

L'EVENTO

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.

a pagina IV



La quarta rivoluzione industriale: istruzioni per l'uso

Automazione e IoT, logistica hi-tech e Big data, cloud ed Erp, formazione del personale e ricerca. Questi i temi affrontati nel corso del Manufacturing Forum, la 'due giorni' organizzata da Il Sole 24 Ore per fare un po' di chiarezza sulla Industry 4.0.

PRIMO PIANO

a pagina V



Etichette: come creare il giusto claim

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

ALL'INTERNO

a pagina VIII

SCHEDE ATTREZZATURE

Riflettori puntati sulle novità proposte dalle aziende.



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 VI e VII) 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

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.

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.

Constantia Flexibles acquisisce TR Alucap, specialista dei pre-fustellati in alluminio

Il gruppo Constantia Flexibles, produttore austriaco di imballaggi flessibili, ha reso nota l'acquisizione dell'italiana TR Alucap, leader nella produzione coperchi pre-fustellati in alluminio e film plastici per l'industria lattiero-casearia e alimentare. Nello stabilimento di Borgo Valsugana, in Trentino Alto Adige, che si estende su una superficie coperta di circa 6mila metri quadrati e occupa 50 addetti, la società produce quasi 3 miliardi di pezzi l'anno, con un giro d'affari che si aggira sui 20 milioni di euro. "TR Alucap ci consentirà di aumentare la quota di mercato in Italia nel settore lattiero-caseario, il quinto più grande d'Europa, ed è in sintonia con la nostra strategia di rafforzare l'attuale leadership sul mercato europeo del packaging in alluminio", spiega Stefan Grote, executive vice president della divisione Food Europe di Constantia Flexibles.

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".

Klößner Pentaplast acquisisce Linpac: nasce un nuovo gigante del packaging

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".

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.



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 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 strategiche 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".

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 mescolano creando un pasto veloce e appetitoso. Una novità pensata per soddisfare le esigenze del produttore e, contemporaneamente, offrire al mercato valore aggiunto in termini di appeal e servizio. In base alla ricetta contenuta, lo si può trovare al supermercato sugli scaffali a temperatura ambiente, nel banco frigo oppure nei distributori automatici per il vending. Il Gruppo Goglio, fondato a Milano nel 1850, conta oltre 1.600 dipendenti e un fatturato 2016 di circa 380 milioni di euro, con una quota export del 73%.

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

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

Claim: istruzioni per l'uso



Obbligatori o facoltativi, sono difficili da coniare e ancor più da far approvare. A delineare lo stato dell'arte, tra regolamenti comunitari e lungaggini burocratiche, è 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 per cento 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. 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".

Basta poco per dire 'artigianale' o 'naturale'

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

re", 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, stabiliscono 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 ga-

rantire 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 [risulti] essere falso, ambiguo o fuorviante".

Novel foods

Risale 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, anche alghe e insetti.

Federica Bartesaghi

All Around Your Flowpack

Flowpack?
A ciascuno il suo.

Ognuno è diverso per forma e prodotti, numero di pezzi e disposizione, fragilità e tipo d'incarto, sensibilità al freddo al caldo.

Se non puoi permetterti fermate, scarti e difetti, se hai bisogno di lavorare in poco spazio, se devi poter far cambi di formato rapidi, allora puoi permetterti Cavanna.

Gruppi di alimentazione, buffer, caricatori, flowpacker, robotica per multipack e display, sistemi a visione: tutti lavorano integrati intorno al tuo flowpack.

Vi aspettiamo alla fiera Interpack 2017
Hall 14 - Stand A14

interpack
PROCESSES AND PACKAGING
LEADING TRADE FAIR

cavanna
All Around Your Flowpack
www.cavanna.com
sales@cavannagroup.com
Italy | Brazil | USA

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

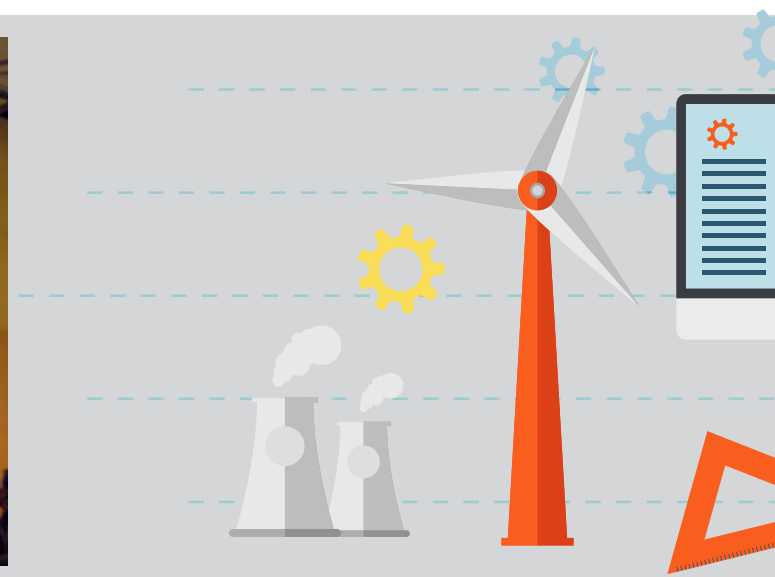
Un esempio su tutti è l'impiego della sensoristica, che promette di anticipare gli interventi manutentivi e monitorare costantemente il lavoro della macchina. Immagazzinando, allo stesso tempo, una grande quantità di dati (i famosi 'Big data') utili alla pianificazione del business aziendale. Da non 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 gioiste 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 IoT, logistica hi-tech e Big data, cloud ed Erp, formazione del personale e ricerca. Questi i temi affrontati nel corso del Manufacturing Forum, la 'due giorni' organizzata da Il Sole 24 Ore per fare un po' di chiarezza sulla 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".

ipack ima
2018
PROCESSING & PACKAGING

CONNECTING COMMUNITIES

Fiera Milano
29 Maggio - 1 Giugno 2018
ipack-ima.com

IN CONJUNCTION WITH **MEAT TECH**
Processing & Packaging for the Meat Industry

MEMBER OF:

PROMOSSA DA:

CON IL SUPPORTO DI:

This event is being covered by professional packaging journalists from IPPG.

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 #IPACKIMA2018 |
 IPACK-IMA 2018

I.DEA PACK

www.ideapack.info

Nome prodotto

Termosigillatrice automatica Panther

Settore di applicazione

Confezionamento primario in atmosfera modificata di carne fresca, salumi, formaggi e pasta fresca.

Descrizione e punti di forza

La macchina termosigillatrice automatica Panther permette significativi livelli di produttività per i clienti che usano vaschette pre-formate. Se confrontata con la termosigillatrice automatica Puma, la Panther è una macchina più larga, che mantiene l'affidabilità, la facilità di pulizia e manutenzione, i programmi operativi semplificati e la semplicità nel cambio del formato. La Panther migliora la qualità dei prodotti attraverso un rigoroso controllo dei gas rimanenti nella vaschetta, tramite un sensore elettronico di precisione. Può essere integrata con altri accessori (disimpilatori, dosatori, allineatori) per realizzare linee automatiche di confezionamento. Il sistema di teleassistenza di serie, disponibile in tutto il mondo, permette di leggere i dati della macchina in tempo reale e semplifica l'assistenza tecnica.

Specifiche tecniche

Telaio e protezioni in acciaio inox. Touchscreen e Teleassistenza. 4700x1300xH1700 mm. 750 Kg. 400V (3ph-N-PE).



CHIMAB

www.chimab.it

Nome prodotto

Veggie Cream

Settore di applicazione

Soluzioni funzionali a base di amidi e proteine vegetali per la produzione di gelato senza latte e derivati, 100% vegetale, senza ingredienti di origine animale.

Descrizione e punti di forza

La r&d di Chimab ha messo a punto un innovativo sistema funzionale per gelato a base di amidi e proteine vegetali, ideale per vegetariani e vegani. Il gelato che si ottiene è senza latte e lattosio, ad alta digeribilità, con il gusto e la cremosità tipiche del gelato classico, ma privo di colesterolo e grassi animali. Privo di proteine vegetali e allergeni, vegan, senza zuccheri aggiunti. La formulazione di Veggie Cream è adatta sia per il processo artigianale che per quello industriale.



COLUSSI ERMES – ADVANCED WASHING SYSTEMS

www.colussiermes.it

Nome prodotto

Impianto di lavaggio, sanitizzazione e asciugatura di teglie orizzontali.

Settore di applicazione

Dolciario, panificazione.

Descrizione e punti di forza

Con una produzione (e installazione) di oltre 4mila impianti, Colussi Ermes – Advanced Washing Systems è leader nella costruzione di sistemi di lavaggio per il settore alimentare. Si avvale di un team di progettazione interno, altamente specializzato, per offrire prodotti ad alto contenuto tecnologico, realizzati su misura per ciascun cliente. La gamma produttiva annovera sistemi stand-alone o robotizzati in linea per il lavaggio, la sanitizzazione e l'asciugatura di teglie bottom down sfuse, in conformità alle normative sanitarie vigenti in materia. L'impianto qui visualizzato è disponibile con carico/scarico manuale o automatico delle teglie ed è predisposto per l'installazione in linee di produzione automatiche. Avva-

lendosi di limitate quantità di acqua e detersivi per favorire un ridotto impatto ambientale, gli impianti garantiscono la massima igiene (con ineccepibili risultati microbiologici), risultati di lavaggio perfetti e la fase di essiccazione assicura un risultato di asciugatura del 100%.

Specifiche tecniche

Impianto automatico a tunnel, realizzato in acciaio inox AISI 304. Larghezza utile di carico 1200 mm. Capacità di lavaggio 360 pz/h.



IFT

www.iftmantova.com

Nome prodotto

Tavola grigliata autoportante in polipropilene a norme CE

Settori di applicazione

Panificazione e pasticceria.

Descrizione e punti di forza

La nuova tavola grigliata autoportante ideata da IFT viene utilizzata come ripiano e base d'appoggio di pane e prodotti da forno a completamento di carrelli e scaffali per le importanti e delicate fasi di raffreddamento e congelamento. Il materiale con il quale viene prodotta è polipropilene a uso alimentare a norme CE, materiale plastico idoneo al contatto alimentare e certificato che garantisce un'ottima qualità igienica e un'estrema facilità di pulizia all'interno delle celle. La superficie grigliata permette ai prodotti una maggior areazione. IFT ha realizzato questo articolo in

vari formati e dimensioni per poter essere utilizzata e applicata oltre che in nuovi impianti anche in quelli già esistenti e su diverse tipologie e dimensioni di carrelli e scaffali di nuova e vecchia generazione. Queste tavole sono inoltre ideali per impianti automatici e robotizzati.

Specifiche tecniche

Materiale polipropilene a norme CE; resistenza alle temperature da -40° a +110°C; formati: mm 1230x380x24sp; 1230x230x24sp; 1100x320x24sp; 1100x380x24sp; 1200x200x24sp.



MULTIVAC

www.multivac.com

Nome del prodotto

Termoformatrice R 105 MF

Descrizione e punti di forza

Multivac offre con il modello entry-level R 105 MF una termoformatrice compatta per la produzione di confezioni sottovuoto skin per lotti di piccole e medie dimensioni. Il modello R 105 MF è realizzato con la stessa tecnologia delle macchine più grandi e consente anche ai piccoli produttori di realizzare confezioni sottovuoto skin in piccoli spazi.

La macchina è dotata di una guida per la catena e di un riscaldamento del film superiore per assicurare un trasporto affidabile del film superiore fino alla stazione di saldatura, dove il film viene nuovamente riscaldato prima di essere applicato al prodotto da confezionare ed essere completamente saldato al film inferiore. Il film aderisce così perfettamente al prodotto, senza grinze, mantenendo l'aspetto naturale del prodotto, che risulta così stabile nella confezione



ne da poter essere presentato in posizione verticale, orizzontale oppure appeso.

Per la linea MultiFresh è disponibile un ampio assortimento di film skin, per i quali Multivac ha qualificato i materiali utilizzati dai maggiori produttori di film. I film superiori si contraddistinguono per le loro proprietà meccaniche particolarmente elevate. L'assortimento dei film inferiori MultiFresh soddisfa una vasta gamma di necessità grazie alle sue proprietà meccaniche e di barriera, nonché per i suoi diversi sistemi di pelatura.

MINERVA OMEGA GROUP

www.minervaomegagroup.com

Nome prodotto

Tagliaverdure

Settori di applicazione

Ristorazione, trasformazione alimenti, pizzerie, gastronomie, ristoranti, fast food, supermercati, laboratori.

Descrizione e punti di forza

Tagliaverdure e frutta professionali serie CE TV dotati di una serie di dischi facilmente intercambiabili che possono essere utilizzati per tagliare, affettare e modellare verdure di ogni tipo - a fette, listelli, fiammiferi o cubetti - frutta, pane, cioccolato e frutta secca. Sfilacciano e cubettano mozzarella, grattugiano formaggi.

Uno strumento di lavoro flessibile, silenzioso e pratico che consente velocemente di sostituire i dischi e pulire i componenti per un cambio formato/verdura. Una vera macchina da produzione che può durare una vita.

Specifiche tecniche

- prodotto certificato, di dimensioni compatte ma estremamente potente e veloce
- costruzione in lega di alluminio lucidata e anodizzata e in acciaio inox AISI 304
- non altera le caratteristiche organolettiche dei prodotti
- apertura coperchio e bocca di introduzione protette da micro di sicurezza
- produzione da 150 e fino a 450 Kg/h (fino a 450 coperti/giorno)
- motore ventilato potente e silenzioso

