce in un'ulteriore riduzione dei costi. La confezionatrice VS9X è disponibile in due versioni, una con nastro di alimentazione standard, l'altra con nastro di alimentazione con buffer integrato, che permette una riduzione dell'impiego di manodopera e una facile integrazione in linee automatizzate. Entrambe le versioni sono compatibili con tutti i sacchi Cryovac. La confezionatrice può essere collegata a tutta una serie di processi, prima e dopo il confezionamento, per una miglior automazione. La VS9X è in grado di memorizzare 15 programmi di facile selezione mediante uno schermo tattile. La sicurezza e la conservabilità sono garantite da un avanzato



sistema sottovuoto (Vcs) e dall'eccellente integrità delle saldature ottenuta grazie al controllo elettronico UltraSeal. Il monitoraggio della produzione, ottenuto grazie al sistema PakFormance Insight, contribuisce ad aumentare l'efficienza della confezionatrice mentre la connettività remota permette un'assoluta visibilità dei processi. Le opportunità di branding mediante una presentazione ottimale derivano dall'aderenza del sacco ai prodotti, grazie alla tecnologia Ultravac, dal dispositivo di taglio eccedenza sacco e dall'uso di barre saldanti di altezza diversa. Non da ultimo, la nuova confezionatrice VS9X consente, tramite alcuni appositi accorgimenti, un effettivo risparmio di risorse finanziarie e naturali.

[www.cryovac.com/it](http://www.cryovac.com/it)

## TECNOBRIANZA

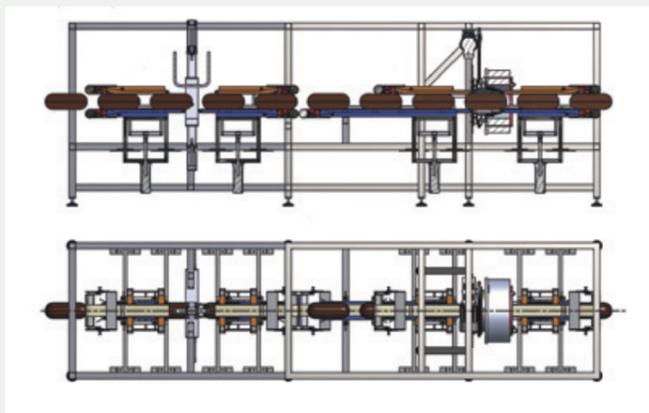
Armando e Mario Pirola, titolari e amministratori

“Crediamo nel progetto di Meat-Tech e Milano, con Ipack-Ima in concomitanza con Expo, può definitivamente aprire una finestra per il made in Italy. In fiera Tecno Brianza si proporrà in una nuova veste, puntando a un servizio di consulenza per l'ottimizzazione dei processi produttivi nella trasformazione della carne, sia con macchine e impianti sia con materiali di consumo”.

### LA NOVITÀ

#### Tbn-01 legatrice orizzontale automatica per salumi

Tbn-01 è un impianto di legatura automatizzato che propone una “evoluzione del processo di legatura”. Lavorando orizzontalmente, consente di evitare la movimentazione del prodotto, aumentando la produttività e diminuendo l'impiego di manodopera. E' ideale per coppe, bresaole, pancette, prosciutti, arrostiti.



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

## TRAVAGLINI

Paolo Travaglini, socio e direttore commerciale

“Consideriamo Meat-Tech una delle fiere di riferimento del nostro settore, oltretutto posta in un'area strategica come quella di Milano. E speriamo registri sempre più successo, sfruttando, quest'anno, anche la concomitanza con un evento internazionale come l'Expo. La fiera sarà l'occasione per presentare le nostre tipologie di impianti: di asciugamento, affumicazione e stagionatura per salami e prosciutti crudi; camere bianche e impianti di condizionamento; stufe di cottura per la mortadella; impianti di scongelamento per le carni e i prodotti alimentari; pastorizzatori, spirali e tunnel di raffreddamento; impianti di trattamento dell'aria per il settore ittico e caseario”.

### LA NOVITÀ

#### Impianti di asciugamento e stagionatura salumi

Gli impianti Travaglini per l'asciugamento e la stagionatura garantiscono la risoluzione di tutti i problemi legati alla maturazione dei salumi, con un'attenzione particolare anche al risparmio energetico. Il miglior controllo delle fermentazioni è reso possibile dalla combinazione della potenza frigorifera e termica installate, che consentono di eliminare, fin dalle prime ore di asciugamento, una notevole quantità di acqua dal prodotto, anche a temperature ambiente relativamente basse. Questo permette di ridurre l'attività dell'acqua, controllare le fermentazioni ed eliminare il pericolo dell'acidità. Il pericolo di incrostazione è stato praticamente eliminato, poiché l'impianto si regola in base all'umidità che fuoriesce dal prodotto. Per consentire un'adeguata distribuzione dell'aria all'interno del locale, in modo da produrre un calo peso uniforme e un prodotto omogeneo, Travaglini progetta differenti sistemi di distribuzione dell'aria, a seconda dei sistemi di carico utilizzati: impianti “Turbo”, impianti a canali circolari e impianti con pareti soffianti. La regolazione dei flussi dell'aria avviene tramite un sistema, messo a punto da Travaglini, costituito da un canale a forma di “T” in cui è installato un attuatore elettrico che consente il movimento di due serrande ad alette contrapposte, con il vantaggio di una modulazione graduale dei flussi d'aria. Inoltre, un attuatore lineare di nuova generazione (anche con encoder), comandato tramite scheda elettronica programmabile, permette di regolare tutti i parametri utili, mentre il sistema di gestione e di controllo computerizzato, consente di impostare programmi predefiniti e di monitorare, registrare e visualizzare in un'unica schermata l'andamento grafico di più variabili (temperature, umidità relativa, ecc.). Per consentire la supervisione centralizzata delle varie utenze, un software specifico permette il rilievo e la gestione degli allarmi d'impianto, la raccolta e l'elaborazione grafica dei dati caratteristici dei locali, il telecontrollo, la programmazione remota, la teleassistenza e il controllo automatico e centralizzato dei locali per una gestione ottimizzata dei consumi.



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

## OMAS

Claudia Rabolli, responsabile comunicazione

“Partecipiamo a Meat-Tech perché abbiamo sviluppato una nuova gamma di affettatrici dall'ergonomia studiata nel dettaglio per soddisfare le esigenze degli operatori. L'evento, con le tecnologie e le soluzioni innovative che propone, ci è parso lo scenario migliore nel quale mostrare l'inizio della trasformazione che la nostra azienda ha scelto di compiere. Da ora fino alla fine dell'anno, infatti, Omas presenterà importanti novità, che riflettono i grandi investimenti avviati, valorizzando il lavoro dei propri tecnici di officina, in grado di occuparsi di tutto il processo produttivo (dalla fusione del metallo in fonderia alle lavorazioni intermedie, alla lucidatura e anodizzazione dei pezzi, all'assemblaggio delle parti, fino all'imballo)”.

### LA NOVITÀ

#### Nuova gamma di affettatrici per salumeria e macelleria

La nuova gamma di affettatrici è caratterizzata da un aspetto robusto, una meccanica di qualità e un prezzo particolarmente interessante. Il tutto nella massima sicurezza dell'operatore. In alluminio anodizzato e particolari plastici neri per una serie composta da due misure di lama (300 cm e 350 cm) nelle due diverse versioni per salumeria e macelleria. L'ergonomia ben ragionata garantisce meno sforzo e maggior facilità di pulizia: particolari staccabili e facilmente pulibili (puntine del braccio pressamerce, parafetta, disco coprilama e piattino carrello portamerce), carrello facilmente estraibile dotato di guide per un facile riposizionamento. La versione con piattino salumi è perfetta per prodotti di ogni dimensione, grazie alla meccanica del braccio pressamerce che si blocca a qualsiasi altezza: prosciutto crudo e cotto, salami, culatelli, coppa, bresaola, etc. La versione con piatto carne è studiata per la carne fresca, anche in pezzi voluminosi, grazie al doppio piatto scorrevole.



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

**RISCO**

Rita Dal Maso, sales representative & marketing

“Crediamo che Meat-Tech possa offrire ai buyers italiani ed esteri un nuovo e completo scenario di tecnologie, sistemi e soluzioni innovative per l'industria alimentare. E ci aspettiamo che, dopo questo primo appuntamento, Meat-Tech diventi un evento di riferimento del settore, punto d'incontro dove allacciare nuovi contatti e porre le premesse per la conclusione di nuovi affari. Gli operatori che verranno a farci visita potranno conoscere in dettaglio la gamma completa di insaccatrici continue sottovuoto Risco, abbinate a una vasta serie di accessori per produzione di prodotti classici quali salsicce, salame, mortadella, prosciutto, wurstel, carne macinata in vaschetta, come pure prodotti in formati innovativi (ad esempio polpette e hamburger)”.

**LA NOVITÀ**

**Linea Frontal Linker RS 274**

La Linea Frontal Linker è composta da un'insaccatrice sottovuoto Risco, sistema Frontal Linker RS 274 e appenditore sincronizzato. Questo nuovo sistema consente la produzione automatica e ad alta velocità di salsiccia, frankfurters, chorizo e altri prodotti attorcigliati, insaccati in budello naturale, celluloso o collagene. La linea Frontal Linker garantisce un'ottima uniformità di peso e lunghezza delle porzioni e una produttività fino a 600 pz/minuto, ideale per la produzione di salsiccia fresca in confezione a peso fisso. Disponibile con appenditore automatico RS 279 e con sistema di taglio ad alta velocità WT05SR.



www.risco.it

fine



**INOX MECCANICA**

Giovanni Bolzacchini, managing director

“La nostra partecipazione a Meat-Tech è volta ad allargare il nostro mercato anche a quei paesi esteri che ancora non fanno parte della nostra clientela. In fiera, oltre alla nostra produzione consolidata, composta da macchine per l'automazione nel processo della lavorazione e del confezionamento delle carni e dei salumi e per il lavaggio di salumi e di attrezzature nelle industrie alimentari, presenteremo la nuova linea per la produzione di prosciutti cotti, singolo o in barra”.

**LA NOVITÀ**

**Linea per la produzione di prosciutto cotto, singolo o in barra**

L'innovativa linea per la produzione di prosciutto cotto anatomico, anche di alta qualità, a pezzo singolo o in "barra" per l'affettamento, è un impianto formato dalla nuova macchina PIC 99BA. Dotata di un sistema di alimentazione automatico, in cui l'operatore compone all'interno di "culle" i muscoli che formeranno il pezzo singolo o la barra di prosciutto. Dopo il caricamento della "culla" da parte dell'operatore, i muscoli vengono insaccati automaticamente, pressati e posti sottovuoto, pronti per essere inviati in cottura. Le culle tornano automaticamente al punto di carico per essere nuovamente riempite. Il ciclo, quindi, prevede in sequenza la formatura e l'insacco del prodotto all'interno di un budello plastico pre-forato, successivamente il prodotto viene inserito automaticamente in un'ulteriore involucro sottovuoto. Interessante novità è il massaggio durante l'immissione della carne in sottovuoto, che permette di compattarne al meglio la struttura muscolare. Durante la cottura, nell'intercapedine esistente tra i due budelli, si raccolgono i liquidi in eccesso che si formano durante il processo termico. La quantità dei liquidi di cottura varia, a seconda della ricetta utilizzata, dal 5 al 15%, come avviene nella cottura tradizionale in stampo. Tra i vantaggi economici: possibile eliminazione degli stampi e della fase di pastorizzazione, massima standardizzazione della resa in affettamento del prosciutto.

www.inoxmeccanica.com



**MENO SPRECO PIÙ GUADAGNO**



La nuova gamma di sistemi per il controllo peso serie **Selecta**, interamente progettata e costruita da **Bilanciali Group**, consente di rispondere in modo preciso e affidabile alle esigenze di **controllo** della corretta conformità dei **prodotti preconfezionati** e alla **ricerca difettosi e mancanti** nei controlli qualità.

**Selecta è:** Qualità, Efficienza, Riduzione degli sprechi, Rapido ritorno dell'investimento. Con **Selecta** sono garantiti una giusta quantità, la migliore qualità, il massimo risparmio.

**Con Selecta puoi avere di più**



www.coopbilanciali.it

IPACK IMA - MILANO  
19-23 Maggio 2015  
PAD. 7 STAND C 30

**ORVED**
[www.orved.it](http://www.orved.it)

Nome della macchina  
VGP 60 N

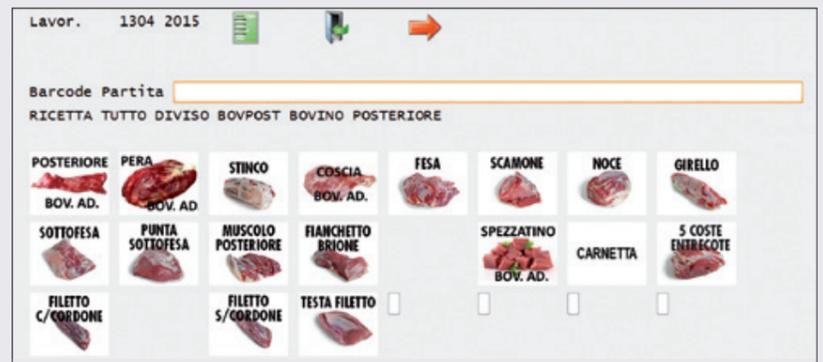
Tipologia di salume a cui è destinata  
Tutti i tipi di salumi.

**Descrizione e punti di forza**

La nuovissima termosigillatrice per vaschette serie Vuoto/Gas VGP 60 N, in grado di confezionare vaschette in sottovuoto, è una macchina innovativa realizzata interamente in acciaio Inox. Presenta caratteristiche costruttive e di funzionamento all'avanguardia e di grande qualità. Infatti, può creare un livello di vuoto fino al 99% e provvedere alla successiva immissione del gas fino al 100%, senza l'utilizzo di alcun compressore (come invece avviene per tutte le altre macchine presenti attualmente sul mercato). La possibilità di funzionare senza l'ausilio del compressore la rende particolarmente idonea per tutte quelle realtà che dispongono di piccoli spazi in cui non è normalmente presente l'aria compressa. La termosigillatrice VGP trova perfetta collocazione nell'ambito della grande distribuzione organizzata ed in tutti quei negozi di pasta fresca, carni, ecc., in cui è richiesta una macchina capace di realizzare l'atmosfera modificata in vaschetta in modo veloce, pratico e silenzioso. La termosigillatrice VGP 60 N, infatti, si caratterizza anche per l'estrema silenziosità di funzionamento. E' munita di pannello comandi digitale con 10 programmi indipendenti, che consentono per ciascuno tempi diversi di vuoto e di immissione gas, per una gestione completa e diversificata. Le varie funzioni sono controllate da un microprocessore che prevede anche le funzioni ultravuoto ed ultra gas. La macchina risponde alle più severe norme igieniche e di sicurezza a carattere nazionale e internazionale. Punti di forza: compatta, velocità di confezionamento, non scalda l'affettato, multiconfezione per ciclo, non necessita di compressore esterno. Cambio stampo veloce, controllo del vuoto automatico con sensore programmi memorizzabili.

**Specifiche tecniche**

Carrozzeria in acciaio Inox. Dimensioni: mm 525x625x1125/1505 h. Pompa di vuoto: 60 mc/h. Peso 141 Kg. Voltaggio: 400V 50/60 Hz. Potenza massima assorbita: 2900 W.


**SISTEMI EDP**
[www.sistemiedp.it](http://www.sistemiedp.it)

**Nome dell'attrezzatura**

Sismac

**Tipologia di salume a cui è destinata**

Tutte le tipologie.

**Descrizione e punti di forza**

Soluzione informatica su piattaforma Ibm specifica per i salumifici, in grado di gestire tutte le fasi di produzione, dall'ingresso merce al prodotto finito, così da avere sempre sotto controllo in tempo reale le rese e tutti i centri di costo, diretti e indiretti, immediati e differiti nel tempo.

**Specifiche tecniche**

Fruibile sia in loco tramite server Ibm Power di proprietà del cliente, che in Cloud tramite rete internet e connessione al nostro data center; collegamento e interfacciamento diretto di tutto l'hardware di stabilimento preesistente; interfaccia completamente grafica e touchscreen; fortemente personalizzato sulle esigenze e caratteristiche del cliente. Licenze di tipo flat senza limiti di utenti.

**SEKOR**
[www.sekor.it](http://www.sekor.it)
**Nome prodotto**

Vagonetto in vetroresina

**Tipologia di prodotti a cui è destinato**

Ideale per il reparto macelleria, idoneo per tutti i tipi di alimenti.

**Descrizione e punti di forza del prodotto**

Contenitore in vetroresina, molto più resistente di quelli in pvc. La colorazione esterna può essere modificata in base alla tipologia del cliente.

**Specifiche tecniche**

Peso: 20 Kg.


**FLEXFIL**
[www.flexfilsnc.191.it](http://www.flexfilsnc.191.it)

**Nome del prodotto**

Filo elastico ricoperto

**Tipologia di salumi a cui è destinato**

Utilizzabile per tutti i tipi di salumi.

**Descrizione e punti di forza**

Prodotto di alta qualità.

**Specifiche tecniche**

Prodotto avente tutti i tipi di certificazioni alimentare.

**OMAS**
[www.omasfoodmachinery.com](http://www.omasfoodmachinery.com)
**Nome della macchina**

S 9M

**Tipologia di salume a cui è destinata**

Prosciutto crudo, culatello e salumi pregiati.

**Descrizione e punti di forza**

Ideale per affettare i prosciutti crudi più raffinati e i salumi delle migliori tradizioni gastronomiche, perché garantisce precisione e minimo spessore di taglio. Macchina semiautomatica che lascia la possibilità all'operatore di offrire ai clienti un taglio guidato dalla propria manualità, senza perdere il supporto di soluzioni tecniche utili e innovative, come l'avanzamento automatico del piatto portamerce verso la lama per lo spessore di taglio impostato con tastiera digitale, l'allontanamento dalla lama durante la corsa di ritorno per evitare sfregamenti del prosciutto contro lama e vela e mantenere sempre alta la qualità del salume che, in questo modo, non si scalda e non perde le sue caratteristiche.

**Specifiche tecniche**

Lama: 370 mm di diametro. Dimensioni: h 720 mm, l base 560 mm, l massima 790 mm, p 990 mm. Potenza: 750 W. Capacità di taglio: 290x260 mm/diametro 260 mm. Peso: 100 Kg.


**SOMIL**
[www.somil.it](http://www.somil.it)
**Nome prodotto**

Lavatrice spazzolatrice per salumi

**Tipologia di salumi a cui è destinata**

La macchina può essere destinata a tutte le tipologie di salumi.

**Descrizione e punti di forza**

La lavatrice spazzolatrice per salumi, brevetto Somil, consente una pulizia accurata di qualsiasi tipo di salume dalle muffe in eccesso. È ideale per la risoluzione del problema di pulizia dei salumi, può essere utilizzata all'interno perché dotata di sistema di aspirazione e filtraggio delle polveri. Dispone di due funzioni: di sola spazzolatura a secco del prodotto, grazie alla quale le muffe vengono aspirate tramite apposito impianto di aspirazione e filtraggio, ma anche di lavaggio con acqua, grazie a una pompa e a una serie di ugelli predisposti per il lavaggio di qualsiasi tipo di salume. Disponibile in versione standard e versione mini.

**Specifiche tecniche**

Dimensioni della macchina standard: 195 x 130 cm, altezza 265 cm. Dimensioni della macchina mini: 180 x 90 cm, altezza 220 cm.



**ROBOPAC**[www.aetnagroup.com](http://www.aetnagroup.com)

Nome prodotto  
Rotoplat serie 8

**Tipologia di prodotti a cui è destinato**

I modelli di tavole rotanti Rotoplat serie 8 sono utilizzate per l'imballaggio di qualsiasi prodotto posizionabile su pallet: scatole, sacchi, pannelli, contenitori di ogni forma e dimensione possono essere imballati con film estensibile o prestirato. La vasta gamma di carrelli disponibili consente il migliore fissaggio del prodotto al pallet, una protezione dello stesso dalla polvere e dall'acqua, ed è il modo più economico per stabilizzare il carico durante il trasporto.

**Descrizione e punti di forza del prodotto**

Per rispondere alla domanda di customizzazione e ottimizzazione dell'imballaggio in relazione alle specifiche caratteristiche del prodotto, Robopac fornisce il Multilevel Control, innovativa soluzione hardware e software presente su tutti i modelli di Rotoplat Serie 8 (Rotoplat 108 Frd, 308 Fr, 508 Pds e 708 Pvs). Una funzione abilitabile in modo semplice e intuitivo su ognuno dei sei programmi memorizzabili. L'altezza del prodotto può essere scomposta in cinque diversi livelli, tutti regolabili in spessore, e per ognuno di questi è possibile regolare il tiro del film, il prestiro (solo su carrelli motorizzati), i giri di rinforzo, la velocità di rotazione del piatto, la velocità del carrello, il tipo di cordonatura del film e, se presente come optional, la presenza o meno del pressore di contenimento. Inoltre, ognuno dei cinque livelli può essere settato con valori dipendenti dalla direzione di movimento del carrello, ovvero anche diversi tra salita e discesa, questo nell'ottica del risparmio di film e della riduzione del tempo di ciclo, quindi con indubbi benefici a vantaggio della produttività. L'operatore può scegliere in fase di settaggio quali e quanti livelli saranno attivi durante il ciclo automatico di imballaggio. In questo modo ogni prodotto può essere imballato con un proprio ciclo dedicato, che permette quindi una protezione ottimale e un risparmio di film estensibile applicato.

**ICSCOND - IMPIANTI CONDIZIONAMENTO SALUMIFICI**[www.icscond.it](http://www.icscond.it)

Nome prodotto  
FC100

**Tipologia di salumi a cui è destinato**

Prodotto utilizzato per la frollatura della carne.

**Descrizione e punti di forza del prodotto**

FC100 è un armadio specifico per la frollatura della carne, costruito interamente in acciaio inox e dotato di doppia porta vetrata. Il compressore frigorifero di cui è dotato permette il raffreddamento e il riscaldamento con il controllo dell'umidità e consente di raggiungere la temperatura e l'umidità desiderate in breve tempo, per poi essere mantenute a lungo. L'ampio display touch-screen a sette pollici e a colori permette l'impostazione e il controllo completo di tutti i parametri di funzionamento; dotato di una grafica chiara e intuitiva, consente di visualizzare i grafici di tutte le grandezze desiderate (temperatura, umidità, ecc...), i programmi impostati, gli allarmi ed è comandabile da remoto tramite pc o tablet. La porta Usb di cui è dotata permette lo scaricamento di tutti i dati su pc, per effettuare tutte le analisi desiderate. Completano la dotazione otto griglie porta-carne in acciaio inox.

**Specifiche tecniche**

Dimensioni: 1.400 x 800 x 2.030 mm.  
Assorbimento kW: 1,3 a V. 220. Capienza: fino a 100 Kg.

**TAMAGNINI**[www.tamagnini.com](http://www.tamagnini.com)

Nome prodotto  
F250 Volano

**Tipologia di salumi a cui è destinato**

Qualsiasi tipo di salume.

**Descrizione e punti di forza**

L'affettatrice modello 250 Volano, costruita in alluminio e parti d'acciaio, con una verniciatura a fuoco "rosso", ha il vantaggio di una rapida pulizia e di un'igiene assoluta. La macchina è a funzionamento manuale e può quindi lavorare anche in luoghi privi di energia elettrica. L'affilatoio incorporato semplifica il lavoro dell'operatore consentendo il taglio perfetto del prodotto. Dotata di protezione ad anello attorno alla lama a norme CE, la 250 Volano è robusta, durevole e affidabile.

**Specifiche tecniche**

Diametro lama: 250 mm. Spessore del taglio 0/22 mm. Taglio utile: 185 x 150 mm.

**GALBUSERA GIUSEPPE**[www.galbuseraricambi.net](http://www.galbuseraricambi.net)**Nome dell'attrezzatura**

Lame di terza generazione per affettatrici

**Tipologia di salume a cui è destinata**

Adatta a tutti i tipi di taglio: è in grado di affettare qualsiasi tipo di salume, formaggio o verdura.

**Descrizione e punti di forza**

Le lame definite di terza generazione sono studiate per ottenere un taglio sempre più perfetto rispetto alle lame tradizionali riducendo al minimo gli sprechi. Il profilo, che si sviluppa su due diversi livelli e la fascia stretta, riduce al minimo la superficie di contatto della lama con il prodotto, evitando inutili attriti e lasciando sempre più pulita la porzione di lama non direttamente interessata al taglio. Questa lama permette, inoltre, il taglio di fette sottilissime e perfette lasciando invariato il sapore del prodotto, grazie ad un basso coefficiente di attrito, un incremento della pulizia ed un'elevata resistenza all'usura e all'abrasione.

**Specifiche tecniche**

Disponibili nelle misure standard: diametro esterno da 300/330/350/370/380 mm, diametro del foro centrale 57 mm e quattro viti di fissaggio.



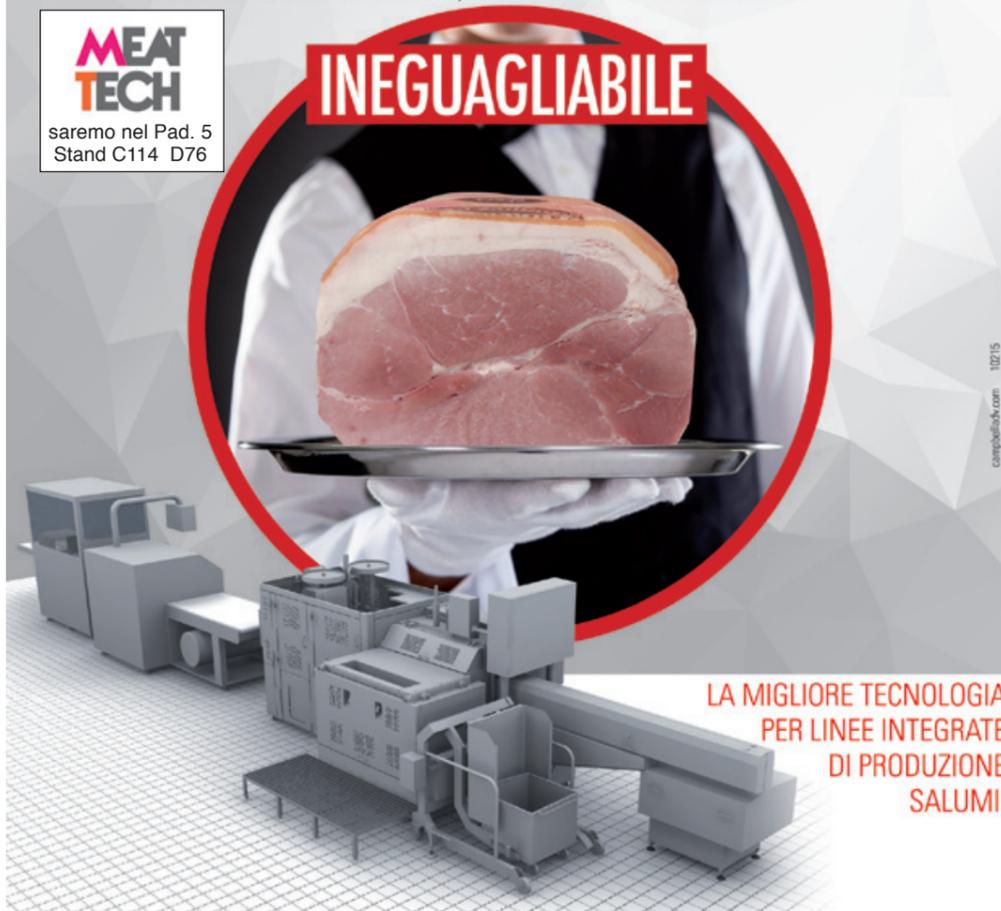
NUOVO SISTEMA PER LA PRODUZIONE DI

**PROSCIUTTO COTTO ALTA QUALITA'**

SINGOLO O IN BARRA, CON O SENZA STAMPO!!!

**MEAT  
TECH**

saremo nel Pad. 5  
Stand C114 D76

**INEGUAGLIABILE**

LA MIGLIORE TECNOLOGIA  
PER LINEE INTEGRATE  
DI PRODUZIONE  
SALUMI.

**INOX MECCANICA**

TECHNOLOGY FOR THE FOOD PROCESSING INDUSTRY

INOX MECCANICA srl 46044 Solorolo di Goito MN - Italy - Tel. +39 0376 608282 - Fax +39 0376 608180 - info@inoxmeccanica.it  
[www.inoxmeccanica.it](http://www.inoxmeccanica.it)



LIKE THE GREAT  
 MASTERPIECES  
 OF ART, PLMA'S  
 "WORLD OF  
 PRIVATE LABEL"  
 IS UNIQUE



AMSTERDAM  
 19-20 May 2015

To exhibit or attend, contact PLMA today.  
 Telephone +31 20 575 3032 or email  
 info@plma.nl. For more information,  
 visit [www.plmainternational.com](http://www.plmainternational.com).

Presented by the Private Label Manufacturers Association  
 International Council

Information on the Italian pavilion: ICE  
 e-mail: [progetti.internazionali@ice.it](mailto:progetti.internazionali@ice.it)



# ere Frutarom

## BIO-NAT CURE

Bio-Nat Cure è il nuovo range di colture bioprotettive frutto di ricerca e selezione su matrici locali ed europee.

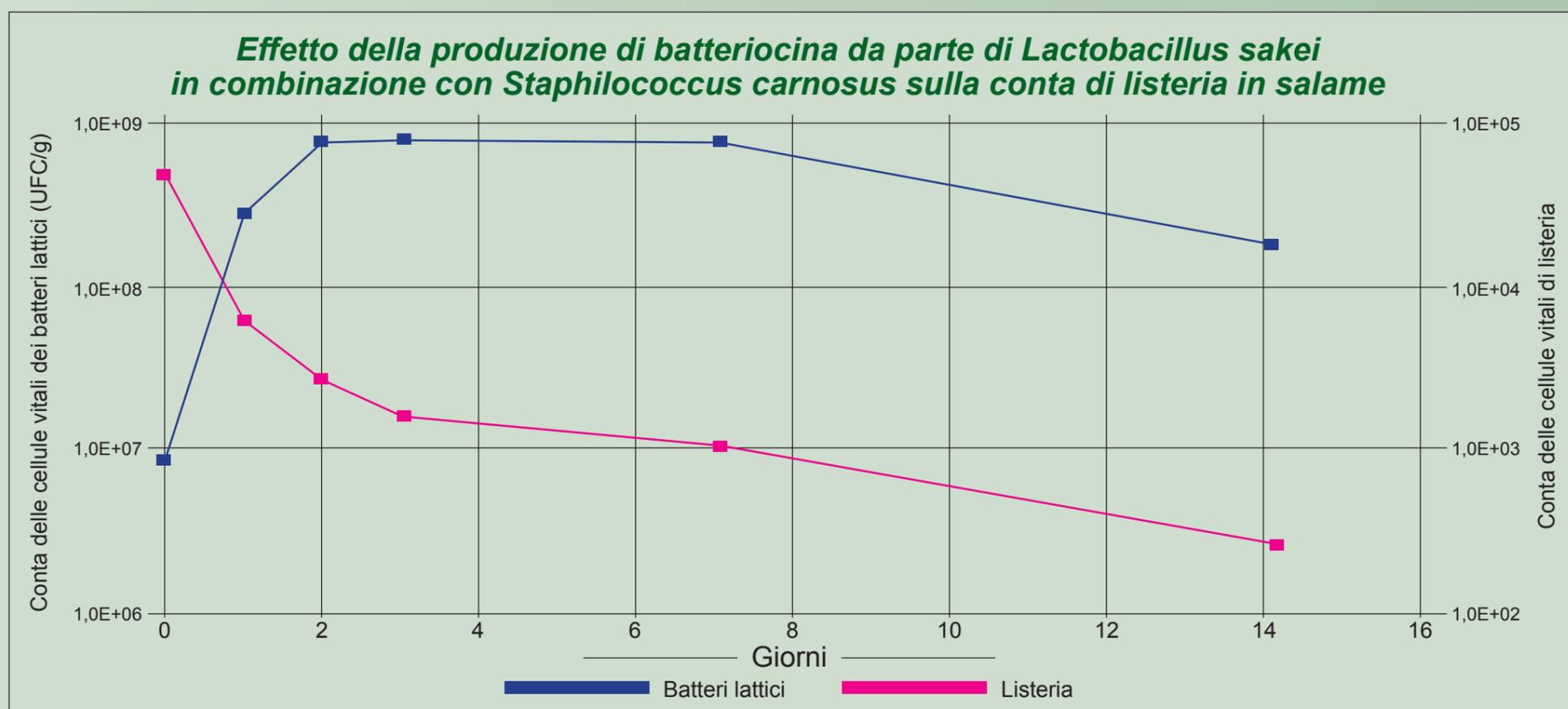
**BIO-NAT CURE** supporta il concetto di qualità a tutti i livelli: salubrità e garanzia per il consumatore, controllo di processo, aspetti sensoriali e tecnici. Ogni coltura microbica appartenente a questo nuovo innovativo range esprime tutte le caratteristiche per una corretta fermentazione e bioprotezione.

**BIO-NAT CURE B1** e **B4** sono ottimi per salami di alta qualità dove è richiesta una fermentazione lenta e delicata.

**BIO-NAT CURE B1** contiene anche K.salsicia, un particolare micrococco che contribuisce alla formazione di un profilo aromatico dolce e caratteristico e allo sviluppo di un colore rosso brillante e stabile.

**BIO-NAT CURE B4** è caratterizzato da uno speciale mix di ceppi molto competitivi sia per il substrato che per i nutrienti. Questo aspetto risulta fondamentale in contesti dove si richiede un particolare focus sulle materie prime.

**BIO-NAT CURE B2** e **B3** sono particolarmente adatti per prodotti che richiedono una fermentazione veloce e attiva. Anch'essi sono caratterizzati da uno speciale ceppo di K.salsicia che consente di mantenere un profilo sensoriale dolce ed equilibrato.



Siamo clienti Frutarom da sempre. I motivi? L'ampia gamma di prodotti, ma soprattutto la serietà e la professionalità. Il loro reparto di Ricerca&Sviluppo è un prezioso aiuto per lo sviluppo dei prodotti. Sul salame stagionato, ad esempio, ci siamo avvalsi di spezie sapientemente miscelate che conferiscono tipicità e personalità al prodotto finito. A questo si aggiunge una gamma completa di colture microbiche di ultima generazione che rendono il prodotto sicuro e dolce. Il tutto con il supporto di tecnologi altamente specializzati che ci seguono sia in azienda sia con test specifici nei loro laboratori interni”.

– Giancarlo Bettio,  
presidente e direttore della produzione  
Gruppo Mario Brugnolo



# Frutarom in dettaglio

## un ampio portafoglio di prodotti e servizi

### Respiro globale

vendiamo in 145 Paesi  
a più di 15.500 clienti

### Quotati

in Borsa Valori  
a Londra e Tel Aviv

### Un successo finanziario

fatturato 2014:  
820 milioni di dollari

### Vicini al cliente

34 siti produttivi, 41 laboratori  
di Ricerca&Sviluppo,  
79 uffici commerciali e marketing

### Una casa dei sapori da sogno

leader nel salato, nel dolce,  
nei processi alimentari,  
negli ingredienti pregiati

### SOLUZIONI PER L'ALIMENTARE (75% del fatturato)

- **Flavor Solutions:** creiamo soluzioni aromatiche uniche e di alta qualità per il food and beverage
- **Food System:** tecnologie complete ed esclusive per prodotti dolci e salati: frutta, spezie, verdure, preparati di carne e di pesce
- **Savory Solutions:** ingredienti funzionali ad alto valore aggiunto per la sapidità per l'industria alimentare (segmenti: snack, carne, pesce, biologico)

### BIOLOGICO

Un portafoglio completo di prodotti certificati per il biologico

### INGREDIENTI PREGIATI

Spezie, aromi, ingredienti specifici:  
estratti vegetali, distillati e oli essenziali.

### NUTRACEUTICA

- Ingredienti salutistici innovativi basati sulla ricerca scientifica per prodotti farmaceutici, integratori nutrizionali, alimenti funzionali, cosmetici e prodotti per la cura del corpo
- Supportiamo la crescente richiesta nei segmenti health, wellness and beauty