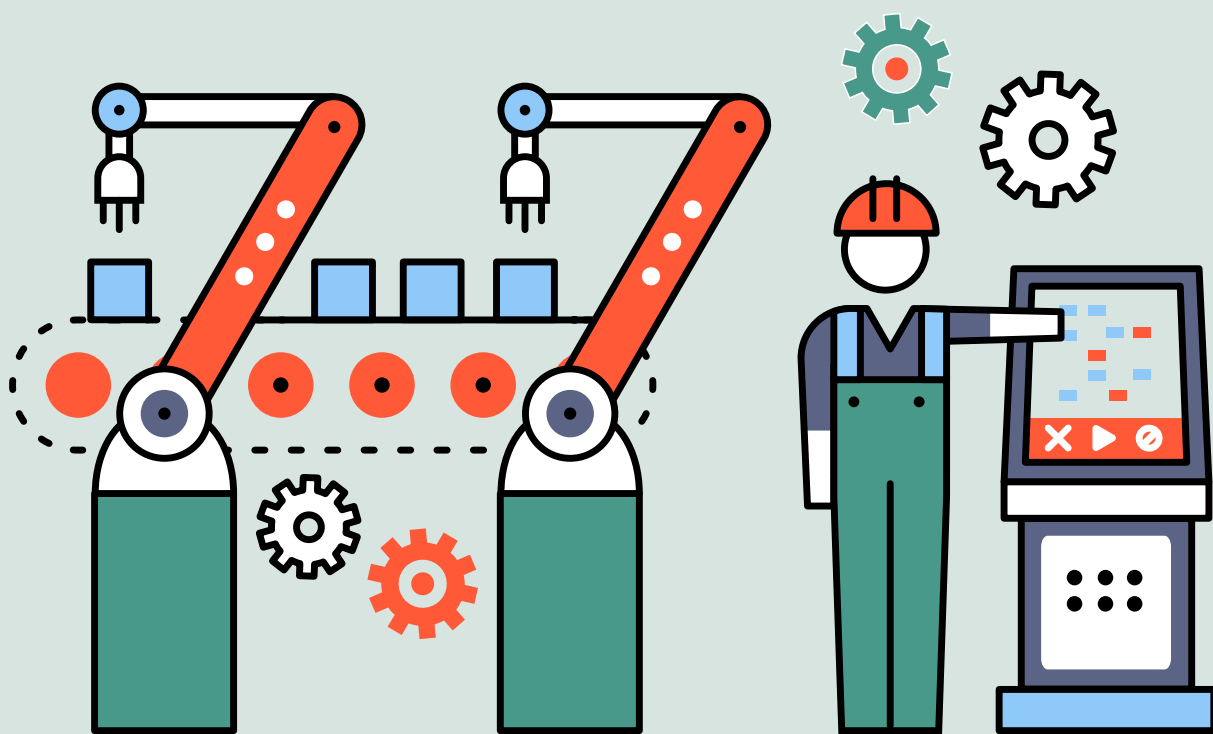




Packaging per l'e-commerce: il futuro passa dall'innovazione

Trend e criticità delle soluzioni di confezionamento per lo sviluppo delle vendite sul canale digitale. I risultati di uno studio firmato Netcomm al centro di un convegno, lo scorso gennaio a Milano.

L'INTERVISTA

“Sarà una manifestazione internazionale e innovativa”

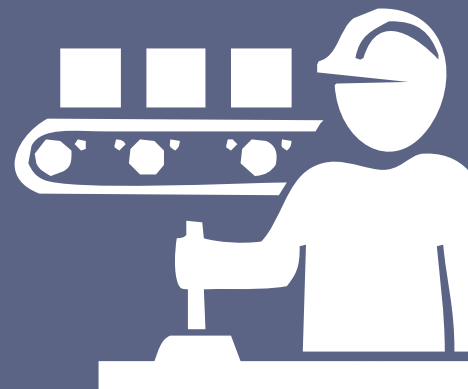
Ipack-Ima e Meat-Tech si preparano a celebrare un'edizione record. A Fiera Milano dal 29 maggio al 1° giugno 2018, nella cornice del progetto 'The Innovation Alliance'. Parla il presidente, Riccardo Cavanna.

a pagina IV



SCHEDE ATTREZZATURE

Riflettori puntati sulle novità proposte dalle aziende.



a pagina VIII

ESTERI

OBIETTIVO RUSSIA



Nel 2017 l'Italia è terzo maggior fornitore di macchine per la produzione alimentare della Federazione. Seconda posizione, dopo la Germania, per il packaging. Intervista a Pier Paolo Celeste, direttore dell'ufficio Ice di Mosca.

da pagina V a pagina VII



Tubettificio Favia: il packaging diventa interattivo con lo StealthCode

Grazie a una partnership siglata con BeeGraphic, Tubettificio Favia offre ai propri clienti la possibilità di applicare ai tubetti ToBeUnique l'innovativa tecnologia StealthCode: "Una sottilissima trama, impercettibile all'occhio umano, viene stampata sull'intera superficie del packaging, risultando però 'nascosta' all'interno del design. Ma basta avvicinare uno smartphone e scansire un punto qualunque della superficie del tubetto con l'apposita app mobile per essere subito reindirizzati a contenuti digitali esclusivi abbinati al prodotto", spiega l'azienda in una nota. L'app mobile StealthCode è disponibile gratuitamente sugli store Apple e Google Play.

Piano Industria 4.0: +11% gli investimenti. Calenda: "Crescita a ritmo cinese"



"Il piano Industria 4.0 va molto bene. Gli investimenti sono cresciuti dell'11%, una percentuale cinese, molto superiore a quella tedesca". Lo ha sottolineato il ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda a Torino, presentando il bilancio 2017 del Piano nazionale. Il ministro ha sottolineato anche che per il 2018 sono stati stanziati, per Industria 4.0, 9,8 miliardi di euro che si aggiungono ai 20 miliardi dello scorso anno. "Cominciamo a spostare il focus verso due elementi: competenza e formazione", ha aggiunto. "Abbiamo tutti gli elementi per rendere la transizione a saldo positivo".

F-gas Regulation: le soluzioni firmate Epta



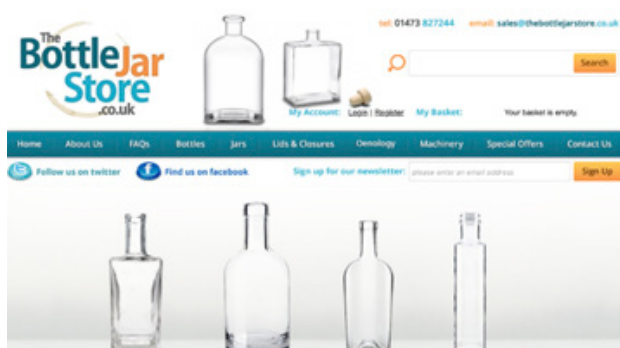
Epta, specialista della refrigerazione commerciale, è pronta a rispondere alle stringenti misure imposte dal regolamento europeo F-gas e dall'emendamento di Kigali. In vista dell'eliminazione progressiva dei gas fluorurati Hfc, infatti, il 100% dei banchi remoti è già disponibile a Co2 e le gamme di plug-in sono state rinnovate con versioni a propano R290, o altri gas dal Gwp ridotto. Tra le soluzioni più innovative spicca l'esclusivo 'Fte - Full transcritical efficiency', con cui l'azienda apre la strada a un nuovo standard nell'ambito della refrigerazione naturale a Co2: un sistema che garantisce un risparmio energetico del 10%, se confrontato con una centrale booster tradizionale, e costi di installazione e manutenzione inferiori fino al 20%.

A Ipack-Ima 2018 il 'Siemens Pack Award'



Siemens presenta un concorso a premi rivolto ai costruttori che, in occasione di Ipack-Ima 2018 (Fiera Milano, 29 maggio - 1 giugno), presenteranno una macchina equipaggiata con tecnologie e soluzioni Siemens. Una giuria composta da un rappresentante Ucima e da esperti di settore premierà allo stand Siemens la miglior macchina per ciascuna delle tre categorie: Innovazione tecnologica, Innovazione 4.0, Innovazione nella sostenibilità. I vincitori riceveranno come premio l'innovativo tablet industriale di Siemens Simatic ITP1000 e ampia visibilità per la propria macchina sul portale Siemens e su testate di settore.

Berlin Packaging cresce in Europa con l'acquisizione dell'inglese H. Erben Ltd.



La multinazionale Berlin Packaging, che opera nella fornitura di contenitori e chiusure in vetro, plastica e metallo, ha annunciato attraverso la controllata Bruni Glass l'acquisizione di H. Erben Ltd., specialista del confezionamento alimentare con sede ad Hadleigh, in Inghilterra. Erben è presente anche in Sudafrica e California, tramite la controllata California Capsules, e gestisce il sito www.TheBottleJarStore.co.uk per l'acquisto di piccoli lotti. Berlin Packaging, che ha sede in Nord America e vanta un volume d'affari di 2,6 miliardi di dollari, consolida così ulteriormente la propria presenza sul territorio europeo. H. Erben Ltd. d'ora in avanti opererà con il nome di Bruni Erben, a Berlin Packaging Company. L'operazione rappresenta la seconda acquisizione di Berlin in Europa e l'ottava, in generale, dal 2010.

Packaging: nuovi investimenti in Polonia e India per l'austriaca Constantia Flexibles

Constantia Flexibles, produttore austriaco di imballaggi flessibili, ha annunciato importanti investimenti nei suoi stabilimenti produttivi nella sussidiaria indiana, Parikh Packaging, stato del Gujarat, e nella polacca ColorCap, di Rybnik. In quest'ultimo caso, l'intervento riguarderà sia l'ampliamento delle infrastrutture esistenti, sia l'installazione di nuovi impianti, con l'obiettivo di raddoppiare la capacità produttiva entro il primo trimestre 2019 ed entrare in nuovi segmenti di mercato, quali mangimi, alimenti liquidi e gelati. In India, invece, l'obiettivo è rispondere alla crescente domanda di soluzioni di confezionamento flessibili da parte delle grandi aziende del food & beverage, che cresce a un tasso annuo del 15% e che, secondo gli analisti, si appresta a trasformare l'India nel 4° più grande mercato mondiale del packaging.

Il packaging italiano in mostra a Propak East Africa



Una collettiva di sette aziende coordinate da Ucima e Ice-Agenzia ha preso parte a Propak East Africa, uno dei maggiori appuntamenti fieristici per le tecnologie di processing & packaging dell'Africa orientale, in scena dal 28 febbraio al 1° marzo scorsi presso il Kenyatta International Conference Centre (KICC) di Nairobi. Queste le aziende che hanno esposto all'interno del padiglione nazionale: Galdi, Goglio, MG2, R. Bardi, Siad Macchine Impianti, SMI, Tropical Food Machinery. Nel 2016, l'Africa orientale ha importato macchine per un valore di 182,7 milioni di euro. L'Italia è il secondo maggior esportatore, con una market share del 18,6%, dietro alla Germania e davanti alla Cina. Nei primi tre trimestri del 2017 l'area ha registrato un incremento del 13% nell'import di macchine packaging, per un valore di 147,6 milioni di euro.

'Garantire la conformità dei prodotti confezionati': il nuovo libro bianco di Mettler Toledo



La divisione ispezione prodotti di Mettler Toledo presenta il libro bianco dal titolo 'Garantire la conformità dei prodotti confezionati'. Uno strumento gratuito il cui obiettivo è offrire ai produttori le conoscenze necessarie per ottenere un vantaggio competitivo nella produzione di alimenti confezionati. "I dati ufficiali sui richiami di prodotto mostrano che i prodotti alimentari non conformi, a causa di contaminanti non desiderati o etichettatura non accurata, hanno raggiunto il massimo storico. Le aziende produttrici di alimenti confezionati devono conoscere a fondo la conformità e le sue implicazioni, non solo per evitare costosi richiami di prodotto, ma anche per preservare e rafforzare la propria reputazione a livello di qualità e affidabilità", commenta Daniela Verhaeg, di Mettler Toledo.

A Ecoplasteam un finanziamento di 4,2 mln per il recupero del tetrapak

Ecoplasteam, startup milanese, ha ottenuto da Banca Popolare di Milano un finanziamento di circa 4,2 milioni di euro per la costruzione di un impianto per la produzione di un nuovo materiale plastico totalmente riciclabile, denominato 'EcoAllene', e realizzato grazie al recupero del tetrapak. L'impianto, che sorgerà a Spinetta Marengo, in provincia di Alessandria, produrrà circa 6mila tonnellate di EcoAllene all'anno e sarà realizzato dalla Amut di Novara, leader nella fornitura di macchinari per la lavorazione di materie plastiche.

Packaging per l'e-commerce: il futuro passa dall'innovazione

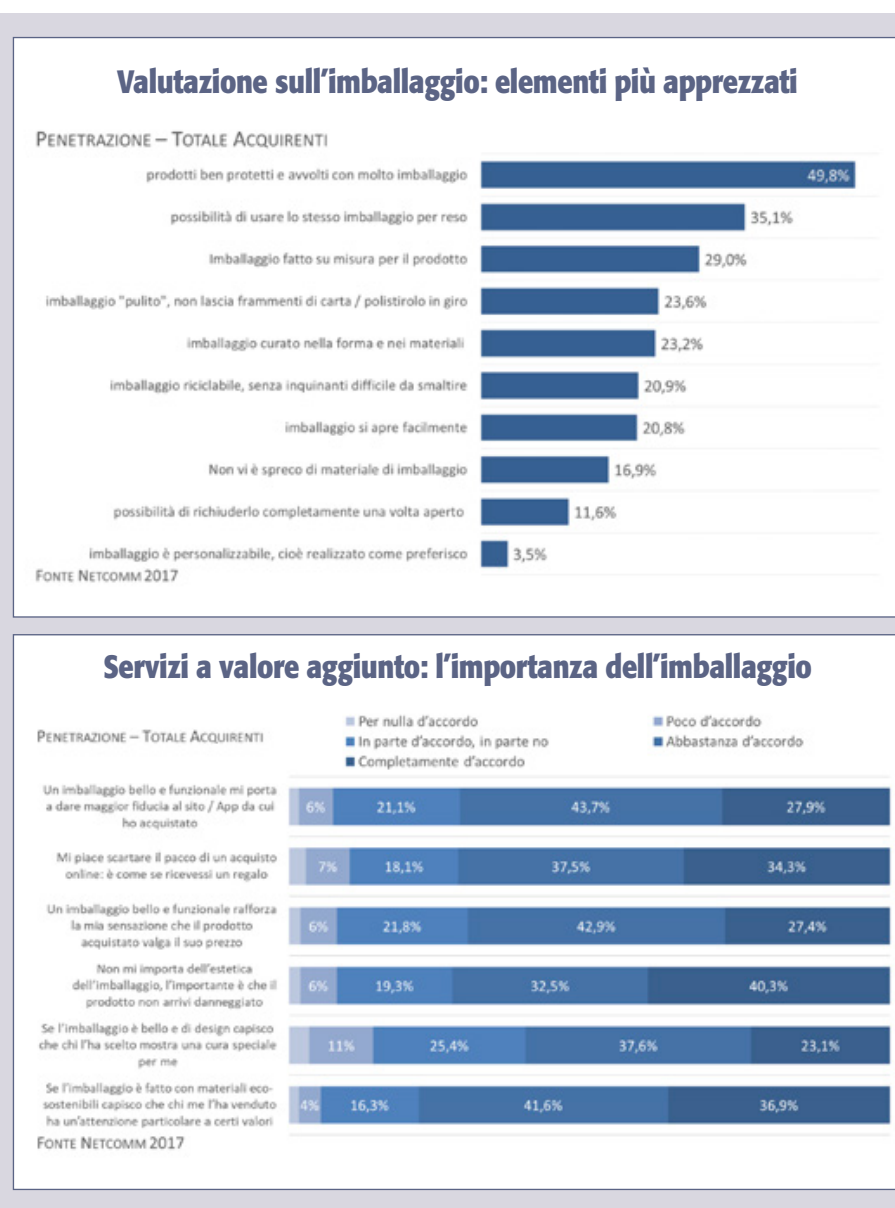
Trend e criticità delle soluzioni di confezionamento per lo sviluppo delle vendite sul canale digitale. I risultati di uno studio firmato Netcomm al centro di un convegno, lo scorso gennaio a Milano.

L'e-commerce in Italia è ormai un fenomeno consolidato. Lo dicono i 22 milioni di utenti che comprano online e lo dicono i numeri abilmente riassunti da Roberto Lisca, presidente del Consorzio Netcomm, in occasione di un convegno, tenutosi a Milano a metà gennaio, dedicato al tema degli acquisti via Internet e alle dinamiche che caratterizzano il dietro le quinte dello shopping digitale. Si è fatto dunque il punto del mercato del commercio elettronico e grazie alla fattiva partecipazione di Ipack-Ima e Comieco si è approfondito il tema dell'innovazione nel packaging e la sua sostenibilità, nel solco dell'evoluzione che sta conoscendo la logistica.

La ricerca, che verrà riproposta in forma estesa durante Ipack-Ima 2018 (in programma a Fiera Milano dal 29 maggio all'1 giugno prossimi), ci dice innanzitutto che da qui al 2020 il 15% degli acquisti saranno realizzati sul canale digitale, rispetto a una penetrazione attuale del 6%. A trainare le vendite sono soprattutto i beni fisici e in particolare categorie merceologiche quali abbigliamento, elettronica, arredamento, cosmesi e food & beverage.

"Oggi in Italia – ha ricordato Liscia – sono 40/50mila le imprese che vendono online, rispetto alle oltre 200mila in Francia, ma i punti vendita fisici continueranno a rivestire una grande importanza nel commercio, tanto che i prodotti acquistati sui canali digitali e ritirati nel punto vendita fisico o presso locker, uffici postali ed edicole crescono del 50%. Davanti a noi abbiamo diverse sfide da affrontare, dall'integrazione lungo l'intera filiera dell'e-commerce a una maggiore interoperabilità tra i sistemi dei diversi Paesi, per agevolare e velocizzare i servizi di delivery nell'ultimo miglio". Secondo la ricerca Netcomm, la qualità e l'ampiezza di questi servizi sono centrali nelle scelte di acquisto per tre utenti su quattro e il livello di gradimento in tema di "performance" delle consegne, espresso dalla quasi totalità degli e-shopper italiani, è positivo. Ma esistono ampi spazi di miglioramento. "La disponibilità di servizi finalizzati a coordinare e dare intelligenza alla logistica – osserva in proposito il numero uno di Netcomm – è il fronte sul quale è richiesto maggiore sviluppo, e tale esigenza si traduce in una richiesta di maggior integrazione di tecnologie informatiche lungo tutti i processi della catena che dal cliente arriva al merchant, attraverso i corrieri/spedizionieri e i magazzini".

La convergenza fra i sistemi Erp, Crm e le piattaforme e-commerce, in tal senso, rappresenta per l'azienda un aspetto strategico della gestione delle vendite sui canali digitali: se ben implementata, l'integrazione di queste piattaforme può portare vantaggi a diverse funzioni aziendali e migliorare l'efficienza dell'organizzazione nel suo complesso, permettendo automatismi che semplificano e velocizzano i pro-



cessi di vendita, rendendoli scalabili e riducendo il rischio di errori.

Una componente di grande rilevanza nelle scelte dei consumatori, soprattutto al momento della ricezione della merce, è ovviamente il packaging. Per più del 70% degli e-shopper censiti dalla ricerca, l'apertura del pacco è un momento chiave nell'esperienza d'acquisto complessiva. L'imballaggio diventa quindi un elemento con altissime prospettive di sviluppo e innovazione e non a caso, come ha precisato Domenico Lunghi, managing director di Ipack-Ima, "il 50% delle aziende che operano nel mondo delle tecnologie si sta attrezzando per rispondere alle nuove esigenze dell'e-commerce: il mercato mondiale del packaging vale oggi 40 miliardi di dollari e le attività nel comparto food&beverage crescono in questo campo del 60%".

Sulla tematica ha detto la propria anche Riccardo Cavanna, presidente di Ipack-Ima, secondo cui "l'e-commerce è senza dubbio uno degli aspetti più interessanti e allo stesso problematici del packaging. Nell'ambito food, per esempio, bisogna ricostruire completamente i paradigmi produttivi, perché la tecnologia ha permesso di raggiungere già un'enorme flessibilità in quest'industria, ma ora il boom degli acquisti online richiede un ulteriore passo avanti". Convinto del ruolo più che significativo giocato dall'imballaggio nella partita dell'e-commerce è anche Carlo Montalbetti, direttore generale di Comie-

co. "In questo settore – ha ribadito in occasione del convegno – l'innovazione è fondamentale, in quanto i consumatori si trovano oggi a gestire una pluralità di materiali che vanno smaltiti. L'intera filiera della carta si sta organizzando per affrontare il cambiamento dettato dalla crescita del commercio online e l'obiettivo a tendere non può che essere il 100% della riciclabilità, la riduzione del materiale usato e l'eliminazione dei materiali di riempimento". Secondo i risultati dell'Osservatorio Netcomm Ipack-Ima, infatti, la maggioranza degli operatori di filiera ritiene che l'e-commerce imporrà lo sviluppo di materiali e tecnologie dedicate per quanto, ad oggi, solo il 30% dei loro clienti ha avanzato richieste specifiche in questa direzione.

I trend del packaging

Oltre la metà delle recensioni online a cui gli e-shopper si affidano spesso per decidere i propri acquisti si riferiscono alla spedizione, che diventa di conseguenza un momento cruciale nella costruzione della relazione con il cliente. La scelta dell'imballaggio corretto determina il successo di questa relazione, perché è certificato da diversi studi che i consumatori siano meno propensi a ripetere un acquisto in caso di ricevimento di un collo danneggiato, anche solo esternamente. Con il forte sviluppo dell'e-commerce e delle strategie di distribuzione omnicanale, le valenze dell'imballo si moltiplicano, perché rappresenta l'unico contatto fisico con il cliente nel processo di acquisto, un'opportunità per fidelizzarlo e consolidare la percezione del brand, differenziandosi dalla concorrenza. Ma può anche diventare anche un'arma a doppio taglio, se trascurato. Da qui, come suggeriscono gli esperti di Netcomm, la necessità di fare proprie alcune tendenze in grado di generare opportunità per i merchant e la logistica. Quali? Si va dal packaging minimale che si adatta perfettamente ai prodotti, passando per i sistemi di riempimento a domanda per ridurre i costi di stoccaggio degli imballaggi, fino alla personalizzazione intelligente dell'imballo e alla sua facilità di riciclo. Tutte componenti che nel settore food & grocery assumono importanza ancora più rilevante, visto le criticità che caratterizzano questo settore.

In generale il paradigma da seguire è quello del 'less is more', perché un packaging senza sprechi può aiutare il merchant a migliorare la customer experience e la logistica a ridurre i costi di trasporto dovuti agli imballaggi ingombranti. Il mercato americano, in questo senso, fa scuola, perché la cultura dell'acquisto online, della qualità dei servizi di delivery e del packaging è decisamente più sviluppata. Ma anche in Italia la strada è tracciata, tocca ai diversi attori di questo ecosistema (merchant, operatori della logistica, fornitori di tecnologia) non perderla di vista.

Gianni Rusconi

ALIMENTANDO

IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE

WWW.ALIMENTANDO.INFO

“Sarà una manifestazione internazionale e innovativa”

Ipack-Ima e Meat-Tech si preparano a celebrare un'edizione record. A Fiera Milano dal 29 maggio al 1° giugno 2018, nella cornice del progetto 'The Innovation Alliance'. Parla il presidente, Riccardo Cavanna.

Più grandi, più internazionali, più ricche di innovazione. Saranno queste, secondo gli organizzatori, le cifre di Ipack-Ima e Meat-Tech 2018, le due manifestazioni che avranno luogo dal 29 maggio al 1° giugno nei padiglioni di Rho Pero, promosse da Ipack-Ima Srl, joint-venture tra Ucima e Fiera Milano. Un successo anticipato dal 'tutto esaurito' registrato a quattro mesi dall'apertura dei tornelli, con il 90% degli spazi già assegnato. Così come dall'appartenenza al progetto 'The Innovation Alliance', che porta a Milano, in contemporanea, altri tre appuntamenti complementari e strategici per la filiera: Plast, Print4All e Intralogistica Italia. Dulcis in fundo: il ricevimento della prestigiosa 'Trade Fair Certification' statunitense, assegnata in esclusiva alle manifestazioni a forte vocazione internazionale. Le aspettative sono alte, le premesse vincenti. Ne abbiamo parlato con Riccardo Cavanna, presidente di Ipack-Ima.

Perché pensate che questa edizione della fiera rappresenterà una svolta rispetto al passato?

La prima novità è data dai due nuovi organizzatori, Ucima e Fiera Milano, che assicureranno alla manifestazione una proiezione internazionale con partnership strategiche e servizi innovativi. Molte delle aziende leader italiane torneranno ad esporre unendosi alle grandi e piccole realtà, sia italiane sia internazionali, che già espongono a Ipack-Ima. I visitatori in questa edizione saranno inoltre parte attiva di una fiera completamente rinnovata e tagliata per soddisfare le esigenze dei buyer che attendiamo da tutto il mondo. Gli incontri b2b saranno assicurati anche da un'innovativa piattaforma di matching online, 'My Matching', che consente un'elevata profilazione degli utenti e offre suggerimenti di incontro. A ulteriore garanzia dell'importanza che la fiera riveste a livello internazionale, c'è la prestigiosa Trade Fair Certification (TFC): il riconoscimento arrivato dallo US Commercial Department Certification statunitense, concesso in esclusiva alle manifestazioni a vocazione internazionale in grado di offrire agli operatori statunitensi l'accesso a mercati in espansione con ampie opportunità di business e incremento dell'export. Insomma, una fiera da scoprire. Oltretutto, le pre-registrazioni sono già aperte.

Quali sono le aspettative, in termini di visitatori?

I numeri complessivi dell'Innovation Alliance sono imponenti ma, a tre mesi dalla fiera, sempre più realistici: ci aspettiamo oltre 150mila visitatori da più di 40 Paesi per una superficie di 140mila mq. Sarà una fiera internazionale, innovativa, fortemente orientata all'incontro tra espositori e buyer.

Come sarà organizzata l'area espositiva?

Ipack-Ima si articolerà in otto padiglioni, suddivisi in base alle business community di appartenenza delle aziende espositrici o alle specifiche merceologie. Tecnologie, materiali e accessori per le industrie della pasta e del bakery, milling e confectionary saranno in mostra nei padiglioni 1 e 3. Nei padiglioni 5 e 7 i visitatori potranno invece scoprire le novità per il processo e il confezionamento alimentare, con un focus particolare sul fresh & convenience. Sarà invece situata nel padiglione 4 l'offerta per i settori non-food, cosmetico e beni industriali, così come il liquid filling, ben rappresentato anche nei padiglioni dedicati alle tecnologie per l'industria alimentare. Completano l'offerta i macchinari, le attrezzature e i dispositivi trasversali ai vari settori merceologici. Le tecnologie per etichettatura, coding & tracking saranno collocate nel padiglione 14, mentre le aziende che operano nel fine linea occuperanno i padiglioni 6 e 10.



Riccardo Cavanna

Senza dimenticare, naturalmente, tutto il mondo legato a Ipack-Mat.

Overo?

Il nuovo salone satellite dedicato al premium packaging per cosmetici, fashion, food&beverage, confectionery, wine&liquor, nutraceutico, nonché decori, smart packaging, imballaggi protettivi per merci speciali ed eco-packaging, che farà il suo debutto proprio a Ipack-Ima 2018, nel padiglione 14. Ipack-Mat si collegherà idealmente - e fisicamente - a Plast-Mat e Print-Mat, progetti paralleli e complementari delle manifestazioni Plast e Print4All 2018, con l'obiettivo di proporre un luogo di aggregazione alle imprese che offrono e cercano soluzioni avanzate per la progettazione e produzione di packaging (Ipack-Mat), di manufatti in materiali plastici innovativi (Plast-Mat) e nuove soluzioni di stampa su materiali innovativi (Print-Mat).

E per quanto riguarda nello specifico Meat-Tech?

Benché sia solo alla seconda edizione, la manifestazione è già un punto di riferimento per l'industria della carne europea e conterà sulla partecipazione delle maggiori aziende del comparto. Protagoniste, in questo caso, tecnologie, attrezzature e ingredienti per la lavorazione della carne. Meat-Tech 2018 si sta inoltre consolidando come punto di riferimento delle aziende che operano nella fornitura di soluzioni per il confezionamento e la conservazione del fresco, uno dei comparti più dinamici dell'industria alimentare. La fiera ospiterà due nuove aree speciali: Meat+ Cold Chain Solution, dove saranno in mostra le tecnologie per la catena del freddo, e Meat&More, dove verranno esposte attrezzature e materiali per la produzione, il taglio e il confezionamento dei prodotti a base di carne.

Quali sono i principali vantaggi offerti dall'Innovation Alliance?

Concentrare questi progetti fieristici in un unico grande evento internazionale a Fiera Milano significa assicurare capacità di innovazione, varietà nell'offerta e flessibilità nell'in-

gegnerizzazione di sistemi e catene industriali complesse. 'The Innovation Alliance' punta a dare valore a un immenso patrimonio di conoscenza e di innovazione - nonché a un comparto che in Italia vale oltre 23 miliardi di euro, per sola produzione di macchine - attraverso un progetto pensato per moltiplicare occasioni di contatto e di sviluppo. Basti pensare che circa il 50% degli imballaggi è realizzato in plastica o che il settore del printing vede il 25% del suo fatturato derivare proprio dal packaging, percentuale che sale al 50% del giro d'affari se parliamo di converting e pre-stampa. La logistica, in tali sinergie, rappresenta un trait-d'union indispensabile per finalizzare le strategie produttive e rendere efficienti quelle distributive attraverso ogni fase della filiera. Inoltre, un unico titolo d'ingresso garantirà la partecipazione a tutte e cinque le manifestazioni.

Un bel 'goal' per la fiera...

Che si somma a quello realizzato attraverso la partnership siglata tra Ipack-Ima, Ucima e Messe Düsseldorf, annunciata in anteprima a Interpack 2017. Secondo i termini dell'accordo, Interpack e Ipack-Ima si daranno reciproco supporto per le proprie fiere dedicate al packaging di Düsseldorf e Milano, mentre Ucima fornirà sostegno alle manifestazioni internazionali di Messe Düsseldorf organizzate nell'ambito dell'Interpack Alliance.

Uno dei tratti distintivi di una fiera di successo è il grado di coinvolgimento degli operatori internazionali. Cos'ha in serbo Ipack-Ima, a questo proposito?

'The Innovation Alliance' beneficia del supporto del ministero dello Sviluppo Economico e di Ice Agenzia, che garantiranno la presenza di oltre 1.000 buyer. Ipack-Ima e Meat-Tech ospiteranno buyer provenienti da Europa, Africa, Medio Oriente, Sud America e Stati Uniti. Oltre a una delegazione di industriali dall'India, 'focus partner' di questa edizione, che accompagneremo in un 'technical tour' presso alcuni stabilimenti all'avanguardia. Ottimi riscontri arrivano anche dalle pre-registrazioni: risulta infatti in crescita il numero degli operatori che stanno richiedendo il biglietto di ingresso. Risultati che sono frutto dell'intensa campagna di promozione internazionale portata avanti in questi anni con la partecipazione a circa 50 fiere nel mondo, le cinque conferenze stampa realizzate in importati mercati, le partnership con 230 editori nazionali e internazionali, le attività sui social network, le collaborazioni con associazioni e enti internazionali, che hanno generato oltre 1 milione di contatti raggiunti.

Per concludere, uno sguardo al lato convegnistico e informativo. Quali saranno i temi 'chiave' di Ipack-Ima 2018?

Economia circolare e sostenibilità, grazie anche al coinvolgimento del Conai, il Consorzio nazionale imballaggi. Ma anche digitalizzazione e vendite online, protagonisti di un convegno realizzato in collaborazione con Netcomm, il consorzio italiano dell'e-commerce. Realizzato insieme a Messe Dusseldorf è invece l'evento intitolato 'Save Food', che tratterà progetti di ecosostenibilità, food waste e soluzioni innovative per la lotta allo spreco alimentare. Altre tematiche trasversali saranno l'anticontaffazione e la serializzazione nei settori food, fashion e cura della persona. Le specifiche produttive legate agli alimenti free from e al sanitary design, alla marca propria e a quella privata saranno inoltre parte dell'offerta per gli operatori dell'industria alimentare e delle bevande.

Federica Bartesaghi

OBIETTIVO RUSSIA

Nel 2017 l'Italia è terzo maggior fornitore di macchine per la produzione alimentare della Federazione. Seconda posizione, dopo la Germania, per il packaging. Intervista a Pier Paolo Celeste, direttore dell'ufficio Ice di Mosca.

A cura di Federica Bartesaghi

2017 anno d'oro per la meccanica italiana in Russia. Particolarmente brillanti le performance del comparto food processing, che nei primi 10 mesi dello scorso anno mette a segno un incredibile +54,9%. Portando il nostro Paese da quarto a terzo maggior fornitore della Federazione dopo Paesi Bassi e Germania, con una market share del 13,2%. Risultati sostanzialmente stabili, invece, per il comparto packaging che, dopo un eccellente 2016 (+36,8%), nei primi 10 mesi del 2017 perde 1,5 punti percentuali, con una market share del 27,3%. Un trend destinato a migliorare ulteriormente, grazie anche agli ingenti incentivi messi a disposizione dal governo russo alle aziende agroalimentari locali per incrementare la produzione agroalimentare. Ne abbiamo parlato con Pier Paolo Celeste, direttore dell'ufficio Ice di Mosca.

La Russia è prevalentemente un produttore o un importatore di tecnologie e macchine per il food & beverage?

La Russia sta attraversando una fase di profondo cambiamento della propria struttura produttiva anche e soprattutto nel settore del food processing e, più in generale, nel comparto agroalimentare. Ciò è strettamente legato alle nuove politiche governative di sostituzione delle importazioni che puntano a stimolare una maggiore autonomia del paese. È tuttavia importante sottolineare che si tratta di un processo di medio-lungo termine che, benché avviato nel 2014, potrà mostrare i suoi risultati solo nel tempo. Ad oggi, nonostante la crescita della produzione locale di macchinari e tecnologie per l'industria alimentare registrata nel 2017, la Russia rimane un grande importatore di queste tecnologie, specialmente nell'ambito della trasformazione di latte, frutta e verdura e nella produzione di formaggi, così come per il packaging, parte integrante della filiera. Ad oggi, infatti, la Russia importa ancora circa l'80% delle tecnologie necessarie ai produttori locali.

Quanto vale l'export italiano in Russia di macchinari e attrezzature per l'agroalimentare e qual è la sua market share sulle importazioni complessive?

Secondo i dati delle Dogane Russe, nei primi 10 mesi del 2017 si è registrata una crescita del 18% dell'interscambio pari a 17,2 miliardi di euro, che vede l'Italia attestarsi in quinta posizione come paese fornitore e in

sesta posizione come paese cliente. Ad esso contribuiscono maggiori importazioni dall'Italia (+27,9%, 7,2 miliardi di euro) e maggiore export russo verso il nostro Paese (+11,9%, 10 miliardi di euro). Ragione del notevole incremento dell'interscambio sono il ritorno della dinamica positiva del Pil russo, il rafforzamento del rublo dopo un periodo di forte volatilità e il proseguimento dell'adattamento dell'economia russa in un contesto di prezzi del petrolio relativamente bassi, seppur in fase di rialzo negli ultimi mesi. Ed è proprio nel settore della meccanica che si registra la crescita più significativa, a +38,4%. Da sottolineare come i comparti della meccanica e dei semilavorati rappresentino insieme oltre il 60% del nostro export totale nella Federazione Russa. Nello specifico, registriamo segnali molto positivi per il comparto del food processing dove, a fronte di un 2016 chiuso in leggera contrazione (-11% e 161 milioni di importo totale dall'Italia), i dati dei primi dieci mesi del 2017 consegnano un incoraggiante +54,9% e il passaggio da quarto a terzo fornitore della Federazione dopo Paesi Bassi e Germania, con una market share del 13,2%. L'Italia occupa una posizione di leadership nei settori delle macchine per la lavorazione della carne, della panificazione e dello zucchero. Per quanto riguarda il settore del packaging, alla fine del 2016, secondo le Dogane Russe, la Russia ha importato dall'Italia macchine e tecnologie per il packaging per una cifra pari a 146 milioni di euro, facendo registrare una crescita del 36,8% rispetto all'anno precedente. Il trend registrato nel 2016 conferma l'ottima posizione del nostro Paese che si qualifica come secondo maggior fornitore della Federazione. I dati congiunturali relativi ai primi dieci mesi del 2017 mostrano una sostanziale tenuta del settore con una leggera contrazione dell'1,5%.

Risultati imputabili anche agli aiuti messi a disposizione del governo russo, conseguenza dell'embargo di Mosca su alcune produzioni agroalimentari?

Certamente l'embargo attualmente vigente, oramai dal 2014, su alcune categorie di prodotti agroalimentari ha stimolato la produzione locale che ha avuto modo di beneficiare di una domanda dei consumatori non più soddisfatta dai prodotti di importazione. Sono molteplici le iniziative nate nel Paese in questo periodo, volte a incrementare le quote di produzione locale

in tutti i comparti del food & beverage e che hanno, tra l'altro, avuto un impatto anche sui settori non toccati direttamente dall'embargo innescando una spirale virtuosa che favorirà nel tempo una sempre maggiore autonomia del paese.

Più nello specifico, che genere di sovvenzioni ha messo a disposizione il governo di Mosca per l'industria agroalimentare locale?

Occorre fare una distinzione tra il supporto ai produttori locali di tecnologie, volto a incentivare l'import substitution delle stesse, e il supporto ai trasformatori e produttori di prodotti finiti del settore food & beverage. Su quest'ultimo si punta a incentivare anche un maggior intervento di investitori stranieri al fine di avviare iniziative e impianti di produzione locale, anche in joint venture con partner russi. Il Governo della Federazione Russa ha elaborato un ordine di distribuzione di sussidi dal budget federale per il sostegno dei costruttori di macchinari per il settore agroalimentare. Nel 2017 l'importo per i sussidi è stato pari a 1 miliardo di rubli con l'obiettivo di consentire ai costruttori di compensare i minori guadagni nel caso dell'offerta di sconti destinati ai consumatori finali russi - trasformatori di carne, latte, frutta, verdure, cereali. In questo modo la politica statale favorisce la commercializzazione di tecnologie alimentari prodotte in Russia agendo indirettamente sui prezzi finali. I produttori russi di macchinari, per beneficiare dei sussidi, devono essere residenti nella Federazione Russa. Nel caso di joint-venture con un partner straniero, la sua quota di proprietà deve essere di oltre il 50%. L'efficacia del programma di sussidi viene valutata dal ministero dell'Industria e del Commercio della Federazione Russa alla fine dell'anno di riferimento. Il Programma d'azione si estende su una vasta gamma di tecnologie che conta 370 tipologie di macchine e impianti (...)



Pier Paolo Celeste

segue

(...) per tutti settori agroalimentari e di trasformazione e che risponde alla politica statale di sostituzione delle importazioni nel campo di macchinari agroalimentari. Il ministero dell'Industria e del Commercio della Federazione sta elaborando inoltre un catalogo generale dei costruttori russi di macchinari industriali che sarà diviso per settori industriali. Particolare attenzione viene dedicata ai costruttori di macchinari agroalimentari. Tutti i finanziamenti vengono realizzati tramite il Fondo di Sviluppo dell'Industria.

E per quanto riguarda invece gli investimenti diretti per nuove iniziative che coinvolgano investitori esteri?

In questo caso le opportunità sono diverse e di grande interesse per le imprese italiane. Oltre al sostegno a livello federale, grande importanza rivestono le 'zone economiche speciali', i 'parchi industriali e le facilitazioni stabilite a livello regionale, che hanno innescato una vera e propria competizione tra le regioni russe più attive al fine di attirare investimenti in tutti i settori economici. A tal fine, l'Agenzia Ice di Mosca ha realizzato, di concerto con l'Ambasciata d'Italia e numerosi attori del 'Sistema Italia' in Russia, una guida agli investimenti che illustra i principali meccanismi di accesso al mercato e un ranking delle regioni più attraenti, corredato da un elenco di progetti di investimento già attivi che viene periodicamente aggiornato. Si tratta di uno strumento che vuole favorire la possibilità per le aziende italiane di diventare un partner strategico nel processo di industrializzazione della Federazione, proprio grazie al know-how e all'esperienza del nostro sistema produttivo.

C'è stata una buona risposta da parte delle aziende italiane del comparto a queste nuove opportunità?

L'Italia e la Russia sono tradizionalmente legate da rapporti di amicizia, fiducia, apertura e rispetto. I legami commerciali ed economici tra la Russia e l'Italia sono già molto intensi, e stiamo continuando a sviluppare attivamente una collaborazione reciproca. A fronte delle nuove iniziative promossa in Russia, stiamo certamente registrando interessanti manifestazioni di interesse da parte di aziende italiane, molte delle quali stanno approfondendo, anche con il nostro aiuto, la conoscenza del mercato e delle opportunità esistenti. Va sottolineato come tuttavia questo percorso

non sia legato esclusivamente alla situazione contingente: sono molte le iniziative italiane nate e sviluppatesi prima dell'avvio delle nuove politiche del paese e che sono state coronate da buon successo. Basti citare i casi del Gruppo Ferrero, Cremonini, Parmalat, Barilla e Perfetti che operano già da anni con propri stabilimenti sul territorio russo. La sfida nella quale dovremo impegnarci in questa nuova fase è quella di favorire l'ingresso di aziende italiane anche di dimensioni minori, che tra l'altro rappresentano in Italia la stragrande maggioranza del nostro sistema produttivo.

Esistono in Russia delle limitazioni, di carattere monetario o di altra natura, all'import di macchine e tecnologie per la produzione agroalimentare?

Non esistono al momento limitazioni ufficiali per l'importazione di macchine e tecnologie per la produzione agroalimentare. Importare macchinari all'estero o comprare macchine di produzione russa rappresentano due opzioni entrambe percorribili sulla base della strategia dell'acquirente. Esistono tuttavia barriere sia tariffarie che non, legate agli obblighi di certificazione, costi di trasporto e ai dazi di ingresso particolarmente elevati che, unitamente alla svalutazione del rublo avvenuta negli ultimi anni, non hanno favorito il nostro export. A partire dal 2017 tuttavia stiamo assistendo a un'inversione di tendenza che sta riportando le nostre esportazioni ai valori pre-crisi.

Che consigli darebbe a un produttore europeo di tecnologie per la trasformazione agroalimentare che desideri iniziare a esportare in Russia?

Il primo suggerimento è senz'altro quello di valutare la partecipazione a una delle manifestazioni fieristiche internazionali in Russia. Questo canale assicura infatti, grazie alla possibilità di contatto diretto con importatori e distributori locali, risultati interessanti. Andrebbe inoltre associata a quest'ultima un'attività di diffusione dell'offerta dell'azienda sia prima che dopo la sua presenza in fiera, attraverso azioni di ricerca partner e clienti mirate all'organizzazione di incontri in loco. È tuttavia importante comprendere che una strategia di penetrazione di successo in un mercato grande e complesso come quello russo debba avere un orizzonte di medio termine per riuscire a ottenere dei risultati vincenti.

Pier Paolo Celeste

“

La Russia rimane un grande importatore di queste tecnologie alimentari, specialmente nell'ambito della trasformazione di latte, frutta e verdura e nella produzione di formaggi. Lo stesso vale anche per il packaging. Ad oggi, la Russia importa ancora circa l'80% delle tecnologie necessarie ai produttori locali.

“

Registriamo segnali molto positivi per il comparto del food processing, dove i dati dei primi dieci mesi del 2017 consegnano un incoraggiante +54,9%. E il passaggio da quarto a terzo fornitore della Federazione dopo Paesi Bassi e Germania.

“

Il Governo della Federazione Russa ha elaborato un ordine di distribuzione di sussidi dal budget federale per il sostegno dei costruttori di macchinari per il settore agroalimentare. Nel 2017 l'importo per i sussidi è stato pari a 1 miliardo di rubli.

INTERSCAMBIO RUSSIA-ITALIA OTTOBRE 2017

ITALIA 6° PAESE CLIENTE E 5° FORNITORE

17.218 milioni di euro (+18,1%), di cui:
7.172 milioni di euro - import da Italia (+27,9%)
10.046 milioni di euro - export verso Italia (+11,9%)

PRINCIPALI SETTORI	QUOTA TOTALE IMPORTATO	VAR. % Gen.-Ott. 17/ Gen.-Ott. 16
Meccanica	39,1%	38,4%
Semilavorati	21,8%	20,4%
Moda e accessori	13,4%	29,9%
Agroalimentare e bevande	8,2%	27,4%
Arredamento e edilizia	3,5%	11,9%
Mezzi di trasporto	3,1%	11,1%
Chimica e farmaceutica	2,9%	8,7%
Metalli comuni	1,2%	19,9%
Piante vive e prodotti della floricoltura	1,0%	16,1%

Dogane Russe - Elaborazione ICE Mosca - Gennaio 2018

PRIMI 10 PAESI FORNITORI (GENNAIO - OTTOBRE 2017)

PAESE	VAR. % IMPORT RUSSO DA...
World	23,5%
EU-28	22,3%
Cina	24,2%
Germania	22,4%
USA	16,0%
Bielorussia	24,4%
Italia	27,9%
Francia	6,6%
Giappone	16,5%
Corea del Sud	41,2%
Kazakistan	38,0%
Polonia	24,7%

Dogane Russe - Elaborazione ICE Mosca - Gennaio 2018

DETTAGLIO IMPORTAZIONI RUSSE DA ITALIA DI MECCANICA E COMPONENTI PER PRODOTTO (2016-2017 OTTOBRE)

Prodotto	Valore		% Quota di mercato		% Prodotto su Ottobre		% Variazione		Posizione	
	2016	Gen.-Ott. 17	2016	Gen.-Ott. 17	2016	Gen.-Ott. 17	16\15	Gen.-Ott. 17\ Gen.-Ott. 16	2016	Gen.-Ott. 17
Valori in milioni di Euro										
Totale	2.574	2.803	5,0	5,5	100	100	-21,8	38,4	3	3
1 Macchinari e componenti elettrici	394	455	2,0	2,4	15,3	16,2	-16,1	48,5	11	8
2 Apparecchi e dispositivi per riscaldamento, cottura e torrefazione	158	262	2,9	5,1	6,1	9,4	-71,2	123,0	5	5
3 Componenti meccanici incl rubinetteria	318	251	12,7	10,2	12,4	8,9	8,5	-6,6	3	3
4 Pompe	176	210	7,7	9,1	6,9	7,5	-1,2	53,8	3	3
5 Macchine alimentari	161	202	10,4	13,2	6,3	7,2	-11,6	54,9	4	3
6 Altri macchinari specifici e robot	156	117	13,1	9,6	6,1	4,2	-2,9	15,4	2	2
7 Macchine per imballaggio	146	110	32,5	27,3	5,7	3,9	36,8	-1,5	2	2
8 Macchine utensili	90	101	6,3	6,5	3,5	3,6	-51,7	44,0	4	4
9 Macchine lavorazione plastica e gomma	60	92	14,7	12,8	2,3	3,3	-29,6	115,7	3	2
10 Centrifughe	52	81	4,3	7,2	2,0	2,9	-55,0	96,4	6	5
11 Macchine per fonderia	43	71	13,3	27,5	1,7	2,5	-55,8	105,3	2	1
12 Macchine agricole	55	49	6,2	5,2	2,1	1,8	44,3	8,8	5	5
13 Macchine per costruzioni	31	44	2,2	2,6	1,2	1,6	-48,5	74,6	10	12
14 Macchine per ceramica	39	36	8,6	7,2	1,5	1,3	30,5	0,4	5	4
15 Macchine lavorazione legno	44	34	13,0	9,6	1,7	1,2	-60,5	-9,5	3	4
16 Macchine per stampa	30	23	3,7	2,9	1,2	0,8	58,0	7,8	6	7
17 Macchine tessili	29	22	13,6	10,9	1,1	0,8	25,9	31,4	3	3
18 Macchine per marmo	11	20	27,3	40,5	0,4	0,7	4,9	176,0	2	1
19 Macchine per vetro	8	3	29,8	17,4	0,3	0,1	2313,4	-64,8	1	2
Altro	573	618	-	-	22,3	22,1	-0,6	32,8	-	-

Dogane Russe - Elaborazione ICE Mosca - Gennaio 2018

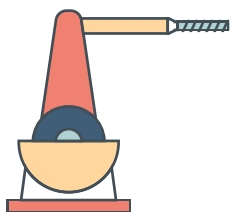
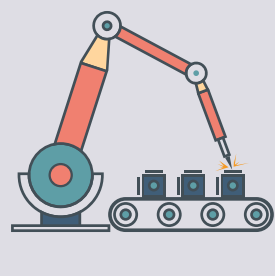
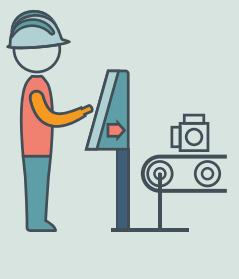
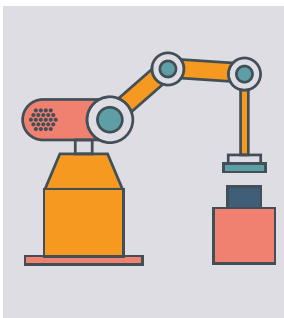
MACCHINE ALIMENTARI (2016-2017 OTTOBRE)

Paese	Valore		% Paese su import totale Ottorale		% Variazione		Posizione	
	2016	Gen.-Ott. 17	2016	Gen.-Ott. 17	16\15	Gen.-Ott. 17\ Gen.-Ott. 16	2016	Gen.-Ott. 17
Valori in milioni di Euro								
Mondo	1.551	1.539	100	100	-0,9	18,9		
UE-28	1.040	1.073	67	69,7	-1,4	24,7		
Germania	348	245	22,4	15,9	11,6	-14,9	1	1
Paesi Bassi	169	239	10,9	15,5	20,1	59,4	2	2
Italia	161	202	10,4	13,2	-11,6	54,9	4	3
Cina	144	167	9,3	10,8	23,7	38,7	5	4
Bielorussia	167	128	10,8	8,3	16,1	-10,3	3	5

Dogane Russe - Elaborazione ICE Mosca - Gennaio 2018

MACCHINE PER IMBALLAGGIO (2016-2017 OTTOBRE)

Paese	Valore		% Paese su import totale Ottorale		% Variazione		Posizione	
	2016	Gen.-Ott. 17	2016	Gen.-Ott. 17	16\15	Gen.-Ott. 17\ Gen.-Ott. 16	2016	Gen.-Ott. 17
Valori in milioni di Euro								
Mondo	448	401	100	100	2,8	13,8		
UE-28	380	320	84,8	79,8	9,3	4,6		
Germania	154	122	34,3	30,3	2,1	-6,5	1	1
Italia	146	110	32,5	27,3	36,8	-1,5	2	2
Cina	20	35	4,4	8,6	-21,9	146,7	3	3
Francia	4	24	0,8	6,1	-30,0	669,5	14	4
Paesi Bassi	15	15	3,3	3,8	13,8	53,4	5	5

Dogane Russe - Elaborazione ICE Mosca - Gennaio 2018

CHR. HANSEN ITALIA
www.chr-hansen.com

Nome prodotto

Culture di bioprotezione FreshQ

Settore di applicazione

Formaggi molli come primo sale e crescenza.

Descrizione e punti di forza

Culture di bioprotezione che inibiscono lo sviluppo di lieviti e muffe.

Specifiche tecniche

La bioprotezione è l'arte di utilizzare le colture microbiche alimentari per inibire lo sviluppo di contaminanti indesiderati, prevenendo lo spreco e incrementando la sicurezza alimentare. Le colture di bioprotezione FreshQ si basano su ceppi di batteri lattici unici, selezionati specificatamente per proteggere i prodotti lattiero-caseari inibendo lo sviluppo di lieviti e muffe. Le colture di bioprotezione FreshQ proteggono il prodotto nel corso di tutta la shelf life, anche nel caso di possibili rotture della catena del freddo. Grazie alle colture FreshQ si può estendere la shelf-life dei formaggi freschi come primo sale e crescenza in modo del tutto naturale.



CAPSTONE TURBINE CORPORATION
www.ibtgroup.at

Nome prodotto

Turbina a gas oil-free

Settore di applicazione

Industrie alimentari e delle bevande che hanno bisogno di vettori termici pregiati - quali vapore saturo, acqua surriscaldata e acqua glicolata a temperatura sotto zero, aria calda - per il loro processo produttivo.

Descrizione e punti di forza

Le turbine Capstone consentono di realizzare impianti di cogenerazione e trigenerazione che garantiscono una sensibile riduzione della bolletta energetica, bassa manutenzione e zero emissioni con punte di efficienza totale oltre l'85% con applicazioni specifiche per l'industria alimentare.

Specifiche tecniche

La tecnologia 'oil free', di derivazione aerospaziale, è frutto di oltre dieci anni di ricerca di Capstone. Il brevetto, unico al mondo, fa riferimento alla completa assenza di olio lubrificante all'interno delle turbine grazie all'impiego di cuscinetti ad aria in grado di sostenere l'albero della turbina in rotazione senza contatto meccanico. Capstone offre sei taglie modulari di potenza elettrica prodotta, da 30 kW a 1MW, che possono funzionare con combustibili sia fossili che rinnovabili.



IFT

www.iftmantova.com

Nome prodotto

Griglia in polipropilene per la stagionatura dei formaggi pasta dura e semi-dura

Settore di applicazione

Caseario.

Descrizione e punti di forza

Tutte le griglie e tavole in polipropilene alimentare sono rigorosamente realizzate con materie prime certificate e sono idonee al contatto con gli alimenti, in conformità ai regolamenti e direttive CE e al decreto ministeriale nazionale. Consigliata per formaggi tipo: pecorino toscano, pecorino sardo, caprini, caciotte, gouda, tomini, muffettati, cascaval. La grigliatura superficiale consente alla forma una notevole aerazione garantendo minori rivoltamenti e minor formazione di muffa. La misura europallettizzabile consente una facile e comoda manovrabilità all'interno delle celle-magazzini di stagionatura.

Specifiche tecniche

- materiale: polipropilene alimentare (PP)
- dimensioni: mm 760x580x 210 o 180 o 150 o 130
- metodologia di produzione: stampaggio a iniezione
- resistenza alle temperature di esercizio: -30, +80 °C



PIETRIBIASI MICHELANGELO
www.pietribiasi.it



Nome prodotto

Impianto di pastorizzazione

Settore di applicazione

Trattamento termico del latte.

Descrizione e punti di forza

Impianto su misura, premontato su base.

Specifiche tecniche

Completo di separatore centrifugo, omogenizzatore, degasatore, a seconda delle specifiche esigenze del liquido da pastorizzare.

GRUPPO FABBRI VIGNOLA
www.gruppofabbri.com



Nome prodotto

Elixa 24 Libra

Settore di applicazione

Confezionamento di prodotti alimentari freschi e freschissimi in vassoio.

Descrizione e punti di forza

Automatiche, semplici, versatili, sicure e senza necessità di aria compressa, le avvolgitrici della linea nuova Elixa Libra (Elixa 24 Libra ed Elixa 35 Libra) svolgono funzioni di pesatura, confezionamento ed etichettatura superiore e inferiore di prodotti alimentari freschi e freschissimi in vassoio. Nate dalla storica esperienza di Gruppo Fabbri e da una stretta collaborazione con Espera, sono particolarmente consigliate per applicazioni in-store e centri di confezionamento di piccole e medie dimensioni.

Specifiche tecniche

- prestazioni: fino a 22 ppm (pesatura + avvolgimento + etichettatura). Fino a 24 ppm (solo avvolgimento)
- direzione: da sinistra a destra
- modalità operativa: avvolgimento ed etichettatura, solo avvolgimento, solo etichettatura
- posizione etichetta: superiore e inferiore
- display: touch-screen 15" TFT a colori
- interfaccia: USB, Ethernet TCP/IP, RS 232, parallela
- fonte alimentazione: 230 V, 50/60 Hz

MILKYLAB
www.milkylab.it

Nome prodotto

Linea automatica per la produzione di pizza cheese

Settore di applicazione

Industria lattiero casearia.

Descrizione e punti di forza

La linea automatica per la produzione di pizza cheese è un'innovativa linea che unisce filatura e formatura con tecnologia a vapore in un unico processo produttivo. È particolarmente adatta a medie-grande produzioni (fino a 2.500 kg/ora). L'esclusiva tecnologia a vapore è caratterizzata dall'immissione diretta o tramite intercapedine di vapore a 4 bar, resa possibile dalle doppie pareti in acciaio Aisi 316. Completando la linea con la formatrice automatica si rende il processo produttivo a ciclo continuo. La formatrice è stata progettata con testata rotante con regolazione diretta sui tempi di raffreddamento oltre che con l'innovativo processo di lavaggio automatico.

