



SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 10 - NUMERO 5 - MAGGIO 2017
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

SCHEDE ATTREZZATURE

Riflettori puntati
sulle novità proposte
dalle aziende.

alle pagine XIV e XV

TECH & RETAIL

IL PUNTO VENDITA SI 'VESTE' DI NUOVO

Il connubio tra tecnologie avanzate e commercio al dettaglio è stato protagonista dell'edizione 2017 di Euroshop, a Düsseldorf dal 5 al 9 marzo scorsi.



a pagina XII

L'EVENTO

a pagina V

Carta e cartone, campioni di sostenibilità

Un convegno, promosso da Comieco, sottolinea vantaggi e potenzialità di questi materiali applicati al food packaging. Anche alla luce della "neonata" legge Gadda n. 166/16 contro gli sprechi alimentari.

IL CONVEGNO

alle pagine X e XI



La quarta rivoluzione industriale: istruzioni per l'uso

Automazione e Internet of Things, logistica hi-tech e Big data, cloud ed Erp, formazione del personale e ricerca. Questi i temi affrontati nel corso del Manufacturing Forum, organizzato da Il Sole 24 Ore sul tema della Industry 4.0.

FOCUS ON



Packaging etico: una scelta 'che paga'

Un confezionamento sostenibile può risultare anche economicamente vantaggioso. Lo dimostrano le ultime soluzioni firmate Sealed Air. Protagoniste di un evento lo scorso 22 marzo a Passirana di Rho (Mi).

a pagina VII

FIERE & DINTORNI



Ipack-Ima: l'innovazione in mostra

Appuntamento, a Fiera Milano, dal 29 maggio al 1° giugno, con l'edizione 2018 della rassegna. Tutte le novità di una manifestazione che si rinnova nel concept e nella proposta espositiva.

a pagina VI

PRIMO PIANO

a pagina XIII

Etichette: come creare il giusto claim



Obbligatori o facoltativi, sono difficili da coniare e ancor più da far approvare. Lo stato dell'arte, tra regolamenti comunitari e lungaggini burocratiche. La parola a Giorgia Andreis, dello studio legale Avvocato Andreis e Associati, specializzato in diritto alimentare.

Piccole cose per una grande rivoluzione

Il tema, potrà apparire ridondante, ma è centrale: è quello dell'Industria 4.0. Ossia, il progetto varato dal governo - e segnatamente dal ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda - che mette al centro il percorso legato alla cosiddetta 'quarta rivoluzione industriale'.

Stiamo parlando di cose grandi, di un processo virtuoso, che non nasconde insidie, complicazioni e opportunità. Siamo ancora agli albori, se - come dichiarato nel corso del Forum Manufacturing (servizio alle pagine X e XI) da Andrea Bianchi, direttore delle Politiche industriali di Confindustria e membro della cabina di regia per l'attuazione del Piano Industria 4.0 - al momento in Italia, il 30% delle imprese ha avviato o sta per avviare investimenti in tal senso, mentre il 70% non lo ha fatto, con il 40% che dice di non sapere ancora di cosa si tratti. Detta e letta così la faccenda induce a non poche preoccupazioni. Che, per quanto legittime, meritano di essere approfondite e interpretate.

Infatti, non dobbiamo dimenticare che, come evidenziato da un'indagine stilata da Federmeccanica, l'85% delle imprese italiane ha dimensioni medio-piccole. Costituiscono il vero tessuto imprenditoriale - produttivo, lavorativo e sociale direi - del nostro Paese. Inevitabile quindi che l'approccio sia a dir poco cauto. Probabilmente, l'incentivo varato dall'esecutivo deve essere meglio contornato e profilato, nel senso che ha bisogno di essere "tagliato su misura" su queste tante, ricche e fondamentali realtà produttive. La cui forza risiede nella flessibilità, nel dinamismo, nelle dimensioni che appaiono in un mondo globalizzato ancora "troppo" artigianali. E' vero, in apparenza (e parzialmente in sostanza) questo calibro risulta essere un limite allo sviluppo e all'espansione. Ma a ben guardare è anche - oltre al tratto distintivo - un reale plus, un punto di forza che in molti casi ha consentito di affrontare, gestire, quasi governare la stringente crisi economica di questi anni.

Il tema della dimensione aziendale e imprenditoriale è strategico in questa fase storica. Al pari di quello legato alla solidità finanziaria. In tal senso, l'Italia sconta non pochi retaggi del passato. Tuttavia, ci sono molti fattori che devono indurre a pensare positivo. Sono quelli propri, insiti nel nostro tessuto industriale medio-piccolo. Che deve soltanto trovare la giusta chiave interpretativa (anche facendo squadra, rete e sistema) per mettere a fattore il progetto dell'Industria 4.0. Cogliendo, quasi fior da fiore, quanto abbia un senso e una logica. Ma a una condizione: capire realmente e bene le necessità interne, in primis, per poi potersi confrontare, operare e competere in maniera appropriata sugli scenari internazionali, oltre che domestici. Le risorse, le competenze e le capacità ci sono. Lo dicono i fatti, i numeri dell'export. Ora serve un salto di qualità. Mettere a fuoco le piccole cose da cui ripartire, per pensare in grande. E fare così, con concretezza, la vera grande rivoluzione.

Riccardo Colletti



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 X - numero 5
maggio 2017
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 27 aprile 2017

Sipa: inaugurato un nuovo impianto nello stabilimento campano di Ibg



È stato inaugurato a Buccino (Sa), presso lo stabilimento del colosso americano del beverage Ibg – che produce in esclusiva per il Sud Italia il brand Pepsi e commercializza i marchi Getorade, The Lipton e Looza – un nuovo impianto di tre soffiatrici rotative firmato Sipa. L'azienda, specializzata nella produzione di stampi e contenitori in pet, fa parte del gruppo Zoppas Industries e nel 2017 ha già messo a segno un +20% degli ordini. Presenti, alla cerimonia d'inaugurazione, tutti i protagonisti di questa storia di successo: il presidente di Confindustria Veneto, Matteo Zoppas, il presidente di Ibg, Rosario Caputo, l'amministratore delegato di Pepsico Italia, Marcello Pincelli, e naturalmente il presidente di Zoppas Industries, Gianfranco Zoppa. Che ha colto l'occasione per annunciare un'altra importante commessa: l'acquisto, da parte della giapponese Suntory – uno dei maggiori colossi mondiali del beverage – di una nuova e innovativa macchina Xtreme.

Goglio presenta Fres-cook, l'innovativa busta stand-up per cucinare al microonde

Goglio, leader nei sistemi completi di confezionamento in imballaggi flessibili, presenta Fres-cook, una busta stand-up per alimenti composta da due scomparti in grado di tenere ermeticamente separati gli ingredienti fino al momento dell'utilizzo nel microonde. I prodotti vengono riscaldati e, una volta raggiunta la temperatura ottimale, i componenti si miscelano creando un pasto veloce e appetitoso. Una novità pensata per soddisfare le esigenze del

N&W Global Vending perfeziona l'acquisizione di Saeco Vending & Professional

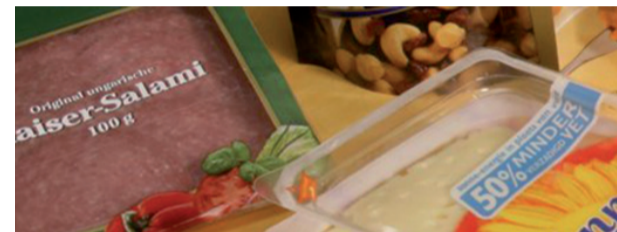


N&W Global Vending annuncia il completamento dell'acquisizione di Saeco Vending. L'operazione, con cui sono state trasferite le licenze per l'uso dei noti marchi Saeco e Gaggia nel mercato delle macchine da caffè professionali, consentirà a N&W di crescere notevolmente nel segmento dell'Office coffee service (Ocs), rafforzare le gamme vending e Horeca e accelerare lo sviluppo delle vendite in mercati strategici quali l'Asia, l'Europa del centro e dell'est. "Oggi inizia un nuovo ed emozionante percorso per N&W e per Saeco. Sono due aziende complementari in una serie di segmenti di mercato e aree geografiche che hanno fondato il loro successo sulla capacità di innovazione e sulla totale soddisfazione del cliente", sottolinea Andrea Zocchi, amministratore delegato di N&W.

Sonoco presenta ClearGuard, nuova linea di imballaggi flessibili

Sonoco lancia una nuova gamma di soluzioni per il packaging flessibile, chiamata ClearGuard, che possono essere utilizzate in sostituzione dei fogli di alluminio o dei film metallici per offrire migliori proprietà barriera per la protezione di prodotti a base di carne, noci, mix di frutta secca, snack e barrette, biscotti e cracker. "Gli acquirenti vogliono vedere il prodotto all'interno delle confezioni. E quindi per prodotti come i mix di frutta secca, il muesli o la carne essiccata, la sfida è fornire soluzioni di packaging trasparenti capaci di salvaguardare freschezza e qualità", sottolinea il vice-presidente, Marcy Thompson. "Il packaging ClearGuard ha un livello di trasmissione dell'ossigeno e del vapore acqueo incredibilmente basso, per proteggere l'alimento contenuto all'interno e preservarne la shelf life".

Klößner Pentaplast acquisisce gli inglesi di Linpac



Lo specialista tedesco dei film plastici per imballaggio Klößner Pentaplast ha reso nota l'acquisizione dell'inglese Linpac, specializzata nella produzione di film e vaschette alimentari, attraverso la capogruppo Linpac Senior Holdings, per una cifra non precisata. L'operazione porterà alla nascita di un nuovo big player nel settore degli imballaggi in plastica, rigidi o flessibili, grazie a 32 stabilimenti produttivi in 16 Paesi - tra cui l'Italia - 6.300 addetti e un giro d'affari che sfiora i 2 miliardi di euro. Alla testa del gruppo ci sarà Wayne M. Hewett, Ceo di Klößner Pentaplast, che ha commentato: "È un'acquisizione altamente complementare, che aiuterà Klößner Pentaplast a incrementare le proprie competenze tecnologiche e la presenza nel settore alimentare e nel mercato dei film rigidi e flessibili".

FAVA GIORGIO AXEL

Macchine ed impianti
per l'industria alimentare

Parma - Italia
www.favagiorgioaxel.net
0521293734

QUANDO LA MOVIMENTAZIONE FA LA DIFFERENZA



La movimentazione dei carichi pesanti, come salumi appesi o coricati, spesso si scontra con i limitati spazi a disposizione e con una considerevole quantità di carrelli, telai, bilancelle che di solito non sono stati progettati e costruiti per l'automazione.

Il nostro sistema di movimentazione dei carichi TFRC risolve queste problematiche in quanto richiede meno spazio dei concorrenti e dispone di un SW auto adattativo per poter sfruttare al meglio le attrezzature esistenti. Inoltre può essere completato con i nostri caricatori di salumi su barra, automatici o semiautomatici, anch'essi realizzati all'insegna della semplicità e della compattezza. Il sistema TFRC e i caricatori automatici MB sono protetti da brevetti internazionali. Per contenere gli ingombri abbiamo infatti progettato, brevettato e realizzato un sistema a passo di pellegrino destrutturato, ovvero un sistema che permetta di caricare e scaricare i prodotti anche su lati opposti, senza doverli ruotare rispetto all'asse verticale, senza perdere capacità di carico delle barre, dunque dei telai di appendimento, comunque siano realizzati. La gestione del corretto allineamento dei prodotti, la quasi totale assenza di oscillazioni durante la movimentazione, la possibilità di verificare le dimensioni di ciascun telaio definendo così le posizioni di introduzione, anche per telai relativamente deformati, permettono al nostro impianto di operare con tolleranze estremamente contenute e, alla bisogna, di introdurre barre inclinate nel piano orizzontale gestendo, così, impedimenti che sono insuperabili per altri costruttori.

E SODDISFA I REQUISITI DI INDUSTRIA 4.0

Vertis Sgr entra nel capitale di Selematic con una quota del 60%



La società di gestione del risparmio Vertis Sgr, tramite i fondi Vertis Capital e Vertis Capital Parallel, ha acquisito il 60% del capitale di Selematic, società campana specializzata nella realizzazione di macchine per l'imballaggio di prodotti preconfezionati per il settore alimentare. Nel dettaglio, è stata costituita una newco che ha acquistato il 100% del capitale della società valutato in circa 20 milioni di euro, con la famiglia Amabile, socio storico della Selematic, che ha reinvestito per il 40%. Il management team della Selematic, guidato dal fondatore, presidente e amministratore delegato Vito Amabile, continuerà a gestire la società. L'azienda, la cui sede operativa si sviluppa su un'area industriale di 58mila metri quadri nel comune di Eboli (Salerno), ha chiuso il 2016 con circa 14 milioni di euro di fatturato, di cui il 50% realizzato all'estero. Grazie all'investimento di Vertis, Selematic avrà la possibilità di estendere la propria proposta commerciale ad altri settori del comparto alimentare e di esplorare nuove soluzioni applicative nell'ambito del confezionamento e della palletizzazione.

Gruppo Ima: nel 2016 ricavi per 1,3 miliardi di euro, in crescita del 18%



Non si arresta la crescita di Ima, leader mondiale nella produzione di macchine automatiche per il processing e packaging. Il Gruppo, guidato da Alberto Vacchi, ha chiuso il 2016 con ricavi netti pari a 1.310,8 milioni di euro, in crescita del 18,1% sull'anno precedente. Il bilancio consolidato al 31 dicembre 2016 è stato approvato lo scorso 14 marzo dal consiglio d'amministrazione. In sensibile crescita, nel 2016, il margine operativo lordo (Ebitda) ante oneri non ricorrenti pari a 185,1 milioni di euro (+17,5%), il margine operativo lordo (Ebitda) salito a 179,2 milioni di euro (+21%). In aumento anche l'utile operativo (Ebit) pari a 141,3 milioni di euro (+22,2%), l'utile dell'esercizio ha raggiunto i 101,4 milioni di euro (+30,3%) e l'utile del Gruppo è salito a 93,5 milioni di euro (+33,8%). "Guardiamo con fiducia all'anno in corso, con una crescita stimata sia dei ricavi sia della redditività", sottolinea Alberto Vacchi, presidente e amministratore delegato, "grazie alla consistenza del portafoglio ordini a fine 2016 e al buon andamento degli ordini nei primi due mesi del 2017". Per l'esercizio 2017, il Gruppo stima ricavi superiori a 1,4 miliardi di euro e un margine operativo lordo a circa 205 milioni di euro.

Il gruppo Ilpa premiato da Legambiente per l'impegno nella sostenibilità ambientale



In foto: Paola Gazzolo, assessore all'Ambiente della regione Emilia Romagna, Riccardo Pianesani, legale rappresentante di Ilpa e Giorgio Rosso, direttore di Città Verde.

Legambiente ha conferito al gruppo Ilpa, leader nella produzione di packaging in plastica termoformata per alimenti e foodservice, un riconoscimento per l'integrazione verticale del ciclo dell'r-Pet, che nel 2016 ha portato alla produzione di 18mila tonnellate di materiale riciclato. L'azienda è stata infatti selezionata dall'associazione ambientalista tra i quattro 'Campioni dell'economia circolare' dell'Emilia Romagna. Un'iniziativa lanciata in occasione dell'approvazione del pacchetto europeo sull'economia circolare che prevede, tra i suoi obiettivi al 2030, il potenziamento del riciclo e del riutilizzo dei materiali, con una specifica 'strategia per le materie plastiche'. "Come produttori di prodotti plastici, sentiamo una forte responsabilità nei confronti del territorio in cui operiamo e dell'ambiente, e questo premio ci dimostra che siamo sulla strada giusta", sottolinea Riccardo Pianesani, legale rappresentante di Ilpa. "Il nostro lavoro sulla sostenibilità si basa sulla riduzione del peso degli imballaggi, sulla ricerca di imballaggi sempre più sicuri ed efficaci per ridurre lo spreco alimentare e soprattutto il riciclo della materia prima, grazie al quale trasformiamo un rifiuto in un nuovo prodotto adatto al contatto alimentare".

Il rivestimento igienico-antimuffa per pareti e soffitti 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 Kamlite 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 autoestinguente qualora ci fosse la necessità di avere un prodotto resistente al fuoco in classe 1.



FERBOX
50° Anniversario 1964-2014



Prodotti e soluzioni per il freddo

*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

Gruppo Stef: approvato il bilancio consuntivo dell'esercizio 2016



Si è attestato a 2.824,5 milioni di euro, stabile rispetto all'esercizio precedente, il fatturato 2016 del Gruppo Stef, uno tra i maggiori player europei nel comparto della logistica del freddo. Crescono, rispettivamente del 12% e del 15,8%, il risultato operativo e il risultato netto di pertinenza del Gruppo. "Per Stef, il 2016 è stato un anno solido, grazie all'apporto delle attività trasporto e logistica Francia e al contributo sempre maggiore delle attività internazionali, sia in termini di fatturato che di redditività", commenta Jean-Pierre Sancier, direttore generale del Gruppo. "Anche le attività marittime, dal canto loro, hanno chiuso l'esercizio in maniera soddisfacente. Nel 2016, il Gruppo ha consolidato la propria presenza in Europa, con la conclusione di due accordi di partnership strategici in Germania e in Svizzera, ampliando la propria rete nei Paesi Bassi e integrando il ramo d'azienda delle attività logistiche di un cliente in Italia".

Intergen: installato un nuovo impianto di cogenerazione presso Rovagnati

Intergen, divisione energia di IML Group, rinnova la collaborazione con Rovagnati. L'impianto di cogenerazione installato da Intergen nello stabilimento di Villasanta (Mb), sede del noto salumificio brianzolo, è equipaggiato di due motori endotermici Mwm, modello TCG2020V12 (500 NOx), alimentati a gas naturale, che generano ciascuno una potenza elettrica di 1200 kWe, ed è collegato al teleriscaldamento del comune di Villasanta. L'impianto renderà più efficiente il processo di produzione, minimizzerà gli sprechi energetici, ridurrà i costi di produzione e limiterà le emissioni di Co2 in atmosfera. La capacità di personalizzare i sistemi di cogenerazione, tenendo sempre in considerazione le necessità di ogni realtà produttiva, ha reso Intergen un importante player nel panorama energetico nazionale e mondiale.

Carta e cartone, campioni di sostenibilità

Un convegno, promosso da Comieco, sottolinea vantaggi e potenzialità di questi materiali applicati al food packaging. Anche alla luce della "neonata" legge Gadda n. 166/16 contro gli sprechi alimentari.

Lo spreco alimentare in Italia ammonta a circa 16 miliardi di euro l'anno, che corrisponde all'1% del Pil. Generando uno spreco di risorse e di ricchezza difficilmente sostenibile. Un contributo concreto, per contrastare questo problema, arriva dagli imballi in carta e cartone. È quanto è emerso dal convegno intitolato 'Food packaging in carta e cartone: innovazioni contro gli sprechi', promosso da Comieco, Consorzio nazionale recupero e riciclo degli imballaggi a base cellulosica, che si è tenuto lo scorso 24 marzo presso la Camera di commercio di Milano. A prendere parte all'evento, anche rappresentanti del mondo istituzionale come Milena Battaglia, del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, e l'onorevole Maria Chiara Gadda della commissione Ambiente, territorio e lavori pubblici della Camera dei deputati, relatrice e firmataria della Legge n.166/16 contro gli sprechi alimentari.

"La Legge 166, in vigore dal 14 settembre 2016, prova a rispondere a un bisogno sociale sempre più diffuso, ovvero quello del recupero delle eccedenze prima che queste si trasformino in scarti, così che altre persone ne possano beneficiare", sottolinea l'On. Maria Chiara Gadda. "Una legge che non vuole essere impositiva o sanzionatoria, ma volta a rimuovere gli ostacoli burocratici e operativi che, in passato, hanno ostacolato le donazioni". Nei 18 articoli della legge viene più volte sottolineato il ruolo dell'imballaggio nella lotta allo spreco alimentare, grazie alla duplice funzione di proteggere il prodotto e fornire al consumatore le informazioni per un'adeguata conservazione.

"In quest'ottica, gli imballaggi cellulosici sono tra i migliori alleati della legge", spiega Piero Attoma, presidente di Comieco: "Il problema dello spreco alimentare riguarda infatti i più diversi ambiti, dai campi all'industria, ma è soprattutto nelle case degli italiani che si gioca la 'partita' più importante: ogni anno in una famiglia si buttano nell'immondizia in media 145 kg di cibo, ovvero il 75% dello spreco complessivo nel nostro Paese per un costo di 360 euro annui. Carta e cartone, oltre a costituire un perfetto esempio di economia circolare, si prestano particolarmente a essere oggetto di innovazioni in grado di prolungare la conservazione di un prodotto o di immettere nella raccolta differenziata confezioni che altrimenti finirebbero in discarica: innovazioni che, se applicate, anche grazie ai milioni di euro stanziati dalla legge Gadda, potrebbero generare risparmi economici an-



che molto significativi. Quello del packaging cellulosico è un ruolo molto importante, se pensiamo che il 58% degli imballaggi in carta e cartone è impiegato in campo alimentare".

Ma in che modo carta e cartone possono rappresentare i 'motori' della lotta allo spreco? Comieco lo spiega nel volume 'Packaging naturalmente tecnologico', presentato nel corso del convegno e realizzato in collaborazione con il Politecnico di Milano. "L'idea era quella di raccogliere, in un unico volume, i contributi di molti esperti di packaging proponendo concreti casi di studio", spiega Barbara Del Curto, del Politecnico di Milano. "I destinatari di questo volume sono infatti tutti coloro che si occupano di ricerca e sviluppo nell'ambito delle tecnologie applicate al settore alimentare. E che vogliono sviluppare soluzioni sostenibili, capaci di dotare il pack di funzioni aggiuntive."

Fino a qualche anno fa, il packaging dei prodotti limitava infatti la sua funzione alla protezione del contenuto da contaminazioni esterne. L'evoluzione in questo campo ha portato a nuovi scenari e alla contestuale definizione di un nuovo approccio, nel quale l'innovazione più significativa è rappresentata dal packaging funzionale o smart packaging. Questo termine si riferisce a quelle soluzioni in cui è previsto l'impiego di un materiale, un trattamento superficiale o una tecnica di confezionamento in grado di svolgere una funzione aggiuntiva rispetto a quelle tradizionali di conte-

nimento e generica protezione dei prodotti. Ad esempio il 'packaging attivo' interagisce costantemente e attivamente con il prodotto contenuto, mentre il 'packaging intelligente' è in grado di rappresentare oggettivamente la storia del prodotto e quindi il suo livello di qualità. "Le nanoparticelle rappresentano una grande opportunità nella creazione degli imballaggi cosiddetti attivi e, nello specifico, di imballaggi con proprietà antimicrobiche", sottolinea Graziano Elegir di Innovhub, azienda speciale della Camera di Commercio di Milano che svolge attività di ricerca applicata, consulenza tecnico-scientifica e testing industriale. "L'imballaggio attivo può agire con un meccanismo detto 'a rilascio', dove le molecole migrano dal packaging verso l'alimento, oppure con un meccanismo 'a contatto', dove l'agente antimicrobico è 'immobilizzato' nello strato più superficiale dell'imballaggio", spiega ancora Graziano Elegir, che sottolinea le interessanti prospettive di sviluppo dei nanomateriali per l'applicazione negli imballaggi cellulosici. Altro tema fondamentale, quando si parla di conservazione e allungamento della shelf life, è quello delle barriere all'ossigeno: "L'uso di nanocristalli di cellulosa spalmati sui packaging flessibili ci ha permesso di realizzare un filtro sottilissimo - inferiore a un micron - ma dotato di un elevatissimo effetto barriera all'ossigeno: 700 volte superiore alla media", spiega Luciano Piergiovanni, di PackLab, dipartimento di Scienze e tecnologie alimentari e microbiologiche dell'Università di Milano. Ma se da un lato l'evoluzione del packaging porta allo sviluppo di prodotti che offrono funzionalità aggiuntive, dall'altro lato la costante attenzione alle problematiche ambientali impone di ridurre all'essenziale il packaging per diminuire la quantità di rifiuti. Di conseguenza studiare il packaging di un prodotto vuol dire anche pensare al suo fine vita. L'esempio più immediato è costituito dallo sviluppo di materiali biodegradabili e le relative tecnologie di processo, ma anche tutti i trattamenti a base naturale che possono essere applicati ai materiali a base cellulosica, insieme a innovazioni quali la nanocellulosa e i nuovi materiali compositi a base cellulosica con aggiunta di biopolimeri. Senza dimenticare l'importante ruolo svolto dalle etichette, che possono fornire informazioni sempre più precise su come conservare correttamente un prodotto prolungandone la shelf life o su come conferire la confezione nella raccolta differenziata.

Federica Bartesaghi

**PER FARE UN BUON SALAME
CI VUOLE TANTA ACQUA**

STA

Società Trattamento Acque

L'acqua per passione...

IMPIANTI DEPURAZIONE ACQUE REFLUE
TRATTAMENTO ACQUE PRIMARIE

S.T.A. SOCIETÀ TRATTAMENTO ACQUE S.R.L.
VIA GIORDANO DI CAPI, 28/30 Z.I. VALDARO - MANTOVA
STACQUE.COM



Ipack-Ima: l'innovazione in mostra

Appuntamento, a Fiera Milano, dal 29 maggio al 1° giugno, con l'edizione 2018 della rassegna. Tutte le novità di una manifestazione che si rinnova nel concept e nella proposta espositiva.

A poco più di un anno dall'edizione 2018 di Ipack-Ima è elevata l'attenzione degli operatori del settore. La 24esima edizione della manifestazione dedicata alle tecnologie di processo e confezionamento alimentare e ai materiali andrà in scena a Fiera Milano dal 29 maggio al 1° giugno.

Il progetto, concepito dalla nuova compagine societaria costituita da Ucima (Unione costruttori italiani macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio) e Fiera Milano, ha già permesso infatti di ricevere centinaia di adesioni da parte di primarie aziende italiane e interna-

zionali, consolidando l'interesse del mercato

A poco più di un anno dall'apertura la maggioranza degli spazi espositivi disponibili risulta già prenotata. Numerosi grandi player del settore hanno già confermato la loro presenza: Aetna Group, B&R Automation, Bizerba, Bühler, Fabbri Group, Goglio, Ima, Ocrim, Pavan, PFM, Schubert Group, Sick, Siat, Sit, Rockwell Automation. Grande apprezzamento anche per il nuovo format di Ipack-Ima, che abbina alla verticalità della proposta una suddivisione efficace del layout espositivo per "settori clienti", definiti attraverso otto business community

(food, fresh & convenience; confectionary; beverage; pasta, milling & bakery; industrial & durable goods; health & personal care; chemicals industrial & home; fashion & luxury).

Ulteriore elemento distintivo di Ipack-Ima 2018 sarà 'The Innovation Alliance', il progetto che riunisce cinque anime dell'eccellenza fieristica italiana ed internazionale: Ipack-Ima, Meat-Tech (tecnologie per il processing e il packaging per l'industria della carne, alla sua seconda edizione), Plast (tecnologie per l'industria delle materie plastiche e della gomma), Print4All (printing, converting e stampa industriale, alla sua prima edizio-

ne) e Intralogistic Italia (soluzioni innovative e sistemi integrati destinati a movimentazione industriale, gestione del magazzino, stoccaggio dei materiali e al picking). La promozione della manifestazione sta procedendo a pieno ritmo e in maniera capillare. Molteplici i canali utilizzati per comunicare nuova immagine e contenuti presso potenziali espositori e per catturare l'attenzione di buyer da tutto il mondo: dalla rete commerciale di agenti di Fiera Milano diffusa in 40 Paesi, alle partnership con oltre 300 associazioni di utilizzatori di tecnologie nei principali mercati industriali, alla presenza diretta a numerose manifestazioni, da Propak Vietnam all'algerina Djazagro, ad alla tedesca Interpack, a Propak Asia a Bangkok e RosUpack a Mosca. Promuovere cultura, tecnologia e innovazione: questo l'obiettivo di Ipack-Ima che, oltre alla rassegna tecnologica, offrirà anche momenti di approfondimento sulla cultura industriale con numerosi eventi collaterali.

Si parlerà di sicurezza e anticontraffazione, di qualità e tracciabilità alimentare e non, di sostenibilità, di Industry 4.0 e di economia circolare applicate al mondo del processing e packaging. Focus su packaging di lusso, settore in forte crescita che richiede soluzioni sempre più innovative. Debutterà a Ipack-Ima 2018, Ipack-mat, un'area espositiva salone satellite dedicata a soluzioni di packaging design mirate: anticontraffazione, e-commerce, materiali funzionalizzati, smart packaging, premium packaging e packaging ad alto valore aggiunto e/o a basso impatto ambientale per le industrie alimentari e non alimentari.

E una piccola anteprima della mostra già nel 2017: il food è strategico per tutte le imprese del packaging, pertanto Ipack-Ima è presente a Tuttofood con Ipack-Ima Village, dove verranno mostrate alcune soluzioni di packaging design in una lounge dedicata.

Riccardo Colletti

L'ETICHETTA CHE COMUNICA IL VALORE DEL TUO PRODOTTO nel rispetto della normativa

stoneline
INDUSTRIA GRAFICA PUBBLICITARIA

Vigarano Mainarda (FERRARA)
Tel. 0532 43107 / 0532 436791
www.stoneline.it info@stoneline.it

Meat-Tech 2018: il futuro dell'industria delle carni

Il futuro dell'industria delle carni, tra innovazione tecnologica ed evoluzione del mercato, si delinea a Milano con Meat-Tech 2018, mostra dedicata all'industria della lavorazione e del confezionamento della carne e del settore ittico, in programma dal 29 maggio al 1° giugno 2018 a Fiera Milano in contemporanea con Ipack-Ima. La rassegna presenta il progetto in un momento favorevole per il comparto. Secondo l'Agricultural Outlook 2016-2025 (Ocse-Fao), nel 2025 la produzione mondiale di carne è prevista in crescita del 16% rispetto al periodo di riferimento 2013-15, trainata in particolare dalla domanda di carne di pollame; un'opportunità da tenere d'occhio per tutti i produttori di macchine per la lavorazione delle carni. All'interno di questo scenario, Meat-Tech 2018 può contare sulla presenza di un comitato di indirizzo strategico che condivide le linee strategiche della mostra. Ne fanno parte rappresentanti di aziende di primissimo piano, quali: Abm Company, Anima Assofoodtec, Assica, Coligroup, Colussi Ermete, Europrodotti, Fratelli Pagani, Frutarom, Gb Bernucci, Gheri Meat Technology, Handtmann Italia, Inox Meccanica, Levoni, M.A.V. Engineering, Minerva Omega Group, Niederwieser, Pulsar Industry, Risco, Rovagnati, Techpartner, Travaglini, Ulma Packaging, Velati, Veripack.

Continua anche il lavoro progettuale degli organizzatori che, per rispondere e anticipare le esigenze del mercato, hanno presentato alla propria community di riferimento il nuovo progetto Meat+. Che esalterà alcune importanti fasi del processo di lavorazione e conservazione di carni e affettati. Nel 2018 il focus sarà posto sulle tecnologie per la catena del freddo, fondamentali a tutte le latitudini per conservare i prodotti prima, durante e dopo la lavorazione, e le piccole attrezzature per la produzione, il taglio e il confezionamento dei prodotti a base di carne, sempre più utilizzate anche dalla grande industria, oltre che dalla Gdo, negozianti al dettaglio e ristorazione.



Packaging etico: una scelta 'che paga'

Un confezionamento sostenibile può risultare anche economicamente vantaggioso. Lo dimostrano le ultime soluzioni firmate Sealed Air. Protagoniste di un evento lo scorso 22 marzo a Passirana di Rho (Mi).

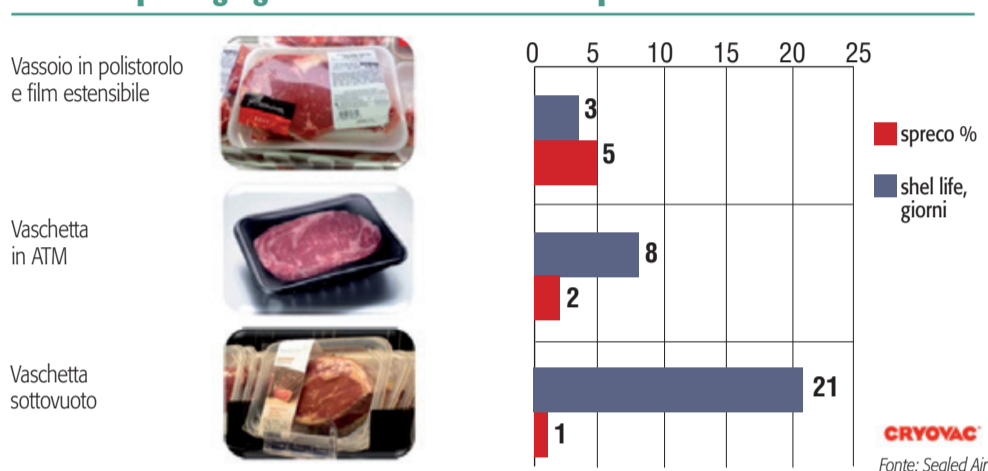
Elevate performance, sostenibilità dei processi e dei materiali, competitività nei costi. Sono questi i cardini su cui si fonda l'attività di Sealed Air. "Principi guida che ci permettono di aiutare i nostri clienti a vincere la loro sfida quotidiana sul fronte della sicurezza alimentare, dell'efficienza operativa, dell'estensione della shelf life e del brand building. Ma è la sostenibilità il vero fulcro di tutto ciò che facciamo", sottolinea Luca Grassi, direttore vendite Italia. Ed è proprio la sostenibilità il tema chiave dell'evento che si è tenuto lo scorso 22 marzo presso lo stabilimento di Passirana di Rho, in provincia di Milano. Uno dei maggiori siti produttivi di Sealed Air, oggi al centro di un importante processo di ammodernamento, per un investimento che supera i 50 milioni di dollari. E che festeggia, proprio nel 2017, il 60esimo anniversario dalla sua fondazione.

Perché scegliere un packaging sostenibile?

"Se analizziamo gli ultimi trend di consumo evidenziati da Nielsen, vediamo che oggi i prodotti freschi confezionati risultano più performanti rispetto ai corrispettivi non confezionati", spiega Andrea Questa, retail manager per l'Italia. Che sottolinea anche come, nel momento dell'acquisto, il consumatore moderno sia più incline a scegliere prodotti confezionati in packaging eco-friendly: "Per un'azienda, scegliere di adottare soluzioni di confezionamento sostenibili è un vero investimento. Da un lato, infatti, è dimostrato che vendono di più. Dall'altro, questo tipo di confezioni lega l'immagine del brand a quei valori morali che stanno sempre più a cuore ai consumatori di tutte le età. Perché come recita una famosa massima di Doug McMillon, Ceo di Walmart, un consumatore non pagherà mai un centesimo in più per la sostenibilità. Ma a parità di prezzo, sceglierà sempre un prodotto sostenibile".

Federica Bartesaghi

Soluzioni packaging: relazione tra shel life e spreco



L'impatto del packaging nella filiera della carne

"Dai risultati di un'indagine condotta nel 2015 è emerso che per il 90% dei consumatori l'imballaggio è la principale causa dello spreco. È quindi evidente che la maggior parte dei consumatori non ha ancora capito quando il packaging sia importante proprio nella lotta allo spreco alimentare", sottolinea Laura Passerini, sustainability and life cycle specialist. "Inoltre, per quantificare l'impatto di un determinato prodotto sull'ambiente, bisogna analizzare tutto il suo ciclo di vita. Se prendiamo in considerazione la filiera della carne, infatti, vediamo come l'imballaggio rappresenti solo il 4% dell'energia utilizzata lungo tutta la supply chain, contro il 63% dell'energia impiegata per la produzione stessa della carne. Ne consegue che la carbon footprint di 1 kg di carne è circa 370 volte la carbon footprint del sacco che lo contiene".

Meno packaging, più protezione: le soluzioni 'sostenibili' di Sealed Air

Cryovac Mirabella

L'ottimizzazione del volume di una confezione è un tassello molto importante nella lotta allo spreco. È infatti dimostrato che la diminuzione del 30% in volume del packaging primario porta a una riduzione del 20% in carbon footprint sul sistema nel suo insieme. Un risultato che Sealed Air è riuscita a conseguire con la soluzione Cryovac Mirabella. Pur mantenendo le stesse identiche garanzie di shelf life e qualità, questa soluzione di confezionamento riduce notevolmente l'impatto ambientale.

Cryovac OptiDure

Il nuovo sacco Cryovac OptiDure garantisce un minore impatto ambientale rispetto ai sacchi tradizionali. A parità di shelf life, genera una carbon footprint inferiore del 24% grazie alla presenza del 34% di imballaggio in meno.



Soluzioni Skin: il mondo Darfresh

Chi opta per il confezionamento in skin, sceglie la soluzione di packaging che consente la maggiore estensione della shelf life del prodotto. Grazie all'uso di materiali 100% r-PET, l'innovativo Cryovac Darfresh Bottom r-PET per il confezionamento skin in vassoio rigido consente una riduzione delle emissioni di CO2 pari al 30% e un consumo energetico complessivo inferiore del 50% rispetto al vassoio in PS espanso + PVC. L'esempio più evoluto di packaging sostenibile è il sistema Cryovac Darfresh on Tray che, oltre a una riduzione del consumo di film - che raggiunge anche il -40% - permette di produrre confezioni senza generare scarti e consente un aumento della velocità della macchina fino al 40%.



Cryovac Sealappeal PSF e OSF

I nuovi film termoretraibili mono-materiali Sealappeal PSF e OSF per tray lidding e flow pack sono più sottili rispetto ai tradizionali (da 40 a 17 micron) pur garantendo la massima trasparenza, pelabilità, ermeticità e, naturalmente, la totale riciclabilità. Sealappeal PSF, in particolare, è pensato per il confezionamento tray lidding dei prodotti freschi e presenta uno strato saldante PET unico. Sealappeal OSF, invece, è un film mono-materiale pelabile per trattamento termico con uno strato saldante PET unico studiato per applicazioni tray lidding e flow pack ideale per piatti pronti, foodservice e ready to cook. Compatibile con forno tradizionale e microonde.



IN CONNECTION WITH THE WHOLE WORLD

Studio Guidotti




-  MEAT
-  DIARY
-  FISH
-  FRUIT & VEGETABLES
-  REFRIGERATION
-  CLEAN ROOMS
-  CONTROLLERS & SERVICE

Self-adjusting condensation
 Enthalpy air renewal
 Sub-cooling
 Condensation heat recovery system
 Ammonia and carbon dioxide refrigeration systems

FRIGOMECCANICA
Impianti Frigoriferi Industriali


 Discover our
 technology energy
 saving systems

Service

H24

FRIGOMECCANICA S.p.A. Via Provinciale 19 · 43038 SALA BAGANZA (PR) Italy
 Tel. +39 0521 835666 · Fax +39 0521 834070 · info@frigomeccanica.it · www.frigomeccanica.it

WE CUSTOMIZE SERVICES FOR THE FOOD INDUSTRY



FRIGOMECCANICA

Impianti Frigoriferi Industriali

- Fermenting, drying and smoking rooms for salami and prosciutto
- Clean Rooms
- Thawing Systems
- Air conditioning for processing areas
- Ovens for mortadelle and ham
- Sw data acquisition from the microprocessors
- Computer management systems
- Refrigeration systems for the food industry



La quarta rivoluzione industriale: istruzioni per l'uso

A cura di Federica Bartesaghi

Saper rispondere alle molteplici richieste di un mercato sempre più complesso è la sfida che il comparto industriale italiano si trova ad affrontare oggi. "Ieri, per fare un esempio, un produttore di yogurt aveva tre prodotti, oggi ne ha 97", evidenzia Jacopo Brunelli, partner e managing director per il The Boston Consulting Group. Forse, la ricetta per vincere questa sfida può essere rappresentata dall'Industria 4.0. Ma cosa vuol dire, esattamente, Industria 4.0? E quali sono le potenzialità e le problematiche espresse da questa tanto dibattuta quarta rivoluzione industriale? A queste domande si è cercato di trovare una risposta lo scorso 13 e 14 marzo, nel corso del Manufacturing Forum de Il Sole 24 Ore, che si è tenuto presso la sede del quotidiano milanese.

Il 1° gennaio 2017 ha preso ufficialmente il via il Piano Industria 4.0, con il quale il Governo ha lanciato una sfida ambiziosa per l'industria manifatturiera italiana: utilizzare le nuove tecnologie digitali per valorizzare l'artigianalità propria del nostro tessuto imprenditoriale. Tecnologie che consentono di raggiungere un altissimo livello di connessione e integrazione all'interno della catena del valore. E quindi tra clienti, fornitori e tra gli stessi reparti produttivi. Abbattendo costi e tempi e incrementando notevolmente la capacità produttiva.



Un momento dell'evento

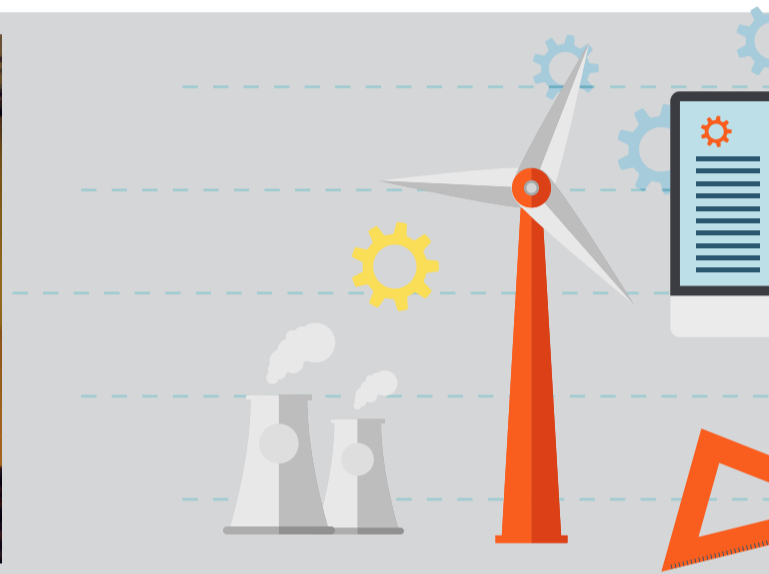
Un esempio su tutti è l'impiego della sensoristica, che promette di anticipare gli interventi manutentivi e monitorare costantemente il lavoro della macchina. Immagazzinando, allo stesso tempo, una grande quantità di dati (i famosi 'Big data') utili alla pianificazione del business aziendale. Da non sottovalutare anche il 'fattore umano': è acceso il dibattito relativo al ruolo che l'uomo svolgerà all'interno di fabbriche sempre più robotizzate. Ma se l'avvento dell'automazione comporterà inevitabilmente la perdita di una certa tipologia di posti di lavoro, altrettante saranno le nuo-

ve competenze e professionalità richieste. Servirà personale in grado di gestire queste fabbriche sempre più digitali, elaborare le informazioni generate dal cloud e colmare quel gap occupazionale che inevitabilmente si verrà a creare.

"Oggi, in Italia, il 30% delle imprese ha avviato o sta per avviare investimenti sull'industria 4.0. Il 70% non lo ha fatto e il 40% dice di non sapere ancora cosa sia l'industria 4.0", spiega Andrea Bianchi, direttore delle Politiche industriali di Confindustria e membro della cabina di regia per l'attuazione del Piano Industria 4.0. Diversi i

'problemi' di natura strutturale rappresentati dal tessuto industriale italiano. In primis una dimensione aziendale prevalentemente medio-piccola. Che vede il Nord del Paese molto legato alla manifattura tedesca, il Mezzogiorno che presenta alcune grandi realtà industriali e il Sud più a 'macchia di leopardo'.

Altro nodo è quello delle infrastrutture, un tema che trova ampio spazio nel Piano del ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda. "L'Ue ha fissato degli obiettivi per 2020", sottolinea ancora Andrea Bianchi. "Oggi siamo ancora molto lontani dal



CONSIGLI 4.0

Non è tutta (o solo) una questione di tecnologia

Per muovere i primi passi verso la quarta rivoluzione industriale bisogna prima di tutto chiedersi: Quali tecnologie possono massimizzare il mio lavoro? Per farsi questa domanda, l'imprenditore deve effettuare, a monte, un'approfondita valutazione del proprio modello di business. Analizzando cosa funziona e cosa, invece, può essere migliorato. Una volta individuati i punti critici del processo produttivo, si può scegliere di potenziarli anche dal punto di vista tecnologico. "Prima di armarsi e partire è fondamentale capire quali sono i nostri punti di forza", sottolinea Alberto Zamperla, presidente dell'omonima azienda costruttrice di gioiastre meccaniche. Va in quest'ottica anche l'intervento di Alessandro Berzolla, chief operation officer per Dallara Automobili: "L'obiettivo non è tanto quello di sfruttare il Piano Industria 4.0 per 'riempirsi di macchinari', ma piuttosto analizzare i nostri processi e le nostre esigenze e solo allora dotarsi delle tecnologie a noi più consoni".

Siate curiosi e non abbiate paura del cambiamento

Per le aziende è fondamentale guardare con curiosità al mercato e a ciò che fanno i nostri competitor, sia in Italia sia all'estero. "Da anni, ormai, mi ritaglio un giorno

al mese per visitare un'azienda, anche e soprattutto in comparti produttivi diversi dal mio", spiega Marco Nocivelli, presidente e amministratore delegato del Gruppo Epta. "È per me una grande fonte d'ispirazione e di soluzioni innovative che possono, magari, trovare applicazione anche nel mio campo". E aggiunge: "Quando sono diventato amministratore delegato, anni fa, ho deciso di introdurre il promo robot in azienda. E ho incontrato non poca resistenza. Oggi ne abbiamo una quindicina e nei prossimi anni i sistemi robotizzati saranno sempre di più. Questo per dire che occorre compiere uno sforzo di mentalità che deve partire, sempre, dal capo dell'azienda. La strada del cambiamento è difficile e rischiosa ma alla fine, credetemi, paga". Gli fa eco Alberto Zamperla: "Otto anni fa ho comprato la prima stampante digitale per l'azienda. I tecnici non l'hanno nemmeno guardata. Certo, è più facile rimanere nella nostra comfort-zone, ma dobbiamo imparare a metterci in discussione, ogni giorno".

Logistica hi-tech: molta spesa (ma anche tanta resa)

"Grazie a questo livello di automazione, possiamo fare in Italia quello che, altrimenti, saremmo costretti a fare in Cina", sottolinea Daniele Fregnan, vicepresidente alla logistica per Benetton. Mentre racconta le best practice della loro azienda, sullo schermo compaiono le immagini del

magazzino hi-tech di Treviso, in grado di smistare in modo del tutto automatico più di 100 milioni di capi di abbigliamento l'anno e indirizzarli verso i 5mila negozi del gruppo sparsi nel mondo, "con un costo end-to-end di appena 45 centesimi", aggiunge. Certo, alle spalle ci sono enormi investimenti nelle linee di smistamento, "ma è stato il mercato stesso a richiederci di compiere un cambiamento radicale nella nostra supply chain". A portare il proprio know-how anche il Marcello Corazzola di Fercam, multinazionale della logistica con sede a Bolzano. Che sottolinea l'importanza di investire nell'efficiamento dei processi logistici per far fronte alle nuove richieste del mercato. "Immaginate il contesto in cui lavora oggi un operatore logistico, a cui viene richiesto che i prodotti siano disponibili h24 e per il quale è difficile prevedere quali saranno i volumi da movimentare anche solo nelle seguenti due ore".

La tecnologia non è nulla, senza controllo

"Parlare di 4.0 significa parlare, prima di tutto, di digitalizzazione. La digitalizzazione, rispetto a un modello di business 'analogico', porta a generare un'enorme quantità di informazioni. Ma non basta avere queste informazioni per poterle utilizzare a nostro vantaggio, bisogna saperle gestire. Ovvero bisogna tradurre le informazioni in dati e per farlo serve un sistema gestionale Erp potente e fles-

Automazione e Internet of Things, logistica hi-tech e Big data, cloud ed Erp, formazione del personale e ricerca. Questi i temi affrontati nel corso del Manufacturing Forum, organizzato da Il Sole 24 Ore sul tema della Industry 4.0.



raggiungerli, ma è necessario allinearci agli altri Paesi europei". Per farlo, uno degli scogli da superare è la lontananza tra industria e ricerca. A questo proposito il Piano prevede la creazione di due nuovi istituti proposti a questo obiettivo: il 'Competence center', un luogo in cui sviluppare progetti 4.0; e il 'Digital innovation hub', per sensibilizzare gli imprenditori sul tema industria 4.0.

Altro punto fermo del Piano è il rilancio degli investimenti: "Negli ultimi anni il crollo degli investimenti ha portato a un complessivo invecchiamento del sistema pro-

duffivo italiano. E senza nuovi macchinari le imprese sono, per forza di cose, meno competitive", aggiunge Andrea Bianchi. "Rimettere in moto gli investimenti pubblici e privati è quindi il primo obiettivo del Piano. E per farlo sono previste agevolazioni fiscali molto potenti". Determinante, in questo processo, anche il ruolo delle banche, "che devono farsi attive promotrici dell'innovazione, sia per chi produce in Italia, sia per chi ha bisogno per lo più di servizi e strumenti al servizio della ricerca, o comunque di attività corporate", aggiunge Beppe Fumagalli, ceo di Candy.

sibile". A parlare è Fabrizio Saro, ceo di Fluentis, specializzata nello sviluppo di soluzioni gestionali rivolte alle Pmi. Il suo consiglio, per approcciare il mondo dell'Industry 4.0, è la scelta di una soluzione 'ibrida' tra i software on-premise e cloud: "È utile la creazione di un gruppo di lavoro che, parallelamente, si occupi di portare avanti piccoli progetti pilota per capire quali sono le aree del sistema informativo che possono essere portate in cloud".

È iniziata l'era dei "collaboratori premium"

Sul fattore umano e sull'integrazione tra uomo e macchina si è espresso Paolo Scudieri, amministratore delegato di Adler Plastic, secondo player al mondo e primo in Italia nel settore dei componenti per automobili: "È importante che i collaboratori siano parte attiva dell'evoluzione in fabbrica. Devono staccarsi dalla concezione di operaio di stampo fordiano e vivere con serenità il cambiamento, fieri di farne parte". E continua: "Nel nostro caso specifico, dopo l'evoluzione digitale, si è presentato un esubero di forza lavoro pari al 15%. Professionalità che sono state formate e reinserite in azienda con mansioni diverse".

"Pensa in grande, ma parti dal piccolo"

"Secondo un'indagine di Federmeccanica dello scorso settembre, l'85% delle imprese italiane è di dimensioni medio-piccole. Inoltre, il 25% della loro capacità produttiva, dall'inizio della recessione economica, è praticamente inutilizzato", commenta Corrado La Forgia, direttore industriale di Bosch Vhit. "Credo sia inutile illuderci che oggi la rivoluzione 4.0 sia alla portata di tutti. Molte aziende possono continuare a essere competitive anche con il 2.5 o il 3.5. Quello che tutti possono iniziare a fare, però, è un'operazione di revamping degli impianti industriali già esistenti. Perché è giusto pensare in grande, ma partire dal piccolo".

MEAT TECH
Processing & Packaging
for the Meat Industry

**SOLUTIONS
FOR YOUR BUSINESS**

Fiera Milano,
29 Maggio - 1 Giugno 2018
www.meat-tech.it

MEMBER OF:

PROMOSSA DA:

ORGANIZZATA DA: IPACK IMA SRL (JOINT VENTURE TRA UCIMA E FIERA MILANO)

IPACK IMA Srl Strada Statale del Sempione km 28 - 20017 Rho - Milano
Tel. 02.3191091 - Fax 02.33619826 - ipackima@ipackima.it - www.ipackima.it

IPACK-IMA 2018 | @ipackima | #ipackima2018 | IPACK-IMA 2018

Il punto vendita si 'veste' di nuovo

Il connubio tra tecnologie avanzate e commercio al dettaglio è stato protagonista dell'edizione 2017 di Euroshop, a Düsseldorf dal 5 al 9 marzo scorsi.

La progressiva digitalizzazione del commercio e le soluzioni omni-canale. L'emozione durante la shopping experience ma anche le tecnologie Led e le tecniche di refrigerazione. Oltre, ovviamente, al risparmio energetico e alla sostenibilità. Questi alcuni dei temi centrali a Euroshop 2017, la kermesse numero uno al mondo per il settore retail, che ha chiuso le sue porte a Düsseldorf, lo scorso 9 marzo, con il miglior risultato raggiunto in 50 anni di storia, con oltre 113mila visitatori e 2.368 espositori. Nutrita anche la presenza di aziende italiane in fiera - ben 229, seconda sola alla Germania e alla Cina - che hanno presentato le loro ultime soluzioni dedicate commercio al dettaglio.

Federica Bartesaghi

CHECKPOINT SYSTEMS

Freschezza e niente sprechi con la soluzione FreshFinder



Retailer e vendor del settore alimentare devono far fronte allo spreco di cibo, causa di mancato incasso e spreco del costo, ma anche di ulteriori spese per recuperare e smaltire le scorte scadute. Una risposta efficace viene dalla tecnologia 'FreshFinder' di Checkpoint: un sistema di classificazione e identificazione automatica dei prodotti che, attraverso la tecnologia RFID, porta vantaggi quantitativi e qualitativi a retailer e produttori, dalla fase di produzione e confezionamento, alla quotidiana operatività di negozio, sino al controllo di sicurezza sui punti d'uscita. La raccolta e l'analisi in tempo reale di tutti i dati di disponibilità a scaffale e delle giacenze in stock riduce le tempistiche di inventario, e consente di ridurre gli sprechi e massimizzare le vendite in modo proattivo.

EPTA

La partnership con Lactalis e la creazione de l'Allée des Fromages

La portata innovativa del concept '#EptaExperience is the way', leitomotive della partecipazione di Epta a Euroshop 2017, è confermata dalle numerose collaborazioni con partner di fama internazionale, player di riferimento nei rispettivi settori. In particolare, Epta e Lactalis, primo gruppo al mondo nel settore caseario, hanno lanciato l'Allée des Fromages, un'inedita soluzione di visual merchandising che rivoluziona l'intera area dei verticali a libero servizio chiusi da porte. La chiave di lettura dell'Allée des Fromages è la valorizzazione dell'universo del formaggio, organizzato in quattro poli: Formaggi da degustare, ideali a fine pasto, Piacere & benessere, per chi è attento alla linea, Pratico e goloso, per sandwich e aperitivi, e Formaggi in cucina, per la preparazione di ricette dolci e salate. I poli sono segnalati con colori e materiali diversi, che concorrono a rendere l'identificazione degli articoli più intuitiva e potenziare l'atmosfera 'boutique'. L'effetto 'wow' è garantito da uno schermo interattivo che permette di veicolare video advertising, coupon elettronici di sconto o persino quiz.



IMOON

Le ultime frontiere dell'illuminazione commerciale

Giovane e dinamica, ma con un'esperienza ultra ventennale nel settore dell'illuminazione di punti vendita commerciali, Imoon fornisce prodotti esclusivi e un servizio chiavi in mano nel campo dell'illuminotecnica. A Euroshop 2017 l'azienda ha portato sulla ribalta i valori della tradizione, il made in Italy e soprattutto la tecnologia, presentando due nuovi laboratori dedicati alle novità dei settori food e fashion. Per il settore food, la famiglia Venere Pro è stata potenziata con una nuova gamma di led specifici, ideati per un'illuminazione ancora più mirata per le differenti aree specialistiche (carne, pesce, pane e gastronomia). Ampliata anche l'offerta dei riflettori. Sulla ribalta quindi i lineari con le nuove versioni del Basic System Led: da quella standard (Flat) a quelle più performanti da un punto di vista tecnologico (Tech e Lens) fino a quella di design (Design).



ARIOLI AFRO

SOLUZIONI MECCANICHE DAL 1960



L'esperienza maturata in decenni di attività, unita alla dotazione delle più moderne tecnologie per la lavorazione meccanica, consentono all'Arioli Afro srl di essere un interlocutore esperto ed affidabile al servizio delle industrie alimentari.



Grazie ad una conoscenza approfondita dei processi produttivi, l'azienda ha sviluppato un'ampia gamma di macchine ed attrezzature progettate in particolare per il settore caseario e per le aziende di lavorazione della carne.



La competenza tecnica e la flessibilità produttiva permettono all'Arioli Afro srl di progettare e realizzare anche prodotti su misura in grado di soddisfare le molteplici e mutevoli esigenze dei clienti.

www.arioliafro.it

Arioli Afro srl - Viale Europa, 13 - 46019 Viadana (MN) Italy - Tel/Fax +39 0375 781624 - info@arioliafro.it

Etichette: come creare il giusto claim

Obbligatori o facoltativi, sono difficili da coniare e ancor più da far approvare. Lo stato dell'arte, tra regolamenti comunitari e lungaggini burocratiche. La parola a Giorgia Andreis, dello studio legale Avvocato Andreis e Associati, specializzato in diritto alimentare.

Prodotti salutistici e naturali, funzionali o artigianali. Oggi, alle aziende dell'agroalimentare viene chiesto di sviluppare nuove referenze caratterizzate da formulazioni originali e capaci di rispondere alle moderne esigenze dei consumatori. Prima fra tutte, quella di avere a disposizione prodotti buoni, ma che facciano anche bene. Dolci gustosi, ma con pochi zuccheri. Formaggi cremosi, ma con lo zero percento di grassi. Formulazioni che, sullo scaffale, si abbinano ad altrettanti claim nutrizionali. Ma la strada per approvarli è tutta in salita. Fatta di normative e interpretazioni, documentazioni scientifiche e lungaggini burocratiche. Capaci di scoraggiare anche la più strutturata delle multinazionali. E che, troppo spesso, vedono le istituzioni - in primis l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (Efsa) e l'Antitrust - incapaci di stare al passo con l'evoluzione della ricerca scientifica.

A offrirci uno scorcio di questo articolato dietro le quinte è Giorgia Andreis, dello studio legale Avvocato Andreis e Associati, specializzato proprio in diritto alimentare. Che, nel corso di un convegno organizzato da Aita, l'associazione italiana di tecnologia alimentare, ha affrontato l'attualissima problematica della regolamentazione dei claim nutrizionali. "Perché si fa presto a parlare di innovazione, ma bisogna anche chiedersi cosa, nel concreto, ci viene concesso fare", sottolinea Giorgia Andreis. "La legislatura comunitaria cerca di stare al passo con le scoperte scientifiche, ma non sempre riesce a fornire regole precise che permettano di gestire tutti i nuovi trend alimentari".

Il presupposto da cui si parte, quando si parla di diritto alimentare, è che tutti i player della filiera assumono una 'posizione di garanzia', ovvero garantiscono che le informazioni da loro veicolate sono corrette e che il prodotto non arreca danno alla salute. Nello specifico, l'Art. 36 e 37 Reg. Ce 1169/11, che disciplina la presentazione e le etichette dei prodotti alimentari, stabilisce che "le informazioni sugli alimenti fornite su base volontaria soddisfano i seguenti requisiti: non inducono in errore il consumatore, non sono ambigue né confuse per il consumatore e sono, se del caso, basate su dati scientifici pertinenti". In poche parole, un principio di veridicità e non ingannevolezza che si basa sulla fondatezza scientifica.

Basta poco per dire 'artigianale' o 'naturale'

"Ci sono termini, come 'artigianale', 'naturale' o 'genuino', che sono molto in voga nel settore alimentare", sottolinea



Giorgia Andreis. "Una terminologia che, tuttavia, fa molto discutere. Perché non esiste una normativa specifica in materia". In base alle disposizioni comunitarie, infatti, un prodotto può essere definito 'artigianale' quando è realizzato con un più che rilevante apporto umano e manuale. "Sappiamo bene, però, che nel mercato esistono moltissimi prodotti di chiaro stampo industriale che tuttavia si fregiano di questo aggettivo", spiega ancora l'avvocato. "Ciò accade perché, in base alla legge, affinché un prodotto possa definirsi 'artigianale' è sufficiente che uno degli ingredienti in esso contenuti sia realizzato secondo processi artigianali". Un discorso simile vale per i prodotti cosiddetti 'naturali' o genuini, spiega ancora l'avvocato: "Queste definizioni si applicano alle referenze 'clean label', come le chiamano nei Paesi anglosassoni, dove il trend si è affermato. Vale a dire prodotti che siano il più vicino possibile al loro stato originario, caratterizzati da tre macro principi: l'assenza di additivi, la presenza di ingredienti 'semplici', di uso comune, e il fatto di essere trattati con processi e tecniche tradizionali riconoscibili dal consumatore".

Dichiarazioni volontarie: maneggiare con cura

Capitolo a parte quello relativo ai prodotti 'senza'. "Una categoria di claim che non è disciplinata e che rientra nel campo delle 'dichiarazioni volontarie'", sottolinea Giorgia Andreis. "Quando un operatore decide volontariamente di dichiarare l'assenza di una determinata sostanza, allora l'operatore è tenuto a garantire che questa sostanza non sia presente all'interno dell'alimento neanche in minime percentuali". Come spiega l'avvocato, infatti, nel caso delle indicazioni obbligatorie le istituzioni tengono conto del fatto che nelle materie prime può essere presente una quantità residua di determinate sostanze. E, di conseguenza, stabi-

scono una soglia di tolleranza. "Nel caso delle indicazioni volontarie, invece, si pretende lo zero assoluto", sottolinea ancora l'avvocato. "Prendiamo ad esempio gli Ogm. In questo caso, la soglia di tolleranza è dello 0.9%. Ma se l'operatore decide, di sua spontanea volontà, di scrivere 'Ogm-free' sulla confezione, allora sarà tenuto a garantire la non presenza di questa sostanza al 100%".

Attenti a quei tre

"Per quanto riguarda i claim nutrizionali e salutistici, oggi è consentito utilizzare solo quelli già ammessi dalla Commissione Ue", spiega Giorgia Andreis. "Tuttavia, se un operatore riesce, dopo la verifica scientifica dell'Efsa, a fare approvare alla Commissione Europea un nuovo claim, allora in base al regolamento Ce 234/12 l'operatore avrà il diritto di utilizzo esclusivo di quel claim per i successivi cinque anni". Sempre che a 'mettere i bastoni tra le ruote' non ci pensi l'Antitrust. Il terzo attore in gioco nonché l'ente preposto ai controlli ufficiali e a comminare eventuali sanzioni per pratiche commerciali sleali (da 5mila a 5 milioni di euro). Prontissimo a condannare campagne pubblicitarie in cui "anche in presenza di claim salutistici ammessi o autorizzati dalla Commissione Europea", si legge sul sito dell'Authority, "l'impiego delle informazioni nutrizionali e sulla salute [risult] essere falso, ambiguo o fuorviante".

Alimenti funzionali e Novel foods

Gli alimenti cosiddetti 'funzionali' sono quelli che dimostrano, in maniera soddisfacente, di avere effetti positivi su una o più funzioni specifiche dell'organismo che vadano oltre gli effetti nutrizionali normali, in modo tale che sia rilevante per il miglioramento dello stato di salute e di benessere o per la riduzione del rischio di malattia. Risale invece a 20 anni fa la regolamentazione relativa ai 'Novel food', letteralmente 'nuovi alimenti': "Ad oggi, secondo le disposizioni del Reg. Ce 258/97, per Novel food si intendono quegli alimenti o ingredienti nuovi, per i quali non è dimostrabile un consumo 'significativo' al 15 maggio 1997 all'interno dell'Unione europea", spiega ancora Giorgia Andreis. "A partire da gennaio 2018, tuttavia, sarà introdotto un nuovo regolamento che aggiornerà ed estenderà l'elenco dei cosiddetti 'Novel foods'. E che includerà, con molta probabilità (e un pizzico di preoccupazione), anche alghe e insetti.

Federica Bartesaghi

DA 30 ANNI PROFESSIONISTI DELL'IGIENE
DETECTABLE | CONTENITORI RIFIUTI | MONOUSO | SPAZZOLE-SCOPE
 LINEA FLESH S.R.L. VIA DELLA CONCIA, 8 - 36071 ARZIGNANO (VI) - TEL. 0444 672544 - FAX 0444 672657
 INFO@LINEAFLESH.COM WWW.LINEAFLESH.COM

CSB-SYSTEM
www.csb.com
Nome prodotto

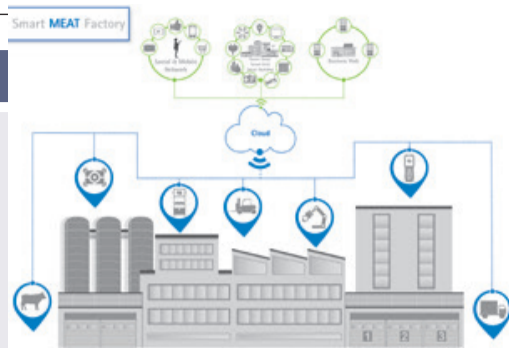
Software ERP CSB-System

Settore di applicazione

Carne e salumi.

Descrizione e punti di forza

Con le soluzioni per il software, l'automazione e l'elaborazione per immagini fornite dal gruppo CSB-System, qualsiasi azienda potrà percorrere la strada verso la trasformazione digitale. Anche nell'era della Smart Food Factory, tuttavia, l'ERP-System manterrà il suo ruolo di colonna portante dell'azienda. A tale proposito, il gestionale CSB-System, disponibile anche in Cloud-Service, gestisce non solo le anagrafiche e i dati sui movimenti, ma anche i dati



su prodotti, macchine e processi, il tutto senza ridondanze. In questo modo viene consentito un utilizzo coerente dei dati in tutti le applicazioni e lungo l'intera filiera: dal Customer relationship management alla pianificazione della produzione, dalla preparazione ordini al Business Intelligence. La strada verso lo stabilimento che lavora autonomamente viene spianata soprattutto dall'integrazione tra ERP-System e Mes (Manufacturing execution system).

VEMAG MASCHINENBAU GMBH - INOVA FOOD
www.inovafood.it
Nome prodotto

Linea flessibile carni fresche

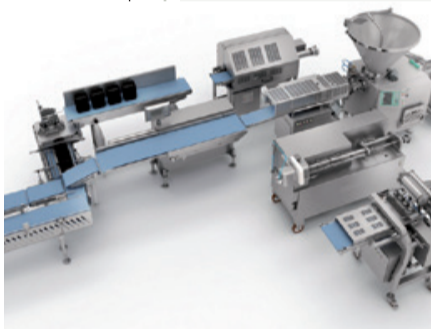
Settore di applicazione

Burger, polpette, trito di carne e insaccati.

Descrizione e punti di forza

La necessità di avere più linee per la realizzazione di prodotti a base di carne è ormai un ricordo del passato grazie alla versatilità di Vemag. Alta produttività, innovazione e morbidezza

unica degli elaborati possono essere ottenute semplicemente combinando tra insaccatrice e linea di confezionamento automatico, complementi della stessa lunghezza. Questo comporta il passaggio da 4 linee a una sola con un consistente risparmio di spazio senza rinunciare all'efficienza. Numerosi prodotti possono essere ottenuti con semplicità, tra cui polpette, hamburger, carne macinata e salsicce.



LAE®: uno spruzzo di sicurezza



LAE®, il nuovo conservante alimentare E423 Ethil Lauroil Arginato trova largo impiego nell'industria alimentare grazie al suo potere antimicrobico nei confronti di Listeria, Salmonella, Botulino, ... È una molecola altamente stabile ai trattamenti termici che resiste fino alla sterilità e quindi ben sopporta le normali procedure di pastorizzazione restando attiva per tutta la shelf-life del prodotto. **Le bassi dosi di impiego, il forte potere antimicrobico e la resistenza ai processi di lavorazione ne fanno un prodotto ideale per chi volesse una maggiore certezza nella stabilità e salubrità del proprio prodotto.**



I.T.ALI. srl - Via del Chionso 14/i - 42122 Reggio Emilia - Tel 0522/512775 - Email info@italisrl.com

TECNO BRIANZA BREVETTI
www.tecnobrianza.it
Nome prodotto

TBN-01

Settore di applicazione

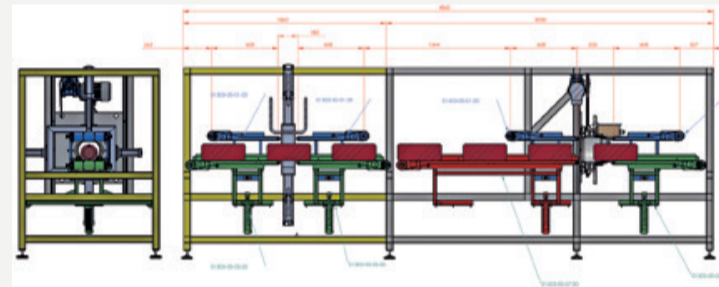
TBN-01 è una linea automatica orizzontale di alta produzione per la legatura dei salumi e dei prodotti alimentari.

Descrizione e punti di forza

La linea automatica orizzontale TBN-01 permette di legare, sia con spago elastico che con spago canapa naturale, i salumi sia macinati che in pezzi anatomici, di dimensioni che variano da un diametro di 80 a 160 mm. L'impianto è totalmente automatico, dall'inserimento del prodotto per la fase di legatura fino alla fase di chiusura mediante clippatura della rete, opportunamente costruita in base alla tipologia del prodotto da confezionare, da un minimo di 4 maglie a un massimo di 18. Dotato di PLC coadiuvato da fotocellule in grado non solo di gestire automaticamente tutte le fasi seguenti, permettendo così di ottenere sul nastro di scarico il prodotto insaccato, ma anche di rilevare e segnalare eventuali problematiche durante le fasi di lavoro.

Specifiche tecniche

- struttura in acciaio inox 316L
- gruppo ripari composto da carterature in rete inox con porte incernierate per una facile accessibilità
- apparecchiatura elettrica di comando CEI EN 60204-1 e CEI EN 60439-1
- pannello operatore touch screen
- componentistica elettromeccanica Siemens


CHIMAB
www.chimab.it
Nome prodotto

Carnispice

Settore di applicazione

Savoury, culinary, meat.

Descrizione e punti di forza

Carnispice è la linea di preparazioni aromatiche studiata per offrire un'efficace alternativa alle tradizionali spezie in polvere. Ottenuti da oleoresine e dagli oli essenziali naturali delle stesse spezie, i Carnispice utilizzano come supporto un sale micronizzato ad alta capacità di assorbimento. Versatili e facili da utilizzare, sono sviluppati per la sostituzione in rapporto 1:1, con considerevoli benefit qualitativi ed economici: mantengono intatte le formulazioni e ricette in produzione, con il vantaggio di avere una carica microbica molto ridotta rispetto alle spezie.

Specifiche tecniche

I prodotti si presentano come polveri uniformi, scorrevoli senza grumi e punti neri, l'ideale per ogni formulazione perché si uniscono perfettamente agli altri ingredienti presenti in ricetta e non lasciano traccia visibile nel prodotto finito.

Sono mix di estratti naturali standardizzati e hanno un profilo aromatico invariato. Sono costituiti esclusivamente da ingredienti naturali, pertanto si dichiarano in etichetta come 'aromi naturali' o 'estratti di spezie'.


LIMA SAS
www.lazzariequipment.com
Nome prodotto

Separatore per carne meccanica

Settore di applicazione

Carni.

Descrizione e punti di forza

I sistemi di separazione per carne meccanica 'Lima' hanno la caratteristica di funzionare a bassa pressione, per produrre carne meccanica di alta qualità con ancora molta struttura e fibra, da utilizzare in preparazioni dall'alto valore aggiunto. Funzionano tramite una codcea che spinge il prodotto in un filtro in acciaio con feritoie dalle diverse dimensioni a seconda dell'applicazione. La carne uscirà dalle feritoie mentre lo scarto da una tubatura di scarico posizionata davanti al filtro. Con diversi tipi di testata, i separatori 'Lima' possono essere adatti a separare carni avicole, suinicole, di manzo, pesce ecc. E possono essere adattate all'utilizzo specifico come denervatrici o disossatrici. La gamma è vasta e parte dalle piccole unità fino alle grandi macchine industriali.



SCHEDE PRODOTTO

COLUSSI ERMES – ADVANCED WASHING SYSTEMS

www.colussiermes.com

Nome prodotto

Impianti automatici per l'infarinatura naturale di salumi su carrello o bastone singolo.

Settore di applicazione

Carne.

Descrizione e punti di forza

Colussi Ermes è leader di mercato nella produzione d'impianti di lavaggio per l'industria alimentare con oltre 4mila impianti realizzati. Oltre 40 anni di effettiva esperienza, supportati da ricerca e know-how che hanno

consentito all'azienda di affermarsi anche nella creazione d'impianti d'infarinatura di salumi su singoli bastoni e bastoni su carrello.

I processi d'infarinatura prodotti dalla Colussi Ermes assicurano la massima omogeneità del trattamento attraverso le seguenti metodologie:

- infarinatura naturale su bastone singolo o su carrello: eseguita come l'infarinatura manuale, ha la possibilità di impiegare tutti i tipi di farine (amido di mais, fecola di patate, grano duro, farina di riso, ecc.)
- infarinatura elettrostatica su bastone singolo o su bastoni posti su car-



relli provenienti da impianti con carico e scarico automatico: attraverso l'impiego di cariche elettrostatiche, questo sistema consente una notevole aderenza della farina alla superficie dei salumi.

- infarinatura a spruzzo su bastone singolo o su bastoni posti su carrelli provenienti da impianti con carico e scarico automatico: la nebulizzazione delle farine attraverso il sistema a spruzzo consente di investire tutta la superficie dei salumi e contemporaneamente conferisce la massima omogeneità.

RISCO

www.risco.it

Nome prodotto

Hamburgatrice TVM 260

Settore di applicazione

Produzione di hamburger di carne, pesce o impasti vegetariani con forma circolare, ovale o personalizzata.

Descrizione e punti di forza

La TVM 260 è la formatrice di hamburger Risco caratterizzata da uno stampo di formatura con due fori. Il sistema, alimentato da un'insaccatrice Risco di nuova generazione, consente una produzione di hamburger di qualità fino a 70 pezzi/minuto in modo regolare e uniforme.

Il prodotto finale risulta compatto, con i bordi perfettamente formati.

La facilità di sostituzione del piano di formatura permette di realizzare hamburger con forme e pesi diversi e di garantire una maggiore flessibilità al produttore, che potrà creare soluzioni uniche e di tendenza. È inoltre disponibile, come opzione, un sistema di messa in vaschetta automatica.

Specifiche tecniche

Possibilità di produrre hamburger con forma e peso diverso, di diametro massimo 110 mm, con spessore da 6 a 30 mm.



GRASELLI

www.grasselli.com

Nome prodotto

NSA 600-1000 XC series

Settore di applicazione

Taglio in 2D di carni fresche e cotte senz'osso, ideale per gli ambienti ready-to-eat.

Descrizione e punti di forza

Taglio completamente bidimensionale, adatto per la produzione uniforme o casuale (effetto taglio a mano) di strisce o cubetti. Ingresso e uscita prodotto completamente automatica per una soluzione completamente in linea. In combinazione con la tagliafettine orizzontale KSL600 Grasselli, la linea ottiene un taglio a tre dimensioni perfettamente controllabile. Non sono richiesti utensili per la preparazione al lavaggio, alla sanificazione e alla sostituzione delle lame. La versione 'B' ha un pannello di controllo più grande e largo che ne permette un migliore accesso per la pulizia.

Specifiche tecniche

- spessore minimo di taglio 3 mm nella versione a 600 mm di larghezza di lavoro; 5 mm nella versione a 1000 mm di larghezza di lavoro
- massima altezza di lavoro: 70 mm
- consumo aria nella versione 'B': 800 l/min
- potenza motore: 15/16,5 Kw



XV

NUOVO IMPIANTO PILOTA DISPONIBILE PER I CLIENTI



Produzione di semilavorati funzionali personalizzati da applicare nel settore alimentare

GLF Ingredienti alimentari S.r.l.

Via Francesco Pescatori, 4/A - Loc. Roncopascolo - 43126 Parma

Tel. +39 0521 647739 - Fax +39 0521 674040

servizioclienti@glfingredientialimentari.com

www.glfingredientialimentari.com

Ideab Brill®

BRILLANTE come **TE**




ESSEOQUATTRO
L'IDEA CHE AVVOLGE

Branding, posizionamento, aumento benefit e dialogo diretto con i consumatori.
Tutto in un unico packaging salva freschezza brevettato.


TUTTOFOOD
MILANO WORLD FOOD EXHIBITION


IL BUON GUSTO ITALIANO

HALL 5 BOOTH P12 R19

08-11 MAY 2017

www.esseoquattro.it