



SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI  
ANNO 13 - NUMERO 6 - GIUGNO 2020  
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

Speciale ingredienti

Alle pagine VI e VII



# DETTAGLI CHE FANNO LA DIFFERENZA

Etichette trasparenti, sapori naturali, prodotti finiti di alta qualità. L'industria delle carni e dei salumi chiede molto ai fornitori di aromi, ingredienti e colture. Partner indispensabili anche durante l'emergenza Covid-19.

Lo studio

Alle pagine IV e V

## Eppur si muove

Un pugno di aziende guida il manifatturiero italiano. Casi eccellenti, in un sistema dichiarato in recessione tecnica dal 2018. Il packaging tra i comparti più strategici. La prima edizione del rapporto 'Controvento. Il Paese in realtà non è fermo'.

L'evento

2<sup>a</sup> parte

Da pagina VIII a pagina X

## Il packaging alla sfida della sostenibilità

Plastica, materiali alternativi e nuovi modelli di business al centro dell'evento promosso da Ucima e Fondazione Fico lo scorso febbraio a Bologna.



ALL'INTERNO



**Emergenza Coronavirus: Minerva Omega Group presenta la linea di sanificatori MPS**

**Confermato lo slittamento di Cfia dal 29 settembre al 1° ottobre a Nantes**

**Lawer presenta Unica, la gamma di sistemi di dosaggio automatico per micro-ingredienti in polvere**

**Beretta riduce la plastica negli imballaggi del 25%**

Fiere & manifestazioni

Alle pagine XI e XII

## RIPARTIRE IN SICUREZZA

Sanitunnel, termoscanner, ingressi controllati e sistemi digitalizzati per il conteggio delle persone negli stand. Antonio Cellie (ad di Fiere di Parma) e Corrado Peraboni (ceo di IEG) presentano gli spazi fieristici ai tempi del Coronavirus.



### A Messe Frankfurt il controllo di Process Expo Chicago

Process Expo, rassegna leader negli Stati Uniti per la trasformazione alimentare, passa sotto il controllo di Messe Frankfurt a partire dal 1° maggio 2020. La fiera, che dal 2011 si tiene ogni due anni a Chicago, è organizzata dalla Food processing suppliers association (Fpsa). "In un momento così difficile per le imprese, sono ancor più felice di continuare e ampliare la nostra collaborazione con i colleghi americani dell'Fpsa. In futuro organizzeremo Process Expo a Chicago e lavoreremo per trasformarlo in un piattaforma ancora più forte per l'industria alimentare mondiale", commenta Wolfgang Marzin, presidente e ceo di Messe Frankfurt. "Siamo in una posizione ideale per farlo, poiché con un portafoglio di quattro fiere nel settore food processing (Ifa a Francoforte, Tecno Fidia a Buenos Aires, Modern Bakery e Salon du Chocolat a Mosca, ndr), abbiamo una conoscenza approfondita del settore e un'esperienza pluriennale". La prima edizione "made by Messe Frankfurt" della fiera si terrà dal 12 al 15 ottobre 2021 al McCormick Place di Chicago.

### Sacco System si espande in Giappone

Sacco System, la rete d'impresa biotech internazionale dedicata all'industria alimentare, nutraceutica e farmaceutica, approda in Giappone con l'apertura della controllata Sacco System Japan. Con sede a Tokyo, Sacco System Japan si concentrerà sullo sviluppo del mercato lattiero caseario e dei probiotici, settori ad alta crescita nel Paese. In particolare, offrirà una vasta gamma di prodotti innovativi e servizi tecnici per la promozione di fermenti lattici, coagulanti ed enzimi per formaggio e lattini fermentati, oltre a integratori alimentari (colture probiotiche). "La creazione della filiale Sacco System Japan è una gradita integrazione alla rete d'impresa Sacco System", commenta Nanako Oikawa, ceo della nuova società. "Con una presenza permanente in questo paese, saremo in grado di fornire ai nostri partner un tempestivo supporto e allo stesso tempo di incrementare lo sviluppo commerciale nel mercato delle culture lattiero-casearie e dei probiotici".

### DI Rilancio: plastic tax rinviata al 2021

Rinviata al 1° gennaio 2021 l'entrata in vigore della plastic tax, come sancisce il DI Rilancio approvato dal Consiglio dei ministri. La tassa, introdotta con l'ultima legge di Bilancio, avrebbe dovuto entrare a regime questa estate, applicandosi a tutti i manufatti monouso in plastica, ad eccezione di quelli prodotti con bioplastiche compostabili o con materiali riciclati, oltre a dispositivi medici e packaging farmaceutici o medicali. Originariamente fissata a 1 euro al chilo, la versione finale della norma ha invece stabilito che l'imposta è pari a 45 centesimi di euro per ogni chilo di materiale plastico.

### Assofoodtec: Giovanni Rossi eletto presidente del comparto costruttori affettatrici, tritacarni e affini

Il nuovo presidente dei costruttori affettatrici, tritacarni e affini – comparto di Assofoodtec in seno ad Anima Confindustria – è Giovanni Rossi, attualmente direttore generale presso la bolognese Minerva Omega Group. "L'associazione deve proseguire il contatto con le istituzioni e gli enti normativi per una corretta definizione delle norme e degli standard tecnici da seguire", commenta il neopresidente, che intende continuare a sviluppare il tema Moca (materiali e oggetti a contatto con gli alimenti) per garantire la tutela della salute ed elevare la qualità dei prodotti italiani. Tra i principali obiettivi dell'associazione, prosegue Giovanni Rossi, anche quello di "rendere il comparto italiano dei costruttori affettatrici, tritacarni e affini come un modello da seguire anche all'estero". Al di fuori dei confini nazionali si realizza infatti circa il 60% del fatturato di settore. Giovanni Rossi, che succede a Marco Ferlito, rimarrà in carica fino al 2022.

### Plastica monouso: il no della Commissione Ue a posticipare l'entrata in vigore della direttiva

"Le scadenze vanno rispettate. Gli stati membri hanno un anno per recepire la direttiva sulle plastiche monouso". Con queste parole Vivian Loonela, portavoce Ue per le questioni ambientali, risponde negativamente all'associazione europea dei trasformatori di materie plastiche (EuPc – European plastic converters) che, con una missiva, aveva richiesto di posticipare di un anno l'entrata in vigore della messa al bando di alcuni articoli in plastica monouso. Secondo l'associazione, infatti, "il Coronavirus ha dimostrato che non tutti i materiali sono uguali. Le materie plastiche monouso non sono facilmente sostituibili, in particolare per mantenere le stesse proprietà igieniche a tutela dei consumatori". Adottata a giugno 2019, la direttiva sulle plastiche monouso introduce il divieto di produzione di prodotti come posate, bicchieri, bastoncini per palloncini, cannucce e bastoncini di cotone. Non si riferisce, invece, a dispositivi monouso utilizzati in ambito sanitario come guanti, abiti e mascherine.

### Confermato lo slittamento di Cfia dal 29 settembre al 1° ottobre a Nantes



Come già preannunciato, gli organizzatori di Cfia, salone francese delle tecnologie per il food packaging e processing, confermano lo slittamento della manifestazione da maggio a fine settembre, presso l'Exponantes – Parc des Expositions La Beaujoire. Confermato, dunque, anche il trasloco nella città bretone a causa della mancanza di disponibilità nel centro espositivo di Rennes, dove tradizionalmente ha luogo la manifestazione. Si assicura anche che non cambierà il programma, con 1.600 espositori e un'ampia proposta di soluzioni tecnologiche pensate per tutti i livelli della filiera produttiva.

### Lawer presenta Unica, la gamma di sistemi di dosaggio automatico per micro-ingredienti in polvere



Specializzata da oltre 50 anni nella progettazione e realizzazione di sistemi di dosaggio per polveri, Lawer presenta una linea completa di sistemi di pesatura automatici a bilancia singola, doppia o multipla dedicata al comparto alimentare. Sono cinque i sistemi del modello Unica, che si differenziano per dimensioni, uso (artigianale o industriale) e capacità di stoccaggio: mod. Unica SD con 13 silos di stoccaggio da 12 a 24 litri con bilancia singola, risoluzione 1 grammo; mod. Unica MD con 13 silos di stoccaggio da 18 a 36 litri con bilancia singola, risoluzione 1 grammo; mod. Unica HD con 8/16/24 silos di stoccaggio da 50 litri con bilancia singola, risoluzione 1 grammo; mod. U Unica Twin con 12/24/36 silos di stoccaggio da 100 litri con bilancia singola o doppia, risoluzione 0,1 grammi; mod. Superunica con 10/120 silos di stoccaggio (moduli da 10) da 150/300 litri con bilancia singola, risoluzione 0,01 grammi. "Tutti i nostri sistemi garantiscono precisione di dosaggio, ripetibilità delle ricette, tracciabilità e gestione della produzione, protezione del know-how, riservatezza e risparmio", spiega l'azienda.

### Beretta riduce la plastica negli imballaggi del 25%

Fratelli Beretta compie un significativo passo nella direzione della sostenibilità ambientale. A partire dalla metà del mese di aprile, le confezioni delle principali linee di prodotti Beretta (ad esempio Fresca Salumeria, tra gli affettati, la gamma Salamini e le referenze Cubetti) vengono realizzate con il 25% di plastica in meno. Inoltre, per le confezioni di circa 300 referenze in assortimento, prodotte in 11 diversi siti produttivi, l'azienda utilizzerà il 65% di plastica riciclata. Il Gruppo ha intrapreso con convinzione il cammino dello sviluppo sostenibile tanto da creare un proprio logo: 'BGreen', che identificherà i prodotti ecosostenibili. Beretta intende utilizzare al meglio le materie plastiche necessarie per consegnare ai propri consumatori prodotti freschi, di ottima qualità, lavorando sul contenimento della quantità di plastica nelle proprie confezioni, e con un approvvigionamento responsabile di materiale riciclato.



### Packaging per l'e-commerce: arrivano le scatole 'su misura'

Gruppo Logistico Ldi, specialista della logistica e dei trasporti con sede nella provincia di Roma, presenta una soluzione al problema dell'overpackaging generato dall'e-commerce. Si chiama 'Smart Packaging System 4.0' ed è un innovativo sistema di confezionamento in grado di realizzare scatole su misura in base all'oggetto da confezionare. Un progetto realizzato in collaborazione con il Centro di ricerca per i trasporti e la logistica dell'Università La Sapienza e cofinanziato da Lazio Innova. "È composto da una macchina confezionatrice unica al mondo, che confeziona in automatico e in tempo reale scatole di cartone di diverse dimensioni, e da un insieme di servizi, spazi, tecnologia, processi e personale specializzato, il tutto ingegnerizzato con logica circolare economy", spiega Alessandro Bursese, Ad del Gruppo Logistico Ldi. "La macchina si chiama Cmc Cartonwrap ed è prodotta da Cmc, un'azienda umbra leader nel mondo del packaging".

### Emergenza Coronavirus: Minerva Omega Group presenta la linea di sanificatori MPS



La necessità di una corretta sanificazione di oggetti professionali, indumenti e attrezzature dettata dall'attuale emergenza sanitaria coinvolge ogni settore industriale e commerciale. Per rispondere a questo nuovo bisogno, Minerva Omega Group ha messo punto un sistema di sanificazione che si basa su un'azione combinata e contemporanea di Ozono e raggi UV-C, atta a ridurre la carica microbica entro limiti stimati, certificati e sicuri su cose o oggetti a basso rischio sanitario. La linea si compone di quattro modelli di diverse dimensioni, tutti realizzati in acciaio inox. "La loro efficacia, in termini di sanificazione, è stata testata da un laboratorio accreditato dopo numerosi test", spiegano dall'azienda. "L'azione di sanificazione combinata dei raggi UV-C e del gas di Ozono prodotto dalla lampada permette di raggiungere anche le superfici più recondite con percentuali di eliminazione di batteri pari al 99,99%". Poiché il principio di funzionamento non richiede additivi o detersivi chimici, il sistema si può definire ecologico, sicuro e di facile utilizzo. I prodotti della linea prodotti rientrano nelle categorie previste dal Decreto Legge n° 23 dell'8 aprile 2020, articolo 30, quindi possono usufruire di un credito d'imposta del 60%.

# Gli ingredienti Kalsec™ ti danno maggiore stabilità.



*E anche  
maggiore  
affidabilità e  
maggiore coerenza.*

In Kalsec® i nostri antiossidanti naturali sono un'alternativa efficace ai sintetici per estendere la shelf-life dei tuoi prodotti. Il nostro sviluppo pionieristico, combinato con la coltivazione selettiva del nostro rosmarino, ci permette di ottenere la più alta attività antiossidante, presente solo negli antiossidanti Kalsec. E non sono solo i nostri prodotti a essere stabili, affidabili e coerenti. Lo è anche la nostra azienda. Siamo un'azienda che guarda al lungo termine, quindi puoi fare affidamento su di noi per gli ingredienti di cui hai bisogno, quando ne hai bisogno.

**Approfondisci come riusciamo a darti di più con la qualità'**

**dei nostri antiossidanti—nonché  
colori ed estratti di spezie ed erbe  
aromatiche—su [www.craftedbykalsec.com](http://www.craftedbykalsec.com).**



# Eppur si muove

di Federica Bartesaghi

Un pugno di aziende guida il manifatturiero italiano. Casi eccellenti, in un sistema dichiarato in recessione tecnica dal 2018. Il packaging tra i comparti più strategici. La prima edizione del rapporto 'Controvento. Il Paese in realtà non è fermo'.

**S**ono una minoranza, ma corrono e trainano l'economia nazionale. Sono le imprese 'Controvento', come le definisce l'omonimo rapporto elaborato da Nomisma e Crif, con la collaborazione del Centro studi Meccs-Confindustria Ucima. Proprio nell'universo packaging, infatti, gravita la più alta concentrazione di imprese 'champion'. Alla presentazione dello studio, che si è tenuta lo scorso 7 maggio in diretta streaming, hanno partecipato anche rappresentanti del mondo industriale come Leonardo Valenti, presidente di Biolchim, gruppo che opera nel settore dei fertilizzanti speciali e della bioagricoltura; e Maurizio Marchesini, presidente del colosso del confezionamento Marchesini Group e vicepresidente di Confindustria con delega alle Filiere e alle medie imprese.

## Un Paese a due velocità

Anche se dichiarato in recessione tecnica dal 2018, il sistema Paese non è fermo. Lo evidenziano i numeri di 'Controvento', che scatta una fotografia aggiornata di quello che è il tessuto industriale italiano: frazionato, con una presenza preponderante di piccole e medie imprese, ma ciononostante caratterizzato da alcune eccellenze capaci di 'trainare' le rispettive filiere. Sono 4.600 quelle individuate dal rapporto, che ha preso in esame il bilancio di un totale di 71.415 società di capitali rappresentative della dimensione e configurazione strutturale della manifatturiera italiana (ricavi per 741 miliardi di euro - oltre il 70% del mercato). "Nelle prossime edizioni del report", commenta il presidente di Nomisma, Piero Gnudi, "sarà particolarmente interessante vedere come questo campione di aziende controvento ha retto e reagito allo tsunami Covid-19, che sulla nostra economia sta avendo un impatto più violento della crisi del 2008".

Le grandi imprese del manifatturiero italiano, che rappresentano solo l'1,5% del campione analizzato, generano il 40,7% del fatturato complessivo. Le medie imprese, spina dorsale del settore, sono tuttavia quelle che registrano i tassi di crescita più interessanti negli ultimi quattro anni. "Il paese sta attraversando da anni un processo di rottura", sottolinea Lucio Poma, capo economista di Nomisma. "Le aziende che hanno capito in tempi rapidi come posizionarsi rispetto alla concorrenza, usando le nuove tecnologie, vanno a un ritmo straordinariamente più forte delle altre, anche se si tratta di micro o piccole imprese". Analizzando i distretti produttivi, i primi quattro - macchine, alimentare, metallo, automotive - realizzano quasi la metà del fatturato complessivo. In Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna si genera il 71% dei ricavi del manifatturiero nazionale.

"Le imprese controvento hanno concorrenti internazionali straordinariamente più grandi di loro, però sono leader mondiali nelle rispettive nicchie di mercato. Il messaggio che emerge da questa prima edizione del report è quindi positivo. L'obiettivo, a fine pandemia, è che il Paese

compia la trasformazione tecnologica di Industria 4.0 per tornare più forte di prima".

## L'identikit delle imprese 'controvento'

Sei i parametri adottati dai ricercatori per scovare le imprese 'controvento'. Il primo e più importante valuta la crescita registrata nel 2018 in relazione ai risultati conseguiti nei cinque anni precedenti. Oltre ai ricavi, le altre variabili economico-finanziarie considerate sono Ebitda e valore aggiunto. Dal punto di vista della distribuzione sul territorio, la concentrazione maggiore di imprese controvento si ha in Trentino Alto Adige, seguito da Emilia Romagna, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Piemonte, Lombardia e Calabria. Sul fronte dei ricavi, invece, primo e secondo gradino del podio sono occupati, rispettivamente, da Trentino Alto Adige ed Emilia Romagna. "Particolarmente interessante il confronto per classe dimensionale, dove le medie imprese risultano le più controvento", sottolinea Lucio Poma. "Tra il 2014 e il 2018, queste sono cresciute del 70%".

Quali, invece, i comparti con una maggiore attitudine controvento? A primeggiare sono le industrie del packaging, del farmaceutico e del metallo. "Quello del packaging è il settore con più predisposizione a essere controvento, specialmente per le aziende di grandi dimensioni", commenta l'economista, "al contrario dell'alimentare, che nonostante annoveri splendidi esempi di imprenditoria non presenta nessuna grande azienda controvento".

## Una comprovata sostenibilità finanziaria

"Dall'analisi economica e finanziaria delle imprese controvento emerge che, in media, le aziende del campione hanno un rapporto patrimonio netto-debiti finanziari ben inferiore alla media nazionale", spiega Simone Mirani, general manager di Crif Ratings. "In dettaglio, nel 2018, il rapporto patrimonio netto-debiti finanziari era di 0,25. Con il 30% del campione che, addirittura, non presentava debiti finanziari. Praticamente doppi, rispetto alla media nazionale, anche gli investimenti effettuati dalle imprese controvento: "Questo dimostra che non solo investono di più, ma anche meglio, e con lungimiranza", aggiunge Simone Mirani. "Il ritorno degli investimenti (return on equity) è passato dal 20% del 2016 al 28% del 2018; laddove la media italiana è tra il 6 e il 7%. Il ritorno sulle attività (return on assets) è invece passato dall'11,7% del 2016 al 17,4% del 2018; rispetto a una media italiana del 3%".

Un equilibrio che emerge anche dall'analisi di come vengono utilizzati gli utili: "Ogni due euro di utile generato, uno viene redistribuito agli azionisti e uno reinvestito in azienda per realizzare ulteriori investimenti o irrobustire il patrimoniale e la cassa", aggiunge Mirani. "Il rapporto tra cassa e debiti correnti ha raggiunto il 50% a fine 2018, con una media italiana del 17% circa. Questo si traduce in una liquidità di cassa tre volte superiore alla media delle aziende italiane, un dato particolarmente importante che in un periodo di crisi come quello attuale".

## IL PACKAGING AI TEMPI DEL CORONAVIRUS

"Nel 2019, il comparto delle macchine per packaging ha generato un giro d'affari mondiale superiore ai 45 miliardi di euro. Un dato in continua crescita nell'ultimo decennio, con un tasso medio del 5,2% negli ultimi cinque anni", sottolinea Luca Baraldi, del Centro Studi Meccs-Confindustria Ucima, l'associazione italiana dei produttori di macchine per il confezionamento e l'imballaggio. L'Italia, da due anni, è leader mondiale con un fatturato di circa 8 miliardi di euro. Dato che ci ha permesso di superare la Germania (ferma a circa 7 miliardi), raggiungendo una market share mondiale del 18%. Seguono, in ordine, la Cina, gli Usa e il Giappone. Insieme, questi Paesi sono responsabili del 70% della produzione mondiale. "In Italia il settore è rappresentato da tante aziende di piccole dimensioni, più di 630", commenta Luca Baraldi. "Oltre 8 su 10 hanno meno di 50 dipendenti. Al contrario, in Germania lo stesso fatturato viene realizzato con meno della metà delle aziende, ma di dimensioni molto maggiori: il 18% ha più di 300 dipendenti, in Italia solo il 2%".

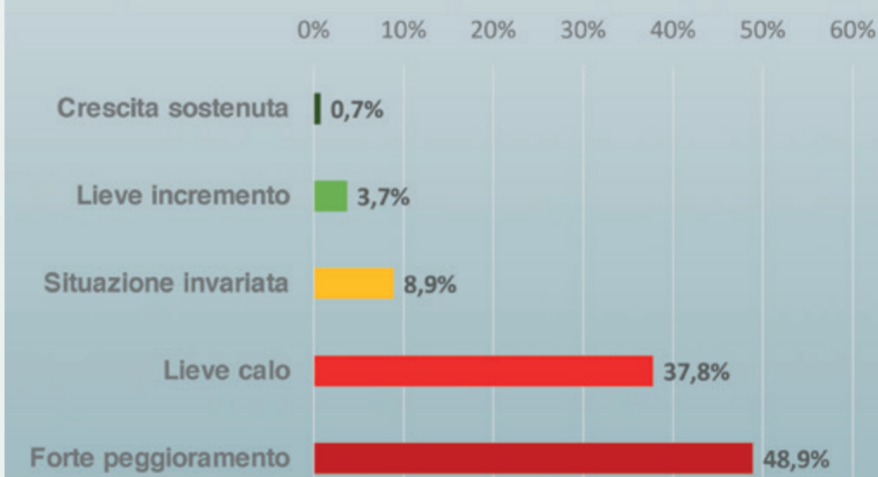
A un sondaggio promosso dal centro studi per valutare la risposta del comparto all'emergenza Coronavirus - a cui hanno partecipato 135 aziende, rappresentative di oltre il 70% del fatturato di settore - è emerso che in Italia solo 4 aziende su 100 hanno fermato l'attività produttiva. 1 su 5 (20% circa) ha avuto un rallentamento. Tutte hanno introdotto misure per salvaguardia dipendenti, con un impatto sulla produttività per 9 aziende su 10. La stessa percentuale denuncia anche rallentamenti nelle forniture, che hanno reso l'approvvigionamento dei materiali complesso. A questo proposito, 1 azienda su 4 dichiara di aver messo in campo azioni di supporto a salvaguardia dei propri fornitori. Solo 1 su 10 ha cambiato fornitori. "Per 8 aziende su 10 il primo trimestre mostra dati di produzione, fatturato e ordini in calo. Con il 49% delle imprese che prevede un forte peggioramento dei risultati a fine 2020", evidenzia Luca Baraldi. "L'unico a prevedere dati stabili o in crescita per l'anno in corso è, come prevedibile, il settore del packaging farmaceutico".

E proprio in rappresentanza di questo comparto controvento ha dato il suo contributo, nel corso della diretta streaming, Maurizio Marchesini, presidente di Marchesini Group. Che ha illustrato una serie di accorgimenti adottati dalla sua azienda dallo scoppio dell'emergenza sanitaria. A cominciare dalle operazioni di collaudo: "Nella nostra esperienza, prima di consegnare i macchinari è necessario effettuare il collaudo con il cliente. Una procedura a cui sono collegati anche i pagamenti", spiega il presidente. "Ci siamo allora adeguati per fare i collaudi online e ne abbiamo già una trentina all'attivo. Lo stesso principio vale per l'assistenza da remoto, che ci ha permesso di raggiungere clienti in tutto il mondo e di mantenere in funzione linee molto importanti". Le novità hanno coinvolto anche il reparto marketing, con una serie di video realizzati dai nostri product o area manager, e il potenziamento del virtual tour dell'azienda. "I nostri video maker, una figura che fino a qualche anno fa neanche esisteva, stanno lavorando tantissimo", aggiunge Marchesini. "Come saremo alla fine di questa crisi? Un po' più virtuali, con un'accettazione più ampia da parte di tutti delle nuove tecnologie. E un po' più solidali, mi auguro".

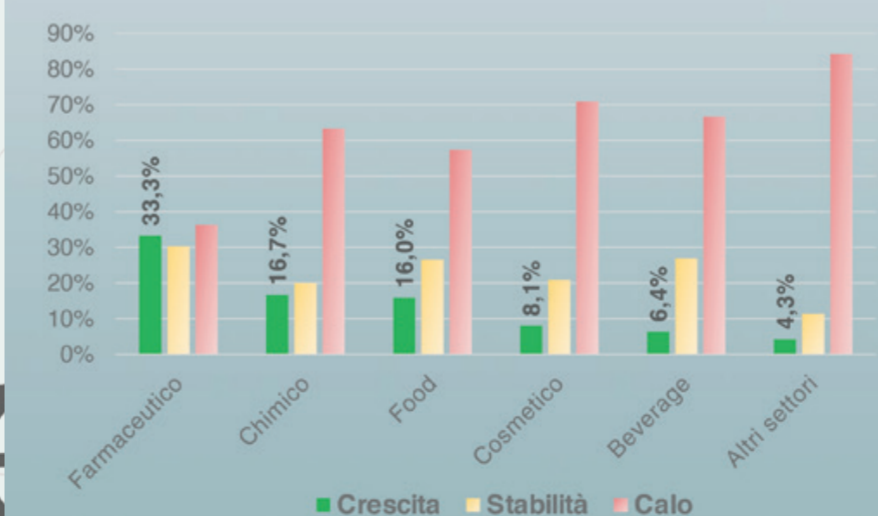
## Problemi con la rete di fornitura



## Previsioni per l'intero 2020



## Aspettative per i diversi settori clienti



## Risultati del primo trimestre 2020



## Indagine congiunturale UCIMA Primo trimestre 2020 (Fatturato)



## PRODOTTI PROFESSIONALI NEL SETTORE ALIMENTARE

### Dispenser per articoli monouso



visita il nostro e-commerce:  
[www.lineaflesh.com](http://www.lineaflesh.com)

oppure chiama il:  
**0444 672544**

# DETTAGLI CHE FANNO LA DIFFERENZA

Etichette trasparenti, sapori naturali, prodotti finiti di alta qualità. L'industria delle carni e dei salumi chiede molto ai fornitori di aromi, ingredienti e colture. Partner indispensabili anche durante l'emergenza Covid-19.

## FRATELLI PAGANI

www.fratellipagani.it - www.paganichef.it

Valentina Cardazzi, marketing manager

Specializzata nella produzione e commercializzazione di aromi e ingredienti per l'industria alimentare, Fratelli Pagani vanta una lunga esperienza nella realizzazione di prodotti tailor-made per la lavorazione e la trasformazione delle carni: "Da 110 anni creiamo l'emozione del made in Italy offrendo aromi e ingredienti esclusivi, naturalmente sani", sottolinea la marketing manager Valentina Cardazzi, figlia di Francesco e nipote di Marco Cardazzi, i due fratelli alla guida dell'impresa. Dopo un 2019 chiuso con il segno più, l'azienda si è trovata a far fronte all'emergenza sanitaria mondiale: "Pagani, come altre imprese attive nel settore alimentare, ha registrato anche in questo periodo emergenziale una crescita del fatturato a doppia cifra. Abbiamo osservato picchi inusuali: un'impennata delle vendite a marzo (+15%), bilanciata da un assestamento su aprile". A contribuire all'exploit, spiega ancora la marketing manager, le scorte del mix di prodotti per prosciutti cotti, prodotti stagionati ed elaborati di carne fresca (salsiccia e hamburger) e, soprattutto, il lavoro mai interrotto delle 120 persone impiegate. "Gli orari sono stati allungati del 30% per sopperire alla riduzione degli operai in ogni turno per rispettare le normative sulle distanze. Tutti ovviamente sono stati dotati di mascherina FFP3, guanti, disinfettante e controllo della temperatura in ingresso. Il commerciale ha aderito invece allo smart working. Grazie a questi interventi nessuno si è ammalato e siamo riusciti a far fronte alla domanda. Per questo abbiamo ritenuto giusto riconoscere allo staff 400 euro di 'bonus' oltre agli straordinari con una maggiorazione del 50%".



### LINEA ETNIKÉ - SALSE TERIYAKI SENZA ALLERGENI

#### Descrizione

La Salsa Teriyaki è un condimento tradizionale della cucina giapponese, di cui uno degli ingredienti principali è la soia. Utilizzato principalmente nella preparazione di carne e pesce, conferisce ai piatti un delizioso sapore agrodolce. L'innovazione proposta da F.lli Pagani è la Salsa Teriyaki senza soia: stesso gusto, niente allergeni. Due i gusti disponibili: "Classic" - gusto Teriyak tipico della cucina orientale, con note di caramellizzato, speziato e fritto; e "Lemongrass" - gusto Teriyaki arricchito con tipiche note della cucina thailandese: dolce, fresca e leggermente agrumata.

#### Punti di forza

- Marinate idrosolubili
- Profilo aromatico complesso
- Materie prime selezionate autentiche e di alta qualità
- Ricette che rispettano i procedimenti culinari e i sapori originali
- In linea con il trend salutista (senza allergeni) e senza glutammato monosodico aggiunto
- Perfetto complemento sul segmento convenienze



## KALSEC

www.kalsec.com

Maria Cocchi, area sales manager per Italia, Spagna e Portogallo

Presente sul mercato da oltre 60 anni, l'americana Kalsec serve clienti in tutto il mondo grazie a un ampio portafoglio di ingredienti realizzati con materie prime naturali, come spezie, estratti, coloranti e antiossidanti. "Oggi, i consumatori cercano prodotti a base di carne che siano innovativi e gustosi, ma anche caratterizzati da etichette pulite", spiega Maria Cocchi, area sales manager per l'Italia, la Spagna e il Portogallo. "In Kalsec, collaboriamo con i nostri clienti per rendere i loro prodotti carni più buoni e più duraturi, oltre che visivamente più belli, grazie all'utilizzo di soluzioni naturali". Gli investimenti in personale qualificato, in ricerca e in tecnologia hanno permesso all'azienda di chiudere il 2019 in forte crescita. E anche oggi, nonostante la crisi sanitaria globale, Kalsec continua a rifornire i propri clienti in tutto il mondo, ma con le dovute precauzioni. "Pur continuando a fornire un servizio impeccabile, la salute e la sicurezza dei nostri dipendenti, clienti, partner nonché delle comunità in cui siamo presenti resta una priorità assoluta.", aggiunge Maria Cocchi. "Le nostre fabbriche, i nostri laboratori e i centri di distribuzione sono pienamente operativi in tutto il mondo. Stiamo seguendo le linee guida regionali per la valutazione del rischio e la protezione della salute pubblica, compresi i protocolli di sanificazione degli impianti e per i dipendenti".



Kalsec offre un'ampia gamma di prodotti, anche certificati biologici

### INGREDIENTI BIOLOGICI CERTIFICATI PER LA PRODUZIONE DI CARNI BOVINE E AVICOLE, PROTEINE VEGETALI, ZUPPE, SALSE, CONDIMENTI, SNACK E OLI.

#### Descrizione e punti di forza

Kalsec offre una gamma di prodotti biologici certificati dalla Soil Association che consentono ai propri clienti europei di soddisfare i requisiti di etichettatura biologica e, allo stesso tempo, le aspettative dei consumatori in materia di trasparenza e clean label. Lo stabilimento produttivo di Kalsec Kalamazoo, in Michigan, è certificato biologico dall'Oregon Tilth Certified Organic, un'agenzia riconosciuta a livello internazionale.

## GLF

www.glfingredientialimentari.com

Luca Avanzo, responsabile qualità

Dal 2010 Glf produce semilavorati funzionali in polvere per l'industria alimentare. "Le richieste del mercato sono orientate principalmente verso le miscele additive e funzionali, sia per la parte aromatizzante che per quella proteica. Ad esempio, nel mondo dei cotti, per siringature importanti la richiesta è di miscele funzionali ricche di amidi; nelle basse siringature sono richiesti zuccheri, proteine a anti-ossidanti", spiega Luca Avanzo, responsabile qualità per Glf, che si dice soddisfatto dei risultati raggiunti nel 2019: "L'anno si è chiuso in crescita, sia a volume sia a valore, rispetto al precedente". Più complicato l'andamento dei primi mesi del 2020, caratterizzati dall'emergenza sanitaria. "Fino a marzo eravamo a +30%. Il Covid ha avuto un impatto forte, soprattutto nel mondo della ristorazione, e a oggi siamo a -30%", aggiunge il responsabile. "Sono convinto però che, senza ricadute, a settembre ripartiranno gli ordini e che alla fine dell'anno se ci sarà perdita sarà leggera". Stabilità nei prodotti, ma soprattutto un'alta componente di servizio e rapidità d'intervento in caso di bisogno, sono secondo Avanzo le grandi esigenze espresse oggi dagli operatori del settore.



## I.TALI.

www.italisrl.com

Silvano Bedogni, titolare

"Siamo specializzati nella lavorazione di miscele personalizzate, realizzate sulla base delle singole necessità del cliente", sottolinea Silvano Bedogni, titolare di I.T.A.L.I., fondata a Reggio Emilia nel 2003 e da sempre attiva nella fornitura di ingredienti, additivi e aromi per l'industria alimentare grazie a diverse linee di prodotto. "Abbiamo anche preparati standard, sia coloranti che conservanti. In particolare, per i secondi proponiamo Otex, un anti-ossidante naturale alternativo al rosmarino, ormai considerato un additivo e classificato come E 392. In generale, per i loro prodotti i clienti ci richiedono soluzioni clean label, l'eliminazione degli additivi e un'elevata sicurezza alimentare. Oltre a una maggiore shelf life del prodotto finito". Molto positive le performance registrate dall'azienda nel 2019, mentre l'inizio d'anno è stato segnato da un rallentamento: "Nel 2019 abbiamo avuto un notevole incremento delle vendite, aumentate del 20%, soprattutto per quanto riguarda il segmento dei prodotti freschi, come salsiccia, hamburger e macinati in genere. Fino a febbraio 2020 abbiamo vissuto la solita fase di rilassamento post-Natale, eravamo quindi a pari rispetto al 2019. L'emergenza Covid ha inciso soprattutto su prosciutti cotti e salami, mentre i prodotti freschi hanno performato meglio", aggiunge Bedogni. "Parliamo comunque di un calo attorno al 20-25% sull'anno scorso".

### SM 1035 - P

#### Descrizione e punti di forza

Antimicrobico naturale per i prodotti cotti, con dichiarazione aroma naturale, a base di aceto (che non lascia retrogusti percepibili sul prodotto finito) ed estratti di spezie (chiodi, maggiorana e pepe nero). Resistente ai processi termici, è attivo su tutta la flora microbica, lattobacilli compresi. Dosaggio consigliato 0,5% da aggiungere in zangola due ore prima dello stampaggio.



## SACCO

www.saccosystem.com

Alessandro Pozzo, sales technical manager per il comparto carni e alimenti

Per la propria clientela nel comparto dei salumi Sacco propone, dal 1934, colture starter e colture protettive per la realizzazione di prodotti carni freschi, salami e salumi stagionati. "Sicurezza alimentare e soluzioni clean label per garantire la qualità del prodotto sono oggi i must del settore", spiega Alessandro Pozzo di Sacco, che si dice soddisfatto dei risultati archiviati nel 2019: "La divisione fermenti per la carne ha confermato i dati dell'anno precedente, poiché il forte incremento del prezzo della carne suina ha comportato un cambio di strategia da parte dei nostri clienti". Positivo anche l'andamento nella prima parte dell'anno, con l'emergenza Covid-19 che, come spiega il sales technical manager, ha determinato un significativo incremento delle vendite.

### LYOCARNI BOX-74

#### Descrizione

Cultura protettiva che trova impiego in prodotti cotti a base di carne.

#### Punti di forza

La coltura cresce a basse temperature producendo batteriocine inibenti *Listeria monocytogenes* e limitando la crescita di altri batteri indesiderati. Un prodotto 'clean label' ideale per garantire la sicurezza alimentare senza impatti organolettici.



## SAINI

www.sainisrl.it

Franco Saini, amministratore unico

Presente sul mercato da oltre 50 anni, Saini offre una vasta gamma di ingredienti e soluzioni tecnologiche per aziende produttrici di carni, salumi e alimentari in genere. "A partire da ingredienti puri, blend di nostra produzione o personalizzati secondo le esigenze dei clienti, Saini è da sempre punto di riferimento per chi cerca soluzioni di qualità per i propri prodotti", spiega Franco Saini, amministratore unico. In questo difficile momento di mercato, dovuto all'emergenza Covid-19, l'azienda ha continuato a offrire i propri servizi alla clientela, anche nelle zone più colpite. "A differenza di altre realtà, anche estere, che hanno avuto problemi nella produzione e nella consegna dei loro prodotti", aggiunge Franco Saini. "Proprio per questo mancato approvvigionamento, Saini è stata la soluzione ottimale per nuovi clienti e, con grande soddisfazione nostra e loro, mantenendo la continuità nella filiera, è riuscita a garantirne le produzioni apportando anche migliorie tecnico-qualitative".

### GAMMA FIBRAMIX

#### Descrizione

Una linea di prodotti specificamente studiata per il settore delle carni, delle salse, dei pesti e degli alimentari in genere. Validi in fase produttiva, apportano notevoli vantaggi dal punto di vista qualitativo del prodotto finale ed economico, nel processo di produzione stesso.

#### Punti di forza

- Controllo dell'acqua libera con buon assorbimento della stessa
- Proprietà strutturante
- Omogeneità del prodotto finito
- Assenza di additivi







**GLF**  
Ingredienti Alimentari

*Produzione di semilavorati funzionali personalizzati da applicare nel settore alimentare*

**GLF Ingredienti alimentari S.r.l.**  
Via Francesco Pescatori, 4/A  
Loc. Roncopascolo - 43126 Parma  
Tel. +39 0521 647739  
Fax +39 0521 674040  
www.glfingredientialimentari.com  
servizioclienti@glfingredientialimentari.com





## l'evento

Giugno 2020

2a  
PARTE

# Il packaging alla sfida della sostenibilità

Plastica, materiali alternativi e nuovi modelli di business al centro dell'evento promosso da Ucima e Fondazione Fico lo scorso febbraio a Bologna.

I maggiori esperti mondiali di confezionamento si sono dati appuntamento al Fico Eataly World di Bologna, lo scorso 20 e 21 febbraio, per discutere il futuro di una filiera che si trova al centro dell'attenzione mondiale. L'occasione era rappresentata da 'Packaging Speaks Green', primo forum internazionale sul packaging sostenibile promosso da Ucima, l'Associazione nazionale che rappresenta i costruttori italiani di macchine per il confezionamento e l'imballaggio, con la collaborazione di Fondazione Fico. L'evento, che si è svolto alla vigilia dello scoppio dell'emergenza Covid-19 nel nostro Paese, ha tracciato lo stato dell'arte dell'industria e delineato nuovi modelli di business, sottolineando le best practice di Paesi e aziende all'avanguardia nel settore.

Dopo avere analizzato, nella prima parte del report, il contesto legislativo in alcuni mercati mondiali strategici e il rapporto tra sostenibilità e consumi in Italia; in questa seconda parte del report l'attenzione viene posta sui 'vecchi' e i 'nuovi' materiali di confezionamento scelti dalle principali aziende mondiali del Largo consumo confezionato. Oltre che su alcune importanti iniziative del mondo retail.

## I falsi miti del packaging

"Tra le molte credenze errate che circolano sul conto del packaging, una di queste è che le bottiglie in Pet siano la causa principale dell'inquinamento dei mari e che le bioplastiche rappresentino invece una soluzione al problema", commenta Paolo Spranzi, associate partner di McKinsey. "Sia il Pet che il vetro, poi, sono due materiali altamente riciclabili, ma in un'analisi della carbon footprint il Pet risulta vincente sul vetro, che è un materiale altamente energivoro in fase produttiva". Tra le sfide future dell'industria del packaging, l'analista McKinsey individua la riciclabilità - laddove ancora troppi materiali non trovano spazio all'interno degli attuali sistemi di smaltimento dei rifiuti - e una riduzione del leakage, ovvero della dispersione di questi materiali nell'ambiente.

Interviene sul tema anche Paola Fabbri dell'Università di Bologna: "La plastica ha dato vita a grandi innovazioni, che hanno reso possibile lo stile di vita moderno. Non dovremmo quindi pensare a un plastic-free world, quanto a un plastic-free waste". Prodotta a partire da risorse fossili, la plastica ha un ciclo di vita molto breve laddove applicata a soluzioni 'usa e getta', anche perché solo una piccolissima parte delle 78 milioni di tonnellate di plastica prodotte ogni anno viene avviata al riciclo (14%),

## NUOVI MATERIALI

mentre circa il 95% del suo valore viene perso dopo l'uso. "Oggi, di tutta la plastica riciclata - aggiunge Paola Fabbri - solo il 2% diventa, alla fine, un nuovo pack".

### Materiali bio-based: maneggiare con cura

Negli ultimi anni sono state sviluppate soluzioni alternative, come le bioplastiche, realizzate a partire da materia prima di origine vegetale, come cellulosa o canna da zucchero. Tuttavia, la mancanza di strutture adeguate allo smaltimento di questi nuovi materiali, così come una generalizzata e diffusa ignoranza circa le loro proprietà, fanno sì che il loro utilizzo rischi di causare un inquinamento pari o maggiore a quello della plastica. "Perché una cosa sono i materiali biodegradabili in natura - sottolinea Fabbri - mentre un'altra sono i materiali compostabili in apposite strutture industriali. La confusione tra queste due tipologie di materiali è ancora troppo alta".

"Per valutare realmente il livello di sostenibilità di un'azienda o di un prodotto è necessario stilare un Lca (Life cycle

assessment) che prenda in considerazione ogni aspetto della produzione: dal consumo di acqua, energia e suolo fino all'impronta di carbonio e al fine vita. Solo una volta che si hanno a disposizione tutti questi dati sarà possibile fare paragoni significativi", aggiunge Alessandro Manzardo dell'Università di Padova. "Il problema è anche che, ad oggi, non esistono dati comparativi disponibili per valutare l'Lca di plastiche e bioplastiche. Laddove una eccelle analizzando un parametro, capita che risulti peggiore dell'altra sotto altri aspetti".

Tra i maggiori produttori italiani di bioplastiche figura la Novamont di Novara, che ha brevettato il Mater-Bi, una bioplastica compostabile e biodegradabile. "La nostra pretesa non è certo quella di salvare il mondo con le bioplastiche", chiarisce Marco Versari, head of institutional relations per Novamont. "La nostra azienda produce innanzitutto sacchetti per la raccolta dell'umido, per consentire la realizzazione di un compost di alta qualità. Quella della raccolta degli scarti alimentari è infatti una delle filiere in cui, ad oggi, l'utilizzo delle bioplastiche ha veramente senso".



IL MATER-BI DI NOVAMONT

di Federica Bartesaghi

## LE STRATEGIE DEI BRAND

Una vetrina delle ultime iniziative e nuove soluzioni di packaging e messe a punto dai 'big' mondiali del Largo consumo confezionato in ambito home-care, food e beverage.

### Procter & Gamble

"La nostra azienda ha scelto di assumersi la responsabilità di tutto il packaging che immette nel mercato e tra i nostri obiettivi primari c'è la riduzione del 50% dell'uso di plastica vergine", commenta Enrico Dolce di Procter & Gamble, che in occasione del forum presenta il progetto HolyGrail, guidato da P&G e supportato dalla Fondazione Ellen MacArthur. Obiettivo del progetto è agevolare la separazione dei diversi materiali di confezionamento avviati al riciclo potenziando le capacità di rilevamento da parte dei sistemi di



### PACKAGING CREATO UTILIZZANDO LA PLASTICA RACCOLTA SULLE SPIAGGE

selezione automatica. Grazie anche alla collaborazione con Tomra, esperto in sistemi di ispezione, il sistema prevede che il rifiuto venga prima scannizzato per il riconoscimento di materiali, grazie alla presenza di diverse marcature, che vengono successivamente separati con l'utilizzo di aria compressa. Un'altra iniziativa della multinazionale in ottica di sostenibilità è il sistema di purificazione della plastica PureCycle: "Un progetto a cui stiamo lavorando da cinque anni, il cui obiettivo è la purificazione completa del polipropilene".

### Massimo Zanetti Beverages Usa

La filiale americana del Massimo Zanetti Beverage Group, il cui headquarter si trova nella provincia di Treviso, è stata la prima a lanciare sul mercato Usa una linea di capsule per il caffè 100% compostabili.



GRAZIE AL PASSAGGIO DALLE SCATOLE AL POUCH È STATO POSSIBILE RISPARMIARE 2.130 TONNELLATE DI PLASTICA IN EUROPA E LA CIRCOLAZIONE DI 1.900 CAMION IN MENO OGNI ANNO.

**Barilla**  
Con un fatturato che nel 2018 ha toccato i 3,5 miliardi di euro, l'azienda produce più di 2 miliardi di tonnellate l'anno di prodotti. "Tra gli obiettivi che abbiamo raggiunto c'è una diminuzione del 30% del peso dei materiali di confezionamento utilizzati grazie a una diminuzione degli spessori. Questo ci ha permesso di risparmiare 125 tonnellate di materiali l'anno". Entro la fine



IL PACKAGING DEI PAVESINI È STATO RIPROGETTATO, CONSENTENDO DI RISPARMIARE 112 TONNELLATE DI CARTA L'ANNO E LA CIRCOLAZIONE DI 242 CAMION IN MENO.



PER ALCUNE TIPOLOGIE DI PRODOTTO L'AZIENDA È PASSATA DA IMBALLAGGI NON RICICLABILI A SOLUZIONI CHE POSSONO ESSERE SMALTITE NELLA FILIERA DELLA CARTA.

del 2020, il 100% delle confezioni immesse sul mercato da Barilla saranno in mono-materiale. Mentre l'obiettivo a lungo termine è un impatto ambientale zero grazie all'utilizzo esclusivo di materiali da fonti rinnovabili.

### Coca Cola

"Ci siamo resi conto che a nessuno importa quanto pesa una bottiglia di Coca Cola, una volta che questa finisce nell'oceano", sottolinea Roman Manthey, global supply chain engineering & infrastructure di Coca Cola. "Per questa ragione due anni fa abbiamo focalizzato i nostri sforzi sul problema dei rifiuti". Per la multinazionale Usa, l'obiettivo al 2025 è la riciclabilità del packaging al 100%; mente entro il 2030 il 50% del packaging deve essere realizzato con materiali riciclati.

SOSTITUENDO L'INVOLUCRO IN PLASTICA DELLE LATTINE CON IL CARTONE VERRANNO RISPARMIATE 4 MILA TONNELLATE DI PLASTICA.



# ITALI SM 1035

## una soluzione naturale ai problemi microbiologici

Da una ricerca pluriennale e dalla nostra esperienza è nato ITALI SM 1035, il primo **AROMA NATURALE** che sfrutta le capacità antimicrobiche delle spezie.

La selezione e la giusta combinazione di estratti di spezie, studiata in collaborazione con istituzioni accademiche, ha permesso di mettere a punto un aroma naturale che, senza incidere sulle caratteristiche dell'alimento, permette una migliore conservazione dei prodotti di o a base di carne, pasta ripiena, elaborati a base di pese, salse e condimenti freschi.



I.T.ALI. Srl - Ingredienti e Tecnologie Alimentari  
Via F. Casorati 12/1 - Z.I. Mancasale - 42124 Reggio Emilia  
Tel. 0522/512775 - email info@italisrl.com - www.italisrl.com





### GRIFAL PRESENTA CARTÙ

A più di 100 anni dall'invenzione del cartone ondulato, Grifal ne ha riprogettato l'onda migliorandone le performance e riducendo di un quarto le emissioni di CO2 generate in fase di produzione. Oltre che riducendo a un terzo la quantità di carta necessaria per realizzare una scatola. Grazie alle sue proprietà ammortizzanti, Cartù è in grado di sostituire le plastiche e altri prodotti chimici da imballo.

CARTONE ONDULATO: L'ONDA SINUSOIDALE TRADIZIONALE



CARTÙ: GLI ARCHI DI PARABOLA "SUPER" RESISTENTI



### RETAIL IN PRIMA LINEA

Durante il panel dedicato al mondo retail è brillata per assenza Amazon. Sarebbe stato particolarmente interessante conoscere le strategie del colosso dell'e-commerce, che nel 2017 (quindi ben due anni fa) ha spedito in giro per il mondo 5 miliardi di pacchi caratterizzati da abbondanza di packaging primario e secondario. L'e-commerce, inoltre, è stato individuato come uno dei sistemi che maggiormente contribuisce alla generazione di rifiuti nei Paesi in via di sviluppo.

Hanno invece parlato nel corso di questa tavola rotonda Chiara Faenza, responsabile for sustainability and values innovation per Coop, e Bill Smith, director of brands per l'americana Top Friendly Market.

La responsabile di Coop ha sottolineato l'impegno della cooperativa in diversi ambiti della sostenibilità, a cominciare dall'adesione al Protocollo di Kyoto sulla riduzione delle emissioni di gas serra nel 2006; passando per l'adesione di Coop (unica catena della Gdo italiana) alla Pledging Campaign lanciata dalla Commissione Ue per l'implementazione del mercato della plastica riciclata, nel 2018. "A marzo 2019 siamo stati invitati come speaker dalla Commissione, a Bruxelles, alla Circular economy stakeholder conference", sottolinea Chiara Faenza.

"Mentre lo scorso settembre siamo stati tra i 107 firmatari della dichiarazione della Circular plastic alliance per promuovere la riduzione delle materie plastiche e aumentare la diffusione delle materie plastiche riciclate". Entro il 2025 l'insegna intende raggiungere un risparmio di plastica vergine pari a 6.400 tonnellate annue.

Top Friendly Market (162 supermercati negli Usa) ha invece sempre fatto della sostenibilità una missione.

"Dopo la California e le Hawaii, dal 1° marzo i sacchetti monouso in plastica sono vietati anche nello stato di New York", spiega Bill Smith. "Oggi lo stato consuma circa 23 miliardi di sacchetti in plastica l'anno, di cui il 50% finisce in discarica o va a inquinare l'ambiente".

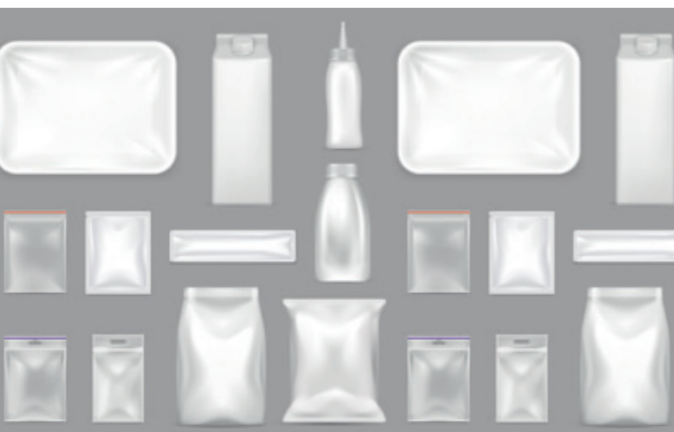
Tra i principali traguardi raggiunti dal retailer: oltre 282 tonnellate di olio da cottura riciclato nel 2019; oltre 654 tonnellate di sacchetti e film in plastica riciclati ogni anno; oltre 16.787 tonnellate di scatole e carta recuperate ogni anno; oltre 834 tonnellate di alimenti recuperati e riutilizzati nel 2019; oltre 1,2 milioni di galloni di carburante risparmiati ogni anno.



COOP ITALIA PREMIATA DAL CONAI (CONSORZIO NAZIONALE IMBALLAGGI) PER LA RIDUZIONE DEL PACKAGING DEI BOCCONCINI DI MOZZARELLA DI BUFALA CAMPAGNA DOP FIOR FIORE.



NEL 2020 COOP HA INTRODOTTO IL NUOVO SACCHETTO DEL PANE INTERAMENTE IN CARTA, IN SOSTITUZIONE DEGLI OLTRE 30 MILIONI DI SACCHETTI POLIACCOPPIATI IN CARTA E POLIPROPILENE O CARTA E BIOPLASTICA.



# RIPARTIRE IN SICUREZZA

Sanitunnel, termoscanner, ingressi controllati e sistemi digitalizzati per il conteggio delle persone negli stand. Antonio Cellie (ad di Fiere di Parma) e Corrado Peraboni (ceo di IEG) presentano gli spazi fieristici ai tempi del Coronavirus.

**M**ai come in tempo di crisi, le parole d'ordine per poter uscire da una situazione compromessa sono 'creatività' e 'soluzioni'. Perché, solo chi crede nell'impossibile riesce a far tornare il mondo 'a girare'. Lo hanno dimostrato imprenditori e team virtuosi. Che non si sono lasciati intimidire dalle difficoltà, seppur enormi, del momento. Ma che hanno raccolto le criticità e hanno ideato degli espedienti per aggirare il problema. Superando gli ostacoli. Tra i problemi più spinosi c'è la questione delle fiere. Elemento imprescindibile per l'economia, le fiere rappresentano un elemento chiave per mettere in contatto i diversi player del settore. E, per le aziende italiane, sono un'opportunità strategica per far conoscere i prodotti del made in Italy nel mondo. Ma come conciliare questi eventi, che richiamano migliaia di persone, con la paura di contagio da Covid-19 e con le misure adottate dal Governo nella fase 2? Per tanti, una sfida impossibile. Per pochi, i più lungimiranti, una "provocazione" da cogliere e risolvere. È stato così per due team perspicaci, rispettivamente capitanati da Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma, e da Corrado Peraboni, ceo di IEG (Italian Exhibition Group), l'organizzazione che gestisce le fiere di Rimini e di Vicenza. Entrambi hanno accantonato l'idea di proporre fiere in versione digitale e sono pronti a ripartire con esposizioni in stile 'tradizionale', ma in tutta sicurezza, già da settembre.



Antonio Cellie



Corrado Peraboni

Il test mach sarà a Parma, col Cibus Forum (2 e 3 settembre). Dopo aver posticipato Cibus - lo storico appuntamento dedicato al made in Italy alimentare - a maggio 2021, Fiere di Parma ha organizzato una versione smart: una due giorni in cui operatori del settore ed esperti italiani e internazionali si incontreranno per un confronto a più voci sugli scenari futuri. Sarà un evento sia fisico sia digitale (perché sarà trasmesso anche in diretta streaming) che si terrà nel quartiere fieristico di Fiere di Parma, in un padiglione appositamente modulato e strutturato per accogliere, nel rispetto dei più avanzati standard safe&security, un numero ristretto di ospiti e key speaker. Ma se questa può essere considerata una sorta di test preparatorio, la vera scommessa sarà il successivo appuntamento del quartiere fieristico parmense: il Salone del camper. In scena da 12 al 20 settembre potrà accogliere migliaia di visitatori e lo farà gestendo in completa sicurezza ogni momento e ogni aspetto della kermesse. Ma quali sono le misure adottate? Con uno stanziamento di 1 milione di euro, Fiere di Parma ha messo a punto un sistema 'Covid compliant' per accogliere espositori, ospiti e relatori. Tra i protocolli di gestione, sarà eseguita sanificazione all'ingresso attraverso un tunnel dotato di soluzione igienizzante nebulizzata chiamato 'Sanitunnel', controllo della temperatura, prevendite online a numero chiuso e regolamentazione degli accessi. Partendo quindi da numeri certi sarà possibile controllare

in modo preciso gli spostamenti delle persone: ad esempio, grazie all'utilizzo di una tecnologia a raggi infrarossi si potrà contare il numero di persone che varcano la porta di uno stand e si potranno bloccare gli ingressi nel momento in si raggiunge il numero massimo consentito.

### Il progetto #safebusiness by IEG

Per rispondere all'esigenza delle aziende che a gran voce nei mesi scorsi chiedevano di poter contare su fiere e congressi per far ripartire il proprio business, Corrado Peraboni, ceo di IEG, non si è fatto attendere. In linea con le regole sanitarie e i documenti stilati da Aefi (Associazione esposizioni e fiere italiane), Federcongressi, Ufi (The global association of the exhibition industry) ed Emeca (European major exhibition centres association), IEG ha tracciato un progetto (con oltre 50 indicazioni) a valle di un rigoroso protocollo normativo e organizzativo. Un piano messo a punto grazie a un tavolo di lavoro con le sue società di allestimenti e ristorazione, tecnici e operatori internazionali. Il progetto (visionabile per intero sul

sito [www.iegexpo.it/it/safebusiness](http://www.iegexpo.it/it/safebusiness)) è strutturato in comparti. Ecco alcune indicazioni. 'Prima della fiera': convenzione con società di bike sharing, biglietterie online e ingressi programmati. 'Agli ingressi': distribuzione mascherine, termoscanner, percorso di sanificazione, accessi aperti e senza maniglie, titoli d'accesso dematerializzati. 'In fiera': determinazione della capacity del quartiere in relazione alle norme di distanziamento, dispenser con disinfettanti lungo tutto il quartiere, orari di apertura estesi, prolungamento delle giornate di fiera per quelle con maggior pubblico, gestione dei flussi con rilevamento digitale centralizzato, pagamenti contactless, allestimenti evoluti covid-free. 'La ristorazione': pagamenti con app saltafila, menù digitali, materiali monouso. 'I servizi': navette sanificate e munite di disinfettanti, guardaroba con ciclo automatico coperture singole monouso, toilettes con sanificazione costante, sale convegni con sedute posizionate per garantire il distanziamento sociale e materiale informativo digitalizzato. 'Accessibilità': fornitura mascherine trasparenti per il dialogo con non udenti, fornitura di ausili (carrozzine, ecc.) sanificati prima e dopo ogni utilizzo. 'Le azioni speciali': sanificazione costante di tutti gli ambienti, dei filtri, canali di ventilazione aria condizionata e riscaldamento e ricambi d'aria frequenti; medical room e zona di isolamento per eventuali casi sospetti; protocollo di crisis management. Dipendenti IEG e personale di manifestazione saranno formati per garantirsi e garantire lo svolgimento delle mansioni in sicurezza, l'uso del Dpi (dispositivi di protezione individuale), il rispetto di rigide procedure di igiene personale e disinfezione, il distanziamento. Inoltre, sul tema dei dipendenti, Lorenzo Cagnoni, presidente di IEG ha annunciato che sarà effettuato anche uno screening sierologico di massa su base volontaria (operando su diverse regioni, sarà eseguito secondo i protocolli regionali).

Nuova linea Salse Teriyaki

**UN AUTENTICO VIAGGIO NEL GUSTO**

Il Viaggio è un'esperienza che coinvolge tutti i sensi, il gusto in primis. Le nuove marinate Teriyaki Etniké, idrosolubili e senza allergeni, avvolgeranno i vostri prodotti a base di carne e pesce. **Provatele! Vi trasporteremo in luoghi lontani e sorprendenti.**

[www.fratellipagani.it](http://www.fratellipagani.it) | [www.paganichef.it](http://www.paganichef.it)



## FIERE PARMA: LE MISURE ANTI COVID

### PROTOCOLLO GESTIONE EVENTI - LINEE GUIDA OPERATIVE

**Riepilogo zone e tipologie d'intervento necessarie per garantire la fruizione in sicurezza del quartiere da parte degli utenti finali**

- Controllo temperatura, sicurezza (Metal detector) e sanificazione prima dell'accesso alle reception
- Monitoraggio capienza quartiere fieristico mediante sistema di telecamere integrate
- Fruizione del servizio biglietterie e casse (previdite on-line a numero chiuso)
- Regolamentazione accessi negli stand e nelle aree comuni (aree ristoro, info pointuff, stampa - sale convegni)
- Particolari linee guida appositamente studiate per manifestazioni alimentari

- Dopo la verifica della temperatura corporea e quella relativa alla sicurezza, è necessario sanificare gli indumenti del visitatore mediante passaggio in apposito tunnel dotato di soluzione igienizzante nebulizzata
- Gli operatori presenti dovranno far rispettare la corretta distanza e verificare che il visitatore sia dotato di mascherina

### MONITORAGGIO CAPIENZA QUARTIERE FIERISTICO MEDIANTE SISTEMA DI TELECAMERE INTEGRATE

- Applicare telecamere dotate di idonei sensori sugli accessi al quartiere, in particolare:
- N.2 telecamere all'ingresso sud (porte automatiche di accesso/uscita)
- N.3 telecamere agli ingressi (porte automatiche/fisse di accesso/uscita);
- Software per monitorare in tempo reale il numero degli accessi

### FRUIZIONE DEL SERVIZIO BIGLIETTERIE E CASSE

- Applicare segnaletica orizzontale e verticale per indicare la corretta distanza tra i visitatori prima della registrazione/pagamento
- Prevedere operatori aggiuntivi che dovranno far rispettare l'applicazione della distanza corretta
- Applicazione schermature in plexiglass a protezione del personale impiegato
- Potenziamento e sviluppo biglietteria on-line



### PARTICOLARI LINEE GUIDA PER MANIFESTAZIONI ALIMENTARI

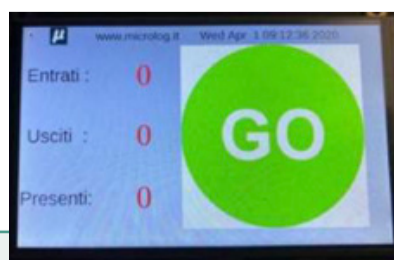
#### NELLO STAND

- E' possibile preparare il prodotto per la degustazione, solo se consegnato al visitatore in monoporzioni sigillate (tipo gastronomia)
- Il visitatore non consuma nello stand, ma assaggia il prodotto in aree di sosta dotate di tavolini adeguatamente compartimentati



#### NELLE CUCINE

- E' possibile cucinare il prodotto per la degustazione, se e solo se consegnato al visitatore in monoporzioni sigillate (tipo gastronomia)
- Il visitatore assaggia il prodotto in aree degustazione dotate di tavolini adeguatamente compartimentati



### EVENTUALE MONITORAGGIO CAPIENZA «STAND E AREE COMUNI» (ES. UFF. STAMPA, SALE CONVEGNO, RISTORANTI, BAR...)

- E' possibile installare dei sensori ad infrarossi contapersone, collegati ad un ricevitore video, con personale atto a controllarne il funzionamento

