

# SICUREZZA ALIMENTARE

## Il rimedio c'è: si chiama HPP



hppitalia.it



**HPP** ITALIA  
FOOD SAFETY



# La schiacciante efficacia della tecnologia HPP

HPP ITALIA s.r.l. è la prima azienda italiana che ha creduto ed investito nella tecnologia delle Alte Pressione ed ad offrirla come servizio conto terzi. Installato il primo impianto in Italia nel 2014 ne propone oggi un secondo con conseguente potenziamento della capacità produttiva. L'azienda diventa così il più grande Tooling Center d'Europa nel trattamento ad Alte Pressioni degli alimenti.



HPP ITALIA nasce dall'idea di collaborare con produttori di alimenti delle più diverse categorie per offrire il servizio di trattamento ad Alta Pressione e soprattutto per guidarli durante l'intero processo di applicazione dell'HPP ai loro prodotti, a partire dalla fase di valutazione fino all'inserimento del trattamento come parte integrante e valore aggiunto del processo produttivo.

L'obiettivo principale di HPP ITALIA è di attuare un piano d'implementazione dell'HPP per i prodotti agroalimentari nel modo più efficace e snello possibile. Infatti, ci occupiamo di tutti gli accorgimenti di carattere tecnico, scientifico e di personalizzazione dell'applicazione del processo ai prodotti nel mondo Food & Beverage per poter garantire il massimo livello di sicurezza

alimentare e mantenere invariate le caratteristiche nutritive ed organolettiche dei prodotti trattati. HPP ITALIA s.r.l. è dotata di tutte le certificazioni di qualità ed abilitazione per l'export (USA, Canada, Giappone etc).



hppitalia.it



SUPPLEMENTO A FORMAGGI & CONSUMI  
ANNO 13 - NUMERO 10 - OTTOBRE 2020  
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

l'indagine

## Plasticazzate

Un report della Changing Markets Foundation punta il dito contro i 10 più grandi utilizzatori di plastica al mondo. Accusati di contrastare e ritardare sistematicamente l'introduzione di legislazioni 'green'. In pubblico, però, lanciano e sostengono fior di iniziative ambientaliste.

a pagina IX

l'azienda

A pagina VIII

### Inalpi: l'innovazione inizia dal pack



Nuovo espositore da scaffale ready-to-use per le FettAlpine. Un prodotto di filiera 100% italiana, sicura e controllata. Che garantisce alla Gdo un sempre più elevato contenuto di servizio.

l'evento

A pagina XIII

### Printing: il futuro è nelle sinergie

Sostenibilità, industria 4.0 e una nuova consapevolezza per il settore. Che in Europa vale quasi 80 miliardi di euro. Gli highlights della conferenza organizzata da Print4All. Che torna a Fieramilano nel 2022.



ingredienti

## Un comparto in fermento

Proteggere il prodotto, ma in modo naturale. Garantire la shelf life, ma anche la riproducibilità delle caratteristiche organolettiche. Cambiano le richieste dell'industria lattiero casearia ai suoi fornitori. Il racconto di due big player del settore.

alle pagine X e XI

il rapporto

alle pagine XIV e XV

## Packaging in Gdo: la rivoluzione è 'sostenibile'

Saper comunicare è un vantaggio competitivo strategico per aziende e retailer. Che trovano nelle confezioni il primo (e più importante) biglietto da visita. Gli highlights della tavola rotonda organizzata da Nomisma.

primo piano

alle pagine XVI e XVII

## Investimenti 4.0: è ora di bilanci

Le agevolazioni fiscali hanno determinato, nel 2017, una spesa di circa 7 miliardi di euro in macchinari e attrezzature industriali avanzate. Con ricadute positive anche sulla forza lavoro. Le rilevazioni del report firmato Mef e Confindustria.



focus on

## Un mercato 'cristallizzato'

La pandemia paralizza l'industria nazionale delle tecnologie per il vetro. Che pure aveva chiuso il 2019 con un fatturato in crescita del 2,7%, a 2,3 miliardi di euro. I dati e le previsioni dell'associazione di categoria.

a pagina XII





# Plastic tax: pasticciaccio all'italiana

La plastic tax, l'imposta da 0,45 euro al chilo sui manufatti in plastica monouso (Macis), è proprio nata sotto una cattiva stella. Inserita nella legge di Bilancio 2020, ha da subito sollevato pesanti critiche e generato malumori in diversi ambienti. Inizialmente fissata a 1 euro per ogni chilo di plastica prodotta e poi ridotta a 45 centesimi al chilo, la sua entrata in vigore era ipotizzata per aprile 2020, poi fissata a luglio 2020 e in seguito slittata a gennaio 2021 a causa dell'emergenza Coronavirus. Ora che il 2021 è alle porte, e l'industria attende il fatidico decreto attuativo che dovrebbe, una volta per tutte, definire ambiti e prodotti d'applicazione, ecco che un nuovo gruppo di lavoro istituito dal Mef e dall'agenzia delle Dogane minaccia di spariare le carte sul tavolo. E determinare, con molta probabilità, un suo ulteriore rinvio.

Nel corso di un open-hearing che si è svolto lo scorso 28 settembre è stata infatti avanzata l'ipotesi di includere nuovi 'soggetti' e addirittura variare gli 'oggetti' del tributo. In dettaglio, si è parlato di "ricostruire il percorso della tassazione allargando il campo dei soggetti tenuti al versamento, spostando la fase di immissione in consumo su tutta la catena logistica", come riporta un articolo de Il Sole 24 Ore. Oltre ai produttori di materie plastiche, quindi, potrebbero esseri coinvolti nel pagamento anche i grossisti e le insegne della Grande distribuzione. Considerato tuttavia che il trasferimento del prodotto tra i due soggetti non determina immissione in consumo, i nodi da definire restano ancora tanti.

"Se si decide di intervenire nell'ambito di una filiera così complessa com'è quella dell'alimentare, che vede nella plastica uno degli elementi che consentono la conservabilità del prodotto, dobbiamo comprendere come si andranno a produrre degli investimenti che vadano a finanziare la ricerca su packaging più sostenibili", commentava, ormai quasi un anno fa, l'amministratore delegato di Conad, Francesco Pugliese. "Tutto questo io non l'ho visto. Quel che vedo è solo la ricerca di un po' di soldi per far quadrare i conti". Troppo semplicistico, secondo l'ad, pensare di risolvere il problema solo attraverso la tassazione, "soprattutto considerando che laddove si dovesse intervenire in termini di costo maggiore per i cittadini, perché di questo parliamo, vorremmo capire meglio dove vanno a finire quei soldi e in che modo andranno a stimolare l'uso più consapevole della plastica".

Per quanto riguarda invece l'oggetto del tributo, l'ipotesi oggi al vaglio è quella di escludere i semilavorati in favore dell'introduzione di un 'criterio identificativo per funzioni', che faccia riferimento alle finalità del manufatto in plastica. Modifiche strutturali, quindi, che cambiano letteralmente il volto della plastic tax e che, al momento, sarebbero al vaglio del Fisco.

Di sicuro, il 2021 sarà un 'anno caldo' per l'industria della plastica, non solo italiana. Sempre nel 2021 entreranno infatti in vigore la direttiva europea sulla messa al bando delle plastiche monouso e il contributo nazionale di 80 centesimi al chilo per i rifiuti in plastica non riciclata. Una misura, quest'ultima, volta a finanziare il Recovery Fund, il pacchetto di aiuti Ue per superare l'emergenza Covid-19. "Non ci sarà una doppia plastic tax", aveva subito assicurato il ministro dell'Economia, Roberto Gualtieri. "E dunque in legge di Bilancio ci sarà una razionalizzazione per evitare una duplicazione e oneri eccessivi". Ma se a pagare questa nuova, ulteriore taxa sulla plastica non sarà l'industria, chi lo farà?



Direttore Responsabile  
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.p.A. by Tespi Mediagroup  
Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23  
20821 Meda (MB)  
Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39 0362 600616  
e-mail: info@tespi.net

Periodico mensile  
Registrazione al Tribunale  
di Milano n. 68 del 1° febbraio 2005  
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158  
del 21 aprile 2005

Poste Italiane SPA  
Spedizione abbonamento postale  
D.L. 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004  
Art. 1 Comma 1 - LO/MI  
Periodico mensile

Anno 13 - numero 10 - Ottobre 2020  
Stampa: Ingraph - Seregno  
Prezzo di una copia 1,55 euro -  
arretrati 7,55 euro + spese postali  
Abbonamento annuale per l'Italia 30,00 euro  
via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.p.A. Responsabile dati: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o elaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spetanze.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup  
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS Dolci/Salati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyTo-Business, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttoGocattoli, www.alimentando.info, www.hitechweb.info, www.technospia.it.

Questo numero è stato chiuso  
in redazione il 6 ottobre 2020



## THE ART OF cutting cheese

"NUOVA ERA"  
PER PROVOLONE E FORMAGGI A BLOCCHI



PRECISIONE NEL TAGLIO,  
VELOCITÀ E AFFIDABILITÀ





### Anna Paola Cavanna confermata alla presidenza dell'Istituto italiano imballaggio

Anna Paola Cavanna, amministratore unico della piacentina Laminati Cavanna, è stata riconfermata, per il secondo biennio, alla guida dell'Istituto italiano imballaggio. L'assemblea dei soci dello scorso 29 settembre ha anche rinnovato il consiglio direttivo e i vice presidenti, con Ciro Sinagra (Laminazione Sottile) che sarà affiancato dalla new entry Alessandra Fazio (Nestlé Italiana). Nel corso dell'assemblea sono stati illustrati gli obiettivi e risultati raggiunti, in particolare per quanto riguarda i progetti collegati a etica e sostenibilità. Dopo l'istituzione, nel 2019, della 'commissione sostenibilità', è stata creata a maggio 2020 la fondazione Carta etica del packaging con obiettivi formativi e culturali. Il primo corso di alta formazione dedicato al packaging, in collaborazione con la facoltà di Economia dell'Università La Sapienza di Roma, partirà nel 2021.

### Investindustrial acquisisce il 73,5% di Della Toffola



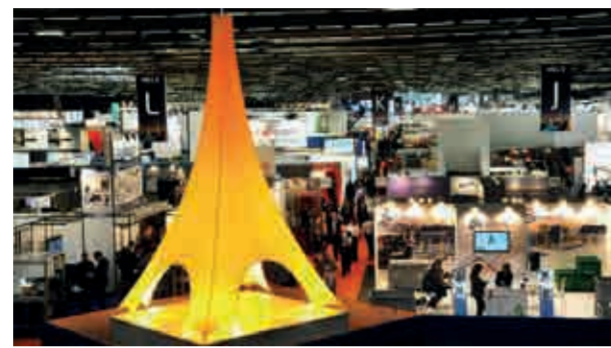
La holding di private equity Investindustrial dell'imprenditore Andrea Bonomi rileva la maggioranza di Della Toffola e DT Invest, società trevigiana fondata nel 1958 e attiva nella progettazione e realizzazione di macchine e linee automatiche per il mondo beverage, oltre che sistemi di imbottigliamento e trattamento delle acque. Con otto stabilimenti (di cui sette in Italia) e nove filiali commerciali all'estero, il gruppo Della Toffola ha realizzato, nel 2019, un fatturato di 144 milioni di euro. I fratelli Vittorio, Francesco e Luciano Della Toffola, attuali azionisti unici, manterranno una quota pari al 26,5% del capitale, accanto a Investindustrial che deterrà il 73,5%. Non sono stati resi noti i termini economici dell'accordo.

### Sealed Air investe nelle tecnologie di riciclo per rifiuti plastici



Sealed Air Corporation ha siglato un accordo di collaborazione con Plastic Energy, azienda specializzata nelle tecnologie di riciclo, ed è entrata nel capitale della società madre: Plastic Energy Global. Fondata nel 2012, Plastic Energy punta a creare un'economia circolare per la plastica sottraendo i rifiuti plastici alle discariche e agli oceani, con l'obiettivo di processare 300mila tonnellate di plastica entro il 2025. Con sede a Londra, l'azienda ha due impianti in Spagna e progetti in fase di sviluppo in Europa occidentale e Asia, con una previsione di 50 nuove strutture nei prossimi 10 anni. "Siamo entusiasti di unire le forze con Plastic Energy per innovare più rapidamente e accelerare lo sviluppo di nuove tecnologie che eliminino i rifiuti e garantiscano un'economia circolare per la plastica", ha dichiarato Ted Doheny, presidente e ceo di Sealed Air. "Questa collaborazione ci aiuterà a perseguire il nostro impegno di sostenibilità per il 2025 e a guidare la trasformazione nel nostro settore".

### All4Pack non si svolgerà a novembre: l'appuntamento slitta al 2022



Il salone francese del confezionamento, All4Pack, annuncia la cancellazione della manifestazione in programma il prossimo novembre presso il quartiere fieristico Paris Nord - Villepinte. L'evento, rinviato di due anni, avrà quindi luogo a novembre 2022. Una decisione dettata dall'inasprirsi dell'emergenza sanitaria da Coronavirus in diversi Paesi europei, a cominciare dalla Francia. E dalle limitazioni agli spostamenti reintrodotte da molte aziende.

### Cancellata (di nuovo) Cfia. La fiera dà appuntamento al 2021 (8-10 giugno)



"Sfortunatamente, e con grande dispiacere, annunciamo che in seguito alle dichiarazioni del ministro della Salute Olivier Veran e l'abbassamento a quota 1.000 del numero massimo di visitatori consentiti, il Cfia di Rennes (settembre 29-1 ottobre) è cancellato", si legge in una nota pubblicata sul portale del salone francese delle tecnologie per il food packaging e processing. Inizialmente programmata dal 10 al 12 marzo 2020, la manifestazione è stata posticipata una prima volta al 26-28 maggio, sempre presso la fiera di Rennes. Il secondo spostamento, dal 29 settembre al 1° ottobre, prevedeva anche un cambio di location: dal polo fieristico di Rennes a quello di Nantes. Ora, lo slittamento definitivo al 2021, dall'8 al 10 giugno.

### Provisur presenta la nuova generazione di affettatrici Formax SX330

Versatilità, flessibilità e alte prestazioni in un ingombro ridotto. Così si presenta la Formax SX330 di Provisur Technologies. Una nuova generazione di affettatrici particolarmente adatta ai neofiti della lavorazione automatizzata di carni, salumi e formaggi, nonché alle aziende che vogliono aumentare la produttività. L'affettatrice Formax SX330 ha infatti la bocca di taglio più grande della sua classe (330 x 160 mm), mentre l'innovativo sistema di affettatura con lama a falce garantisce prestazioni al top con una capacità di taglio di fino a 1500 fette/minuto. La macchina copre un'ampia gamma di applicazioni: dai semplici sistemi di affettatura senza controllo peso fino alle linee di affettatura complesse. Il modello può essere ampliato con tutti i compo-

nenti per affettamento di Provisur come: interfoglio, scanner 3D oppure scambio segnali per caricamento automatico nella macchina confezionatrice. Grazie al design aperto e igienico, la SX330 è anche facilmente accessibile per la sanificazione e permette di cambiare facilmente gli accessori di taglio senza l'uso di utensili. "La SX330", spiega l'azienda, "completa perfettamente la gamma delle attrezzature per affettamento Provisur per un passaggio facile e professionale al taglio automatizzato dei vostri prodotti".



### Industria 4.0, Patuanelli (Mef): "Il piano deve diventare triennale"



Un rafforzamento del pacchetto 4.0, "che deve portare a una totale decontribuzione degli utili reinvestiti in azienda se investiti in innovazione, in nuove tecnologie, in trasformazione di processi e prodotti". A parlare, nel corso del Forum Ambrosetti, lo scorso 6 settembre, è il ministro dello Sviluppo economico Stefano Patuanelli, che sostiene la necessità di rifinanziare e potenziare strumenti già utilizzati dagli imprenditori, piuttosto che crearne di nuovi: "Credo che il piano 4.0 debba essere almeno triennale, così come ecobonus, che sarà motore importante per la riqualificazione energetica e per il settore edilizia". E di fine agosto, invece, la firma del decreto ministeriale per Enea Tech, il Fondo di trasferimento tecnologico previsto dal decreto Rilancio che, con una dote iniziale di 500 milioni di euro, "si inserisce nella cornice più ampia del mondo 4.0 e delle nuove tecnologie d'interesse strategico nazionale".

### Interpack: Thomas Dohse è il nuovo direttore

Da inizio settembre Thomas Dohse, 50 anni, è il nuovo direttore di Interpack, fiera internazionale delle macchine e delle tecnologie per il confezionamento. Dohse - che opera nel team Interpack dal 2005 e che, in qualità di deputy director, è stato responsabile sul piano operativo di Interpack 2017 - subentra così a Bernd Jablonowski, promosso executive director nella direzione di Messe Düsseldorf. La prossima edizione di Interpack, originariamente prevista a maggio 2020, a causa della pandemia da Coronavirus è stata rimandata al prossimo anno. Si svolgerà infatti dal 25 febbraio al 3 marzo 2021.



### Nuovo pack compostabile per l'insalata Dimmidisi



La gamma di insalate fresche in busta a marchio Dimmidisi si presenta in una nuova confezione biodegradabile e compostabile, rinominata 'Un Sacco Green'. Un progetto di filiera 100% italiana, che ha visto a fianco del project leader La Linea Verde anche Novamont, Ticinoplast e Carton Pack. La nuova busta, grazie all'innovativo materiale bioplastico (il Mater-Bi di Novamont), ha un aspetto lattiginoso che spicca a scaffale: un aspetto che la differenzia agli occhi dei consumatori aiutandoli nel corretto smaltimento. La busta va infatti raccolta nell'umido di casa e successivamente nella raccolta organica. "Portiamo sul mercato una nuova possibilità per il consumatore: fare una scelta green davanti a una proposta chiara, semplice e concreta presente a scaffale", sottolinea Andrea Battagliola, direttore generale de La Linea Verde. A garanzia di biodegradabilità in un impianto di compostaggio industriale, la confezione reca il marchio 'Ok compost Industrial', certificazione attribuita da Tuv Austria e valida a livello europeo.

### Gulfood Manufacturing rimandata al 2021



Alla fine anche Gulfood Manufacturing, evento numero uno in Medio Oriente e Nord Africa per le tecnologie di food processing e packaging, ha 'alzato bandiera bianca'. La manifestazione, che doveva svolgersi dal 3 al 5 novembre presso il Dubai World Trade Centre, ha annunciato che a causa delle incertezze determinate dalla pandemia l'edizione 2020 non si svolgerà. Il nuovo appuntamento è quindi per il 2021, dal 7 al 9 novembre.

### Nasce Amazon One, per pagare con il palmo della mano

L'ultima innovazione tecnologica presentata da Amazon è diretta al canale degli store fisici. In questi giorni il colosso dell'e-commerce ha infatti presentato Amazon One, una tecnologia biometrica in grado di trasformare la mano in una carta di credito, creando una sorta di 'firma palmare' composta da impronte digitali e venature. Lanciata nel punto vendita Go store Amazon di Seattle, la tecnologia sarà presto introdotta anche negli altri punti vendita Amazon. Con molta probabilità, in futuro, la tecnologia sarà venduta anche soggetti terzi, come negozi, supermercati e uffici.



### Tracciabilità dei manufatti compostabili: il nuovo progetto di Saes Coated Films e Novamont



Presentato a Cibus Forum (Parma 2-3 settembre) il nuovo progetto per la tracciabilità dei manufatti compostabili nato dalla partnership tra Saes Coated Films, azienda del Gruppo Saes che progetta e produce film a barriera rivestiti con tecnologie a base d'acqua, e Novamont, leader nella produzione di bioplastiche e bioprodotto. Un progetto finalizzato a risolvere il problema del conferimento agli impianti di compostaggio di manufatti non idonei, grazie all'inserimento, all'interno del biopolimero Mater-Bi, di speciali marker. Questi ultimi, una volta colpiti dai raggi UV emessi da un detector, rilasceranno un segnale ottico grazie al quale sarà possibile identificare i materiali idonei al compostaggio. Un macchinario appositamente sviluppato opererà poi una selezione automatica dei manufatti compostabili, estromettendo dal flusso in ingresso quelli contaminanti. Un'innovazione che consentirà agli impianti di compostaggio industriale maggiore efficienza di processo e abbattimento dei costi legati alla presenza di manufatti non a norma, oltre a garantire una maggiore purezza del compost.

### Pringles: al via i test per un packaging riciclabile al 100%



L'iconico tubo Pringles potrebbe cambiare la composizione del suo packaging e diventare più sostenibile. Il brand, di proprietà Kellogg, ha infatti deciso di realizzare una confezione in carta riciclata. Avviando così un percorso di sostenibilità volto a garantire che tutte le proprie confezioni siano riutilizzabili e compostabili al 100% entro il 2025. Il tubo attualmente in commercio, infatti, è composto da pellicola, cartone, metallo e plastica. I primi test per il tubo Pringles completamente rinnovato sono stati avviati nel Regno Unito in alcuni store Tesco.

### È firmato Mondì il pack per carni e salumi fatto per l'80% di carta



La multinazionale austriaca del packaging Mondì ha presentato una nuova soluzione di confezionamento per carni e salumi totalmente riciclabile, perché realizzata con l'80% di carta e un sottile strato di plastica protettiva. I due materiali sono facilmente separabili, per agevolare la raccolta differenziata. Il nuovo pack è stato sviluppato in collaborazione con il produttore nazionale di formaggi SalzburgMilch, che lo utilizzerà per le sue referenze a Mdd premium realizzate per l'insegna Spar, sotto il brand 'Natur'pur'. Grazie a questa soluzione, SalzburgMilch punta a ridurre il proprio consumo di plastica di 40 tonnellate l'anno. Il nuovo vassoio è un upgrade della gamma PerFORMing, lanciata da Mondì nel 2019.

**S.T.A. PROGETTA, COSTRUISCE E GESTISCE CON PERSONALE E MEZZI PROPRI IMPIANTI DI DEPURAZIONE NEL COMPARTO LATTIERO CASEARIO**

**In foto DEPURATORE BIOLOGICO a servizio di un CASEIFICIO**

**STA**  
L'ACQUA PER PASSIONE

info@stacque.com  
www.stacque.com



# Inalpi: l'innovazione inizia dal pack

Nuovo espositore da scaffale ready-to-use per le FettAlpine. Un prodotto di filiera 100% italiana, sicura e controllata. Che garantisce alla Gdo un sempre più elevato contenuto di servizio.



La sede dell'azienda

Le FettAlpine Latterie Inalpi, una delle referenze di punta dell'azienda di Moretta (Cuneo), sono oggi racchiuse in un innovativo espositore da scaffale che mira a semplificare la gestione degli stock da parte degli operatori della Grande distribuzione. E che veicola, in modo trasparente, i valori di qualità e sicurezza che caratterizzano questo prodotto 100% di filiera corta e controllata.

Le FettAlpine Latterie Inalpi vantano infatti una lista ingredienti estremamente corta: uno dei plus più ricercati, oggi, dai consumatori. E un dettaglio che conferma la genuinità del prodotto, realizzato e confezionato in impianti di ultima generazione a temperatura eumidità con-

trollata con aria filtrata. "Un prodotto interamente tracciato", sottolinea l'azienda, "che porta con sé non solo l'elevata qualità del buon latte di filiera, ma anche la genuinità del caseificio di montagna nel quale, dal latte di filiera, viene prodotta la cagliata necessaria alla produzione delle FettAlpine".

## All'origine della qualità

Il progetto della filiera corta e certificata Inalpi coinvolge circa 400 allevatori selezionati nelle province di Torino e Cuneo, tutti localizzati a un raggio medio di circa 30 km dallo stabilimento di Moretta, e che conferiscono quotidianamente circa 5mila quintali di latte. Una collaborazione basata sulla sottoscrizione di un protocollo che tutela e garantisce l'elevata qualità della materia prima impiegata. E che ha riscontrato l'approva-

zione delle principali organizzazioni di categoria, dei consumatori e dei player di mercato. Un meccanismo che poggia su pilastri fondanti e che coinvolge sempre più fattori chiave quali il benessere animale e la sostenibilità ambientale, oltre che il controllo dei rapporti sociali affinché vi sia tutela dei diritti umani e legalità nei contratti di lavoro.

"Filiera, una parola molto utilizzata, ma non sempre totalmente compresa, diventa per Latterie Inalpi anche denominazione di prodotto, per dare valore a quel lavoro che da oltre 10 anni viene portato avanti sul nostro territorio piemontese", sottolinea l'azienda. "Le nostre FettAlpine sono un prodotto veramente trasparente e 100% tracciabile. È infatti possibile scoprire la stalla da cui proviene il latte con il quale è stata prodotta ogni singola confezione". Massima attenzione, quindi, per quegli aspetti che sono diventati ormai fondamentali per un consumatore

sempre più informato e attento, che ha imparato a leggere il retro delle confezioni e che si sofferma sui valori che ogni alimento porta con sé.

## Confezioni ad alto contenuto di servizio

Al pari dell'eccellenza qualitativa, Latterie Inalpi da sempre fa dell'innovazione una delle sue principali mission. Che si traduce nella costante ricerca di nuove idee e soluzioni, anche tecnologiche e di confezionamento. Disponibili dalla primavera 2019 nella pratica confezione "apri e chiudi salva freschezza", le FettAlpine Latterie Inalpi sono un chiaro esempio di questa forte spinta innovativa. La confezione consente infatti di richiudere il pacchetto mantenendo intatto il sapore, che aumenta sensibilmente il servizio offerto al consumatore.

Oggi, l'aspetto innovativo di questa referenza si amplia ulteriormente nel mercato della Grande distribuzione. Proprio in queste settimane è stato infatti introdotto il nuovo espositore da scaffale, realizzato grazie all'attivazione di un'ulteriore linea di confezionamento automatizzata. "La procedura consente la produzione di doppi imballi compatti, contenente ognuno 20 confezioni di FettAlpine Latterie Inalpi, in confezione sovrapposta e unwrap, apribile cioè con una semplice piegatura laterale", spiega ancora l'azienda. "Un nuovo concetto di espositore, estremamente semplice e maneggevole, che non richiede più l'estrazione del prodotto dalla scatola ma che è ready-to-use per lo scaffale".



# Plasticizzate

Un report della Changing Markets Foundation punta il dito contro i 10 più grandi utilizzatori di plastica al mondo. Accusati di contrastare e ritardare sistematicamente l'introduzione di legislazioni 'green'. In pubblico, però, lanciano e sostengono fior di iniziative ambientaliste.

Specchietti per le allodole. Astute iniziative di greenwashing portate avanti al solo fine di distrarre governi e consumatori nel tentativo di procrastinare, se non impedire, l'introduzione di leggi 'nemiche' della plastica. A questo si ridurrebbero, secondo un'indagine condotta dalla Changing Markets Foundation - che lavora a fianco delle Ong per scovare e denunciare le pratiche commerciali sleali delle 'big corporation' - le tante iniziative ambientaliste condotte dalle grandi multinazionali del largo consumo confezionato negli ultimi 30 anni.

L'indagine, che si basa su uno studio condotto in 15 Paesi - Usa, Europa, Scozia, Francia, Austria, Spagna, Repubblica Ceca, Giappone, Cina, Kenya, Uruguay, Bolivia, Uk, Portogallo e Paesi Bassi - si è tradotta in un report, chiamato 'Talking Trash: The corporate playbook of false solutions to the plastic crisis'. Pubblicato a settembre, il documento ha avuto grande risonanza nella stampa internazionale, anche perché muove accuse molto pesanti che rischiano di minare seriamente la credibilità di questi brand. Nonostante ciò, a fronte della richiesta di chiarimenti, i portavoce delle rispettive aziende hanno fornito risposte vaghe e poco incisive. In particolare Coca Cola, additata come il primo responsabile dell'inquinamento da plastica, ha definito la sua incapacità di raggiungere i target prefissati come "un'opportunità per imparare".

## Approfondimento della pandemia

Secondo l'indagine, la crisi sanitaria mondiale ha fornito un 'assist' notevole a queste pratiche: dall'inizio della pandemia, l'industria della plastica avrebbe infatti "speculato sulla paura per chiedere l'abrogazione di molte politiche ambientali, in primis per quanto riguarda le plastiche monouso". Negli Usa, secondo Talking Trash, molti Stati avrebbero infatti sospeso il divieto di commercializzare shopper in plastica e molte aziende avrebbero reintrodotti articoli in plastica monouso, come sacchetti e posate, a discapito delle alternative riutilizzabili.

"Dopo che per anni l'industria ha cercato di intralciare, posticipare e abrogare le leggi, all'inizio del 2020 sembrava che il vento fosse finalmente cambiato, con l'introduzione, da parte di diversi governi in Africa ed Europa, di normative che proibivano la commercializzazione di determinati manufatti in plastica, istituivano sistemi di deposito cauzionale e obbligavano i produttori ad assumersi la responsabilità dei loro scarti", sottolinea il documento. "Un cambio di rotta che era iniziato già nel 2018, con lo stop imposto dalla Cina all'import di rifiuti in plastica, che ha dato un bello scossone all'industria globale dei rifiuti".

## Il fallimento (volontario) degli impegni volontari

Il rapporto analizza gli impegni ambientali assunti volontariamente da quelli che definisce "i 10 più grandi inquinatori da plastica del mondo", responsabili della produzione di 10 milioni di tonnellate di plastica l'anno. La classifica vede al primo posto Coca Cola (con 2,9 milioni di tonnellate di packaging in plastica prodotte annualmente), seguita da Pepsico (2,3 milioni) e Nestlé (1,7 milioni). Al quarto posto Danone (820mila tonnellate) e poi tre big player attivi anche nei settori personal e home care. Sarebbero 714mila le tonnellate prodotte ogni anno da Procter & Gamble; 700mila quelle appannaggiate di Unilever e 287mila quelle firmate Colgate-Palmolive. In ottava posizione Mars (184mila tonnellate), mentre non è specificato il quantitativo di plastica immesso sul mercato da altre due multinazionali del food: Mondelēz International e Perfetti Van Melle.

"Le aziende prendono questi impegni per far credere di essere alla ricerca di una soluzione, mentre parallelamente usano le associazioni di settore e persino finti gruppi ambientalisti per opporsi strenuamente all'introduzione di misure ecologiste", spiega il rapporto. "Le aziende tendono anche a scegliere soluzioni problematiche, come le bio-plastiche o il compostaggio chimico, che non risolvono il problema alla radice e possono avere altri risvolti ambientali. Le vere soluzioni, come la raccolta obbligatoria, l'incentivo al riutilizzo e l'eliminazione delle tipologie di plastica più difficili da riciclare di rado compaiono nei loro impegni volontari".

## La pressione delle lobby

Secondo il rapporto, quella della 'Big Plastic' è una "rete globale ben organizzata e interconnessa che fa lobby a tutti i livelli per contrastare le soluzioni al problema della plastica". Oltre alle aziende, Talking Trash indaga le attività delle maggiori associazioni, come il New Plastics Economy Global Commitment della Ellen MacArthur Foundation o la Alliance to End Plastic Waste. A quest'ultima, i membri hanno devoluto circa 1,5 miliardi di dollari per portare avanti iniziative ecologiche. "Potranno sembrare un mucchio di soldi - si legge nel documento - ma tra il 2012 e il 2017 gli stessi membri hanno investito 186 miliardi di dollari in nuovi impianti petrolchimici e continuano a potenziare la loro capacità produttiva." E prosegue: "La nostra analisi ha evidenziato uno sconvolgente numero di sovrapposizioni tra i membri delle associazioni che affermano di voler combattere l'inquinamento da plastica e le associazioni che fanno lobby per minare l'introduzione di nuove leggi".

## IL CASO COCA-COLA

Con una plastic footprint di 2,9 milioni di tonnellate l'anno, Coca Cola è, secondo il rapporto, il maggiore 'inquinatore da plastica' del mondo. La multinazionale sarebbe impegnata in 10 iniziative volontarie dedite a risolvere il problema degli scarti in plastica, pur essendo anche membro attivo di almeno sette associazioni che fanno lobby contro i sistemi di deposito cauzionale e le principali legislazioni che vogliono bandire le plastiche monouso. "Mentre di facciata Coca Cola è impegnata nella campagna 'Un mondo senza sprechi', negli ultimi 30 anni ha sistematicamente mancato o posticipato i suoi ambiziosi obiettivi di riciclabilità. Nel 1990, per esempio, l'azienda si è impegnata a raggiungere il 25% di materiale riciclato nelle sue bottiglie. 30 anni dopo è ancora ferma al 10%".



## ARIOLI AFRO

SOLUZIONI MECCANICHE DI QUALITÀ DAL 1960

### ATTREZZATURE PER CASEIFICI



### MACCHINE PER MAGAZZINI DI STAGIONATURA E PER LA MOVIMENTAZIONE E IL SOLLEVAMENTO MERCI

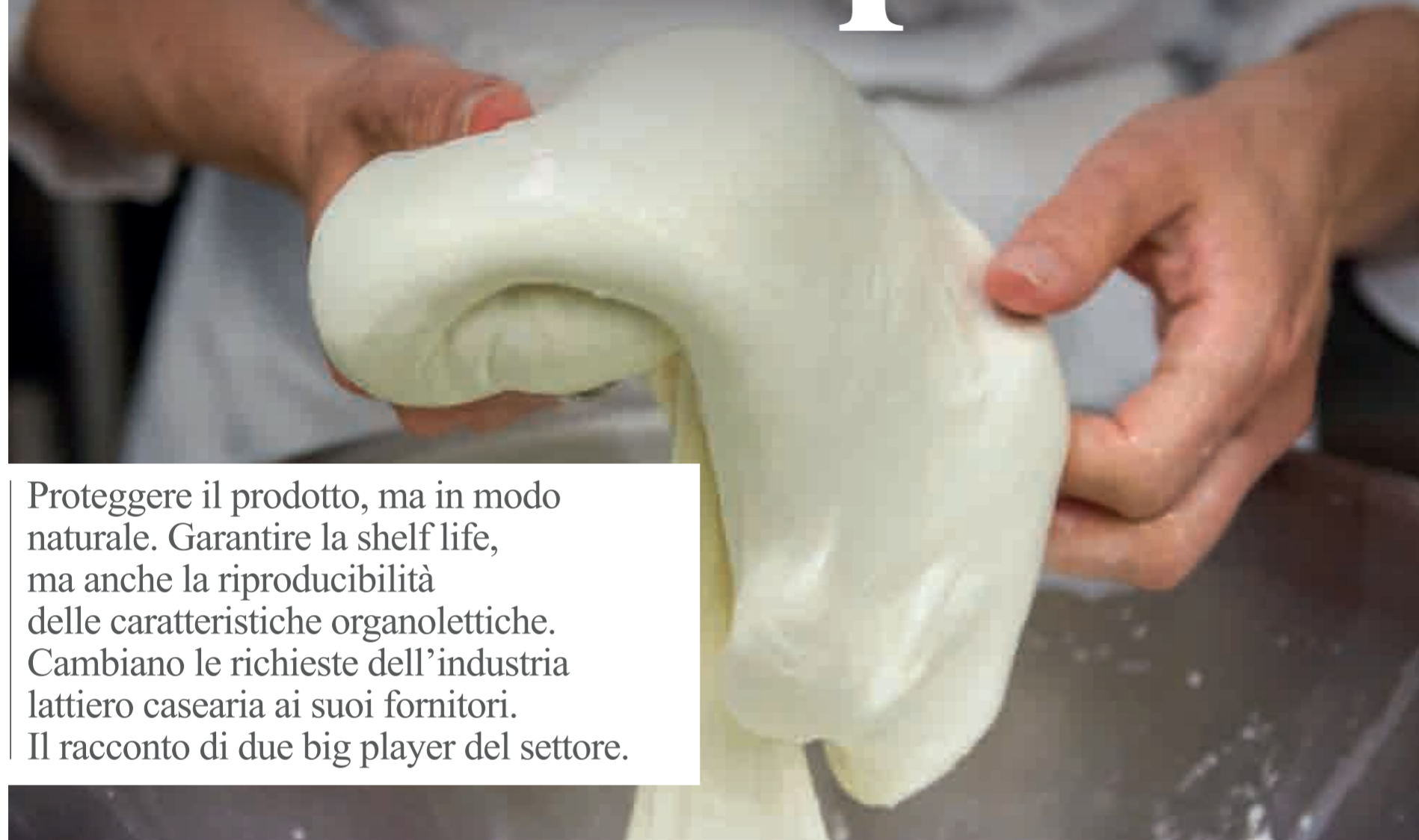


www.arioliagro.it

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



# Un comparto in fermento



Proteggere il prodotto, ma in modo naturale. Garantire la shelf life, ma anche la riproducibilità delle caratteristiche organolettiche. Cambiano le richieste dell'industria lattiero casearia ai suoi fornitori. Il racconto di due big player del settore.

## ALCE & ALCE INTERNATIONAL

[www.alce.eu](http://www.alce.eu)

### Elena Mogna, Ceo

“Da circa un secolo Alce accompagna le aziende casearie italiane e internazionali nella produzione di formaggi di alta qualità”, sottolinea il ceo del Gruppo Alce & Alce International, Elena Mogna. “Il nostro catalogo prodotti, ampliato, perfezionato e migliorato negli anni, comprende tutto ciò di cui un caseificio può aver bisogno: non solo fermenti lattici - liquidi e liofilizzati, a inoculo diretto e indiretto - ma anche penicilli, caglio e coagulanti, enzimi e coadiuvanti tecnologici. Inoltre, mettiamo a disposizione delle aziende il nostro staff di assistenza tecnica specializzata”. L'emergenza sanitaria mondiale ha determinato, per l'azienda, un momentaneo rallentamento nel business: “È stato inevitabile un calo fisiologico naturale, dovuto soprattutto alla difficoltà nelle spedizioni all'estero”, spiega Elena Mogna. “Per fortuna, siamo già in ripresa, come ci auguriamo per tutte le aziende, nazionali e internazionali”. La garanzia di riproducibilità standardizzata per i formaggi di qualità rappresenta oggi, secondo la ceo, un elemento fondamentale nel rapporto con i clienti: “I nostri ingredienti devono essere in grado, nonostante le variabili del settore, di garantire al produttore la possibilità di realizzare un formaggio che rispecchi sempre determinate caratteristiche. Ovviamente, tutto questo non sarebbe possibile senza il supporto e la competenza dell'assistenza tecnica”.

## LINEA ACTIFERM



### Descrizione e punti di forza

Culture liquide potenziate: concentrate e ad elevata stabilità e attività fermentativa, vengono utilizzate per l'uso diretto in caldaia. Facili da adoperare, garantiscono una conservabilità prolungata e un profilo aromatico distintivo. La linea Actiferm comprende differenti codici prodotto, che permettono di creare qualsiasi tipo di formaggio, nazionale e internazionale. Un'unica linea che fornisce tutti i vantaggi della coltura liquida tradizionale, ma con performance potenziate, oltre che un utilizzo e una gestione semplificati.

### Specifiche tecniche

- Aumentata attività fermentativa: fino a 20 volte rispetto ai fermenti lattici liquidi tradizionali, con conseguente riduzione in termini di volume e costi
- Conservabilità e stabilità prolungata: garantita fino a tre settimane della data di produzione
- Facilità di utilizzo per tutte le aziende casearie: inoculo diretto, con rapida acidificazione del latte e formazione della cagliata
- Miglior profilo aromatico: a ogni formaggio il suo codice Actiferm, in grado di conferire al prodotto un gusto caratteristico

## SACCO

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

### Angelo Suarez, fermented milk products application expert

“Sacco offre un portafoglio prodotti pensato per soddisfare le esigenze di tutti i nostri clienti, dal fermento acidificante classico a quello pensato per conferire unicità in termini di aspetto e aroma”, sottolinea Angelo Suarez, fermented milk products application expert per l'azienda di Cadorago, in provincia di Como. “In questi ultimi anni, i ceppi per la protezione naturale hanno riscontrato un grande successo tra i nostri clienti, svincolati dall'utilizzo di conservanti e sostanze percepite come 'non naturali' dai consumatori”. Nel corso dell'ultimo anno, le richieste provenienti dagli operatori del lattiero caseario hanno subito profondi cambiamenti, come spiega Suarez: “Più che una riduzione dei volumi, il settore ha modificato le proprie abitudini. Ogni paese ha infatti cercato di destinare la materia prima alla creazione di prodotti finiti differenti e nel preservare la loro qualità nel tempo. Ecco perché il nostro impegno nell'offrire soluzioni per la protezione dei prodotti lattiero caseari si è adattato perfettamente alle richieste di mercato. Prodotti sicuri, naturali, convenienti e stabili per tutta la shelf life, al fine di ridurre gli sprechi alimentari. Queste sono, in sintesi, le principali richieste espresse oggi dai nostri clienti”.

## 4PROTECTION – SPECIAL PROTECTIVE FOOD CULTURES



### Descrizione e punti di forza

4Protection è la linea di culture protettive speciali di Sacco ideali per yogurt, lattini fermentati, formaggi freschi, formaggi a pasta semidura e dura, in grado di contenere la crescita di microrganismi indesiderati, proteggendo in modo naturale la qualità e la sicurezza del cibo, mantenendo un prodotto 'clean label'. I fermenti selezionati non acidificano, non alterano le caratteristiche organolettiche del prodotto e si adattano facilmente anche a temperature di refrigerazione.

### Specifiche tecniche

Compatibili e complementari a tutti i fermenti Sacco, sono utilizzati per inoculazione diretta o trattamento superficiale. Le culture per la protezione dei prodotti lattiero-caseari sono:

- AYM Anti yeast and mould (anti lieviti indigeni e muffe)
- AL Anti Listeria monocytogenes (anti Listeria monocytogenes)
- AC Anti Clostridia (anti Clostridia)
- AOSM Anti Other spoilage microorganisms (anti altri organismi da deterioramento)

Caseartecnica  
Bartoli srl

DA 60 ANNI  
LEADER NELLA PRODUZIONE  
DI AGITATORI PER LA MISCELAZIONE  
DEL LATTE.



STANDARD



L'ULTIMA GRANDE NOVITÀ!

• AGITATORE A MAGNETI PERMANENTI

• SENZA OLIO SENZA CARTERATURA

• IP65 E LAVABILE CON IDROPULTRICE

• RIDOTTE QUANTITÀ DI VITERIA

• MINIMO INGOMBRO

• COMPLETAMENTE IN ACCIAIO INOX

AGITATORI  
PER OGNI  
TIPO DI  
ESIGENZA

con azionamento  
tramite variatore  
elettronico di  
velocità



ORIZZONTALE



# Un mercato 'cristallizzato'

La pandemia paralizza l'industria nazionale delle tecnologie per il vetro. Che pure aveva chiuso il 2019 con un fatturato in crescita del 2,7%, a 2,3 miliardi di euro. I dati e le previsioni dell'associazione di categoria.

L'industria italiana delle tecnologie per la lavorazione del vetro archivia il 2019 con segno più. Un trend positivo che prosegue ininterrotto da oltre un decennio, per un fatturato di settore che supera i 2,3 miliardi di euro. Il +2,7% registrato lo scorso anno ha beneficiato delle ottime performance oltre confine, con le esportazioni in crescita del 3,7%. Stabili le consegne sul mercato domestico (+0,1%), che ammortizzano meglio delle importazioni (-1,2%) la lieve contrazione del mercato italiano (-0,4%). L'incremento del business estero e la contestuale diminuzione delle importazioni determinano un saldo positivo della bilancia commerciale (+5,4%), a oltre un miliardo e 265 milioni di euro (e rappresenta quasi il 55% del fatturato).

"Vale a dire che per ogni euro investito nel settore contribuiamo con 55 centesimi di saldo positivo alla bilancia commerciale del nostro Paese", ricorda Michele Gusti, il presidente Gimav, l'Associazione che raggruppa i costruttori e fornitori italiani di macchine, attrezzature e prodotti speciali per la lavorazione del vetro. "Sarebbe opportuno che chi decide le politiche economiche e industriali del nostro paese tenesse conto di quest'eccellenza premiandola di più". Un'industria in ottima salute, quindi, ma che come molti altri comparti si è trovata, a partire dal mese di marzo, 'paralizzata' dal lockdown e dal fermo produttivo. Mesi di quasi totale inattività che rischiano di impattare in modo significativo sui risultati di fine anno.

## Le performance del settore nel 2019

Positivi, ed entrambi in crescita, gli indicatori di competitività del settore che, con una quota di export su fatturato del 72,2% e il presidio del 61,3% del mercato nazionale, rappresenta un'eccellenza del tessuto industriale italiano. In crescita anche il fatturato medio per addetto (+2,5% sul 2018), che sfiora 300mila euro. Risultati molto positivi nel complesso, ma non equamente ripartiti tra i tre comparti che lo costituiscono, come evidenziano i dati Gimav.

In dettaglio, le tecnologie per la lavorazione del vetro piano cedono 1,3 punti percentuali rispetto al 2018 per effetto di perdite contenute nelle esportazioni (-0,5%) e più marcate nelle consegne sul mercato interno (-3,2%). Un calo ancor più deciso, tuttavia, viene registrato dalle importazioni del comparto, a -4,4%.

Risultati diametralmente opposti nel campo delle tecnologie per la lavorazione del vetro cavo che, nel 2019, guadagnano quasi 30 punti percentuali rispetto al 2018 grazie a performance eccellenti sia sui mercati esteri (+31,8%) sia su quello domestico (+17,2%). Crescono, anche se in maniera più contenuta, anche le importazioni (+6,4%).

Stabili, infine, le performance per il comparto 'accessori e altre tecnologie', che compensa le prestazioni negative sui mercati internazionali (-0,9%) con una buona crescita sul mercato nazionale (+2%). Indice che il settore ha saputo intercettare la domanda dei costruttori italiani meglio di quanto non abbiamo fatto i concorrenti stranieri, come attesta il calo delle importazioni di 2,5 punti percentuali.

## Le previsioni per il 2020 e gli effetti della pandemia

Prima della pandemia, le aziende associate Gimav e intervistate in occasione dell'indagine qualitativa congiunturale 2020 avevano fornito una proiezione dei risultati di settore molto positiva per l'anno in corso. Nel complesso (Italia ed estero) ben l'86,4% delle aziende intervistate prevedeva una crescita e il restante 13,6% non prevedeva, comunque, alcuna contrazione. Aspettative più che positive, per il 91,3% degli intervistati, considerando i soli mercati esteri, mentre si attestavano su un 'più contenuto' 76,2% per il mercato interno, che veniva previsto stabile dal 19% degli intervistati e in riduzione dal restante 4,8%. "Tuttavia, gli effetti della pandemia hanno profondamente modificato gli scenari del settore e ciò ha reso impossibile fare previsioni attendibili sull'andamento nel 2020, anche al netto di ulteriori evoluzioni della situazione comunque ancora possibili", sottolinea l'associazione in una nota.

Per meglio valutare il quadro generale, la relazione di settore quest'anno è stata integrata con i risultati di una prima indagine sull'impatto che la crisi sanitaria ha avuto sul comparto. È emerso che, in pieno lockdown, il 43% delle aziende era del tutto inattiva e, tra le aziende attive, il 65% ha dovuto comunque fermare del tutto la produzione. Inoltre, ben il 71% delle aziende del settore ha dovuto fare ricorso alla cassa integrazione per almeno il 70% della forza lavoro. Un dato ancora significativo se si considera che nel 2019, i mesi di marzo, aprile e maggio hanno contribuito al risultato d'anno per oltre il 26% del totale.

Fatturato dell'industria italiana delle macchine, dei prodotti speciali e degli accessori per la lavorazione del Vetro

Settori	2019 [€]	2018 [€]	2017 [€]	Variazione 2019/2018
<b>Accessori e AT</b>				
Consegne interne	293.844.389	288.113.611	274.134.002	+2,0%
Esportazione	645.041.331	650.621.890	624.710.500	+0,9%
<b>Tot. Fatt. Accessori e AT</b>	<b>938.885.720</b>	<b>938.735.501</b>	<b>898.844.502</b>	<b>+0,0%</b>
<b>Vetro Piano</b>				
Consegne interne	318.122.558	328.780.004	306.367.015	-3,2%
Esportazione	754.015.934	757.849.536	750.049.027	-0,5%
<b>Tot. Fatt. Vetro Piano</b>	<b>1.072.138.492</b>	<b>1.086.629.540</b>	<b>1.056.416.042</b>	<b>-1,3%</b>
<b>Vetro Cavo</b>				
Consegne interne	38.075.391	32.488.280	32.939.355	+17,2%
Esportazione	287.073.768	217.742.619	204.089.061	+31,8%
<b>Tot. Fatt. Vetro Cavo</b>	<b>325.149.159</b>	<b>250.230.899</b>	<b>237.028.416</b>	<b>+29,9%</b>
<b>Totale Piano + Cavo + Accessori e AT</b>	<b>2.336.173.371</b>	<b>2.275.595.940</b>	<b>2.192.288.960</b>	<b>+2,7%</b>

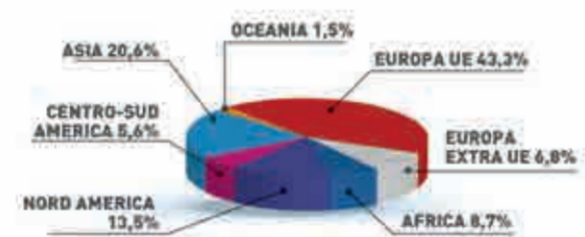
Elaborazioni Gimav su dati ISTAT e indagine interna

Quadro di sintesi Industria delle macchine, accessori e prodotti speciali per la lavorazione del vetro Triennio 2017 - 2019

Variabile	Unità di misura	2019	2018	2017
<b>Fatturato settore</b>	€	2.336.173.371	2.275.595.940	2.192.288.960
<b>Variazione su anno precedente</b>	%	+2,7%	+3,8%	+4,0%
<b>Esportazioni</b>	€	1.686.131.033	1.626.214.045	1.578.848.587
<b>Importazioni</b>	€	411.082.265	415.975.753	360.152.167
<b>Saldo commerciale</b>	€	1.275.048.768	1.210.238.292	1.218.696.420
<b>Numero addetti</b>	Unità	7.854	7.841	7.824

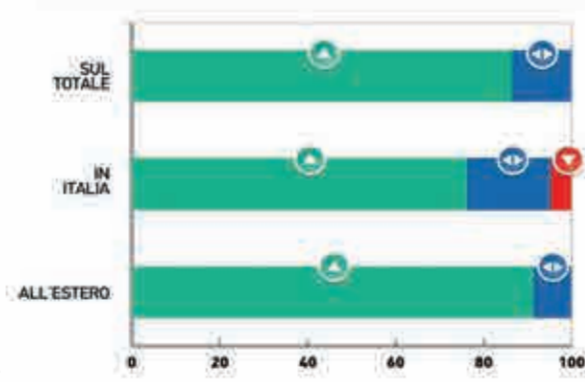
Elaborazioni Gimav su dati ISTAT e indagine interna

Esportazioni intero settore quote di incidenza % per aree geografiche



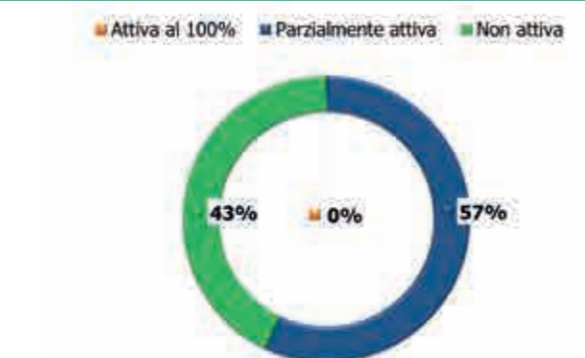
Elaborazioni Gimav su dati ISTAT

Previsioni 2020: stima variazione fatturato\* (Rilevazione pre Covid-19)



Elaborazioni Gimav su dati ISTAT

Risultati indagine GIMAV sull'impatto della pandemia da COVID-19 sul Settore



Elaborazioni Gimav su dati ISTAT

# Printing: il futuro è nelle sinergie

Sostenibilità, industria 4.0 e una nuova consapevolezza per il settore. Che in Europa vale quasi 80 miliardi di euro. Gli highlights della conferenza organizzata da Print4All. Che torna a Fieramilano nel 2022.

1.200 partecipanti, per il 33% connessi dall'estero, hanno partecipato lo scorso luglio alla Conference 2020 di Acimga, l'Associazione dei costruttori italiani di macchine per l'industria grafica, cartotecnica, cartaria, di trasformazione e affini. Intitolata 'Future Factory - il domani si stampa oggi', la conferenza rappresenta da tempo un momento di confronto importante per la community del printing. Nonché l'occasione fare il punto sui grandi temi del settore, che saranno anche al centro dell'evento di riferimento per l'industria: Print4All.

Nata dalla collaborazione tra Acimga, Argi e Fiera Milano e dedicata al mondo del printing a 360 gradi - converting, package printing, labelling, stampa commerciale e industriale - la fiera ha annunciato, proprio in occasione della conferenza, la sua nuova collocazione temporale dopo l'annullamento dell'edizione 2021. La manifestazione tornerà infatti a Fieramilano, dal 3 al 6 maggio 2022, in contemporanea con Ipack-Ima (la fiera delle tecnologie di processing e packaging), e Intralogistica Italia (evento dedicato a movimentazione industriale, gestione del magazzino, stoccaggio dei materiali e picking).

"Gli ultimi mesi hanno costretto tutti i comparti produttivi e industriali a un profondo ripensamento, rivelando con ancora maggior determinazione l'importanza dell'innovazione tecnologica, ma anche della resilienza e della flessibilità delle singole aziende", spiegano i vertici di Acimga in una nota. "Ecco perché la conferenza si è focalizzata su quelle tematiche - sostenibilità, Industry 4.0 - che, opportunamente cavalcate, possono trasformare la crisi stessa in opportunità".

## La sfida della pandemia per l'industria del printing

Grazie alla testimonianza delle associazioni di categoria di diversi Paesi del mondo, la conferenza ha permesso di delineare l'attuale situazione del mercato. Secondo i dati di Intergraf, l'associazione di settore europea, il Covid ha avuto un impatto importante, ma non rovinoso, sull'industria grafica comunitaria. Che conta oggi 109mila aziende, 603mila addetti e genera un fatturato complessivo di 79 miliardi di euro. Sempre in Europa, l'impatto del Covid è stato particolarmente severo con l'industria del printing inglese. In Gran Bretagna, il



lockdown ha infatti portato alla cancellazione del 70% degli ordini (stime: Picon), con importanti conseguenze sul fronte occupazionale. Se guardiamo invece oltre i confini europei, più precisamente all'India, i dati Ipama parlano di un tasso produttivo ridotto del 50% a giugno 2020 e di un ritorno alla normalità atteso non prima di sei-nove mesi.

Dall'altra parte del mondo, negli Stati Uniti, la contrazione del settore printing è stata valutata nel 5% e un avvio di ripresa, secondo le stime ApTech, è atteso solo per l'inizio del 2021. Infine, la situazione cinese: secondo i dati dell'associazione Peiac, la contrazione registrata negli ultimi mesi supera il 30%.

## Intelligenza artificiale, o meglio, aumentata

"Purtroppo l'Industry 4.0 è spesso percepita dalle aziende solo come nuovo investimento in tecnologia. Ma il recente lockdown ha dimostrato che una azienda è 4.0 solo quando riesce a connettersi e integrarsi con chi è a monte e a valle della catena del valore", si legge nella nota diffusa da Acimga, secondo cui il recente sviluppo tecnologico ha portato alla creazione di processi produttivi realizzati attraverso catene brevi, dirette e sinergiche. Oltre che a un nuovo modo di relazionarsi con la clientela, improntato a una maggiore efficienza e collaboratività. "Sarebbe sbagliato, tuttavia, imputare le potenzialità di questo cambiamento solo alle nuove tecnologie - prosegue l'associazione - L'intelligenza artificiale, una delle soluzioni tecnologiche più interessanti per varietà di applicazioni poten-

zialmente possibili, non sostituisce il cervello umano, ma diventa occasione per disporre di una 'intelligenza aumentata', garantendo a packaging e printing nuove applicazioni e nuovi modi di fare le cose e coniugando business e ricerca".

## Sostenibilità ed economia circolare

Durante la conferenza è emerso quanto sinergiche e complementari siano i principi di Industry 4.0 e la sostenibilità. È infatti proprio la tecnologia a consentire una gestione più oculata delle energie e dei materiali. Nel settore package printing, il 55% delle aziende ogni anno butta via più del 50% del materiale stampato, per una questione di stime errate. Risolvere il problema ricorrendo, per esempio, alla stampa digitale può voler dire risparmiare e gestire meglio le risorse aziendali, oltre che difendere l'ambiente. "Ecco perché diventa importante ragionare in ottica di economia circolare", spiega l'associazione, "seguendo i tre principi cardine: eliminare lo spreco, pensando al fine vita del prodotto; tenere in uso i prodotti il tempo più lungo possibile e infine riciclare e rigenerare i materiali di cui è composto".

## Materiali: tra ricerca e riciclo

La sensibilità per un utilizzo efficiente dei materiali è molto presente nelle aziende del settore del printing, impegnate a investire in tecnologia e design per progettare soluzioni di packaging mono-materiale o sempre più facilmente riciclabili, a stretto contatto con i brand user e le loro esigenze.

Una sensibilità che, tuttavia, deve permeare l'intera filiera, fino al consumatore finale. Così, se da una parte si chiedono linee guida condivise sulla sostenibilità, dall'altra si guarda alla sensibilizzazione dell'opinione pubblica, talvolta fuorviata dalla demonizzazione di alcuni materiali e non sufficientemente informata sui progressi raggiunti dall'industria per utilizzarli e riciclarli in modo efficiente e sempre più sostenibile. Per la carta, ad esempio, l'obiettivo di un tasso di riciclo del 75% entro il 2025 è stato già ampiamente raggiunto e superato: l'81%, secondo i dati Comieco. Per la plastica, secondo Corepla, il tasso di riciclo attuale è del 45%, con un raccolto annuo pari a 1 milione e 650mila tonnellate.

**Da 70 anni professionalità ed esperienza al tuo servizio**

Forniture per il caseificio e l'agricoltura dal 1950

**www.tecnolatte.it**

Rapidità, qualità, convenienza: i vantaggi di acquistare online.

**SERVIZIO DI QUALITÀ**

Scegli la spedizione refrigerata che mantiene la temperatura fino a 120 ore.

Tecnolatte Srl - Viale Italia, 59 - 26900 LODI

Info@tecnolatte.com

Telefono 0371 31469



# Packaging in Gdo: la rivoluzione è 'sostenibile'

Saper comunicare è un vantaggio competitivo strategico per aziende e retailer. Che trovano nelle confezioni il primo (e più importante) biglietto da visita. Gli highlights della tavola rotonda organizzata da Nomisma.

Si è tenuta lo scorso 28 settembre, in diretta streaming, la presentazione dell'Osservatorio packaging del largo consumo a cura di Nomisma e Spin Life. Alla diretta hanno partecipato Silvia Zucconi per Nomisma e Alessandro Manzardo per Spin Life, oltre all'analista Nielsen Nicola De Carne. Ad arricchire il dibattito, una tavola rotonda incentrata sul connubio tra packaging e sostenibilità, in tutte le sue accezioni. Vi hanno preso parte nomi importanti in ambito food & beverage, come Fileni e Acqua & Terme Fiuggi, insieme alla multinazionale del packaging Tetra Pak. Ma anche tre insegne della Gdo che, da anni, portano avanti importanti progetti di sostenibilità: Esselunga, Coop e Conad.

"Il contesto normativo spinge produttori e consumatori a ricercare soluzioni di confezionamento nuove e alternative", sottolinea Alessandro Manzardo, fondatore di Spin Life, specialista nel management della sostenibilità. "Una delle alternative più indagate, anche per risolvere le problematiche del consumo di risorse e della gestione dei rifiuti, è la sostituzione della plastica con alternative compostabili o da materiali rinnovabili, anche se non sempre è una strada percorribile. Il rischio, infatti, è quello di spostare il problema da una fase all'altra del ciclo di vita, e quindi produrre un diverso tipo di inquinamento ambientale. In quest'ottica, l'analisi del ciclo di vita (Lca) è fondamentale, così come il ruolo del consumatore, che è poi l'anello finale di questa catena."

## Territorialità e sostenibilità: i grandi driver d'acquisto

Le trasformazioni impresse dal Covid allo stile di vita, all'organizzazione del lavoro e alle modalità in cui vengono fatti gli acquisti hanno avuto effetti dirompenti sull'attività di molte aziende e insegne della Gdo. Alcuni asset di crescita strategici, che erano già emersi prima della pandemia, hanno subito un'ulteriore accelerazione. È il caso della sostenibilità, un valore centrale nelle politiche di crescita del Paese, che lo ha inserito all'interno del Piano nazionale di ripresa e resilienza, e trainante anche su scala comunitaria, in quanto principio fondante del Green Deal europeo.

"La richiesta di sostenibilità arriva però anche dal basso", sottolinea Silvia Zucconi, responsabile marketing intelligence di Nomisma. "Il consumatore la ricerca sia nei prodotti, sia nelle azioni concrete delle aziende". Tra le caratteristiche più apprezzata spicca la territorialità e, in senso più allargato, l'italianità del prodotto. "Ricerca dal 50% dei consumatori, è senza dubbio il primo driver d'acquisto", spiega Zucconi. La sostenibilità - che per molti aspetti alla territorialità è collegata a doppio filo - viene subito dopo. "La si ricerca sia nel packaging, sia nelle implicazioni sociali del prodotto, con il coinvolgimento di produttori locali e la costruzione di filiere 100% italiane". L'impatto di queste nuove preferenze è presto spiegato: secondo Nomisma, il 75% degli shopper sceglie il punto vendita in base al suo grado di sostenibilità, che si declina anche (e soprattutto) nell'offerta a Marchio del distributore, primo "biglietto da visita" di ogni retailer. Un dato che ha portato ad azioni concrete da parte delle maggiori insegne del paese, che vanno dalla riduzione dell'over-packaging alla sgrammatura delle confezioni, passando per la conversione dalla plastica a materiali riciclati o da fonti rinnovabili. "Ridurre" e "sostituire" sembrano essere, in questo caso, le parole chiave del cambiamento.

## L'emergenza sanitaria spinge il digitale

Se territorialità e sostenibilità sono i due grande driver

d'acquisto, il digitale è sicuramente un altro ambito di sviluppo chiave sia per l'industria che per il retail. "La digitalizzazione ha riguardato, negli ultimi mesi, tanto il modello organizzativo del lavoro quanto le occasioni d'acquisto, con l'e-commerce in Italia che, nel 2020, toccherà il valore record di 23 miliardi di euro, con una crescita annua del 26%", sottolinea Zucconi. In ambito food&grocery, questo valore si attesterà a 2,5 miliardi di euro circa, in crescita del 56% sul 2019. "Il consolidarsi di questo canale di vendita può determinare, in prospettiva, anche una rivalutazione del pack", prosegue Silvia Zucconi. "Ad oggi, però, questa valutazione non è ancora completa e il packaging per l'online non è diverso da quello che troviamo a scaffale".

## Il confezionato cresce (sempre di più)

Sale a 44,9 miliardi, in crescita del 3,3% rispetto ai 12 mesi precedenti, il numero di confezioni vendute all'interno dei canali Gd e Do. I consumatori hanno quindi acquistato 1,5 miliardi di confezioni in più, di cui 1,3 miliardi sono state vendute - in più - nei primi otto mesi del 2020 (1 miliardo solo dal 17 febbraio al 3 maggio 2020). I numeri dell'Osservatorio sottolineano in modo puntuale le preferenze d'acquisto in epoca Covid, dove il confezionato cresce un po' in tutti i comparti merceologici, ma con sostanziali differenze.

"Il confezionato nell'ambito del fresco è sempre più richiesto e necessario anche per ragioni di sicurezza, velocità di spesa, comodità e miglior conservabilità, a fronte delle sfuse che offre scelta più libera e maggiore convenienza". In dettaglio, i dati mostrano che tra giugno e agosto 2020 le vendite di frutta fresca a peso imposto sono cresciute dell'11% (conquistando una market share del 36%), rispetto al -3% del peso variabile. Le vendite di formaggi a peso imposto sono invece cresciute del 3,8% (58% market share), a fronte del peso variabile che segna -0,1%. Il trend interessa anche i salumi: +7,5% il peso imposto (market share del 47%), a fronte di un -4,4% del peso variabile; e le carni: +10,8% il peso imposto (16%), contro un -0,1% del peso variabile.

I dati Nielsen mostrano anche che, a fine 2019, un prodotto su cinque venduto in Gdo aveva al suo interno caratteristiche di sostenibilità, per un giro d'affari in crescita di 2,6 punti percentuali. "La categoria più interessata dall'incremento è quella dei prodotti con agricoltura e metodi di allevamento sostenibili", spiega Nicola De Carne. "In dettaglio, crescono a doppia cifra i prodotti senza antibiotici (+62% sul 2018), quelli con una filiera tracciata (+14,7%), quelli certificati Ecocert (+19,6%) e quelli con 100% ingredienti naturali (+9,7%)". Sul fronte del pack, cresce nel 2019 il prodotto compostabile (+55,9%), con un minor contenuto di plastica (+21%) e che garantisce basse emissioni di Co2 (+12,9%).

## L'imballaggio piace 'flessibile'

"L'industria dei contenitori per il packaging produce ogni anno circa il 3,8% del fatturato dell'industria manifatturiera italiana. Secondo i dati, nel 2019 sono state prodotte in Italia circa 16.850 tonnellate di imballaggi", sottolinea Barbara Lascone, responsabile ufficio studi dell'Istituto italiano imballaggio. "Il peso del singolo imballaggio si è ridotto considerevolmente rispetto al passato e una conferma di questo trend arriva anche dal fatto che le performance migliori sono quelle registrate dalla categoria dei 'leggerissimi' flessibili da converter. Bene anche gli imballaggi cellullosici e in cartone, grazie alla spinta che l'e-commerce sta dando a tutta l'industria del cartone ondulato".

## FILENI

Simone Santini, chief commercial officer

"L'ultima innovazione di packaging introdotta da Fileni è un vassoio completamente in Mater-bi, quindi compostabile, da riciclare nella raccolta dell'organico. Un prodotto che sta avendo ottima ricettività da parte delle insegne e che comunica con semplicità e chiarezza al consumatore i suoi plus. La sostenibilità, per il gruppo Fileni, è un percorso culturale che inizia dall'interno e che solo successivamente si rivolge all'esterno. È un impegno sociale, oltre che un semplice prodotto da mettere in commercio".



## ACQUA & TERME FIUGGI

Mirco Gabbin, direttore generale

"La nostra azienda è stata una delle prime a mettere l'acqua minerale in bottiglia, nei primi dell'800. Ed è stata anche una delle prime a toglierla dalla plastica e rimetterla nel vetro. Ora, siamo i primi a scegliere di mettere l'acqua in brik, in una confezione fatta per il 75% di cellulosa, richiudibile e pratica, il cui tappo è realizzato con un bio polimero. Lanciata appena prima del lockdown come soluzione on-the-go sostitutiva alla bottiglietta in plastica, per valutare il progetto dovremo aspettare la piena ripresa della mobilità".



## TETRA PAK ITALIA

Francesco Faella, presidente

"Tetra Pak vende circa 4 miliardi di confezioni in Italia, 190 miliardi di confezioni nel mondo. Durante l'emergenza Covid-19 le vendite sono cresciute rispetto allo scorso anno, a fronte di un calo della parte impiantistica. Nelle nostre strategie stiamo sostituendo le plastiche di origine fossile con plastiche di origine vegetale. E la nostra ambizione per futuro - entro il 2030 o prima - è di offrire la miglior confezione al mondo dal punto di vista della sostenibilità. Puntiamo a decarbonizzare il packaging, per eliminare l'impatto ambientale delle confezioni in termini di Co2. Fondamentale, però, proseguire nei progetti realizzati con le municipalità per migliorare i sistemi di raccolta".

## ESSELUNGA

Antonio Vaccari, responsabile Hse

"Esselunga nasce come produttore e distributore: siamo una food company con filiera integrata. Possiamo avere quindi il massimo controllo sul prodotto e sulla sua qualità. Negli ultimi anni abbiamo rivoluzionato il pack del comparto ortofrutta sostituendo la plastica con carta e reti. Dove possibile, abbiamo anche introdotto l'r-pet fino a soglia di legge e risparmiato oltre 1 milione di tonnellate di plastica l'anno. Non tutte le referenze, però, offrono le stesse possibilità sul fronte dell'imballaggio. Nel caso della carne e del pesce, per esempio, stiamo valutando alternative ma ad oggi non abbiamo trovato una soluzione convincente".

## COOP

Luciano Villani, responsabile imballaggi

"Il dibattito sulla sostenibilità ambientale, per Coop, è iniziato negli anni '70 e non solo per quanto riguarda il packaging. In tempi recenti siamo stati tra i primi ad abbandonare l'olio di palma o ad avere allevamenti antibiotic-free. In merito agli imballaggi, da circa un anno usiamo la plastica riciclata per le bottiglie d'acqua e da molti anni la sgrammatura degli imballaggi è in cima alle nostre priorità. La parte educational è tanto importante quanto quella industriale: se gli sforzi fatti non vengono comunicati, sono vani. Inoltre, è difficile operare su scala nazionale se ogni territorio ha le sue regole per la raccolta dei rifiuti. Maggiore uniformità aiuterebbe a prendere decisioni più puntuali".

## CONAD

Cinzia Linguerri, responsabile packaging

"Curiamo la realizzazione grafica di tutte le referenze a Mdd di Conad, che sono circa 4.200. Data la rilevanza dell'argomento, tutte le principali direzioni - dalla logistica alla Mdd - si incontrano periodicamente a un tavolo per discuterne. L'obiettivo è avere una comunicazione coordinata e chiara che aiuti i consumatori a fare scelte d'acquisto consapevoli. A breve, presenteremo le vaschette di gelato da 500 grammi in carta. Una gamma di sei referenze che nel prossimo anno si amplierà di altre sei. L'obiettivo è di convertire da plastica a carta il 60% delle nostre vaschette di gelato a Mdd. La parte più complicata della transizione verso una maggiore sostenibilità è industrializzare queste innovazioni. Per questo la collaborazione tra il provider d'imballaggio e l'industria è fondamentale".

## IN AUMENTO IL CONSUMO DI PACKAGING



Fonte: Nomisma - Osservatorio Packaging nel Largo Consumo

**DELLA TOFFOLA GROUP**

# Diamo più valore al tuo latte

LATTE FRESCO DA BERE

FORMAGGI

YOGURT

**Priamo**

**FOOD TECHNOLOGIES**

Priamo Food Technologies Srl  
Viale delle Industrie, 1 - Nervesa della Battaglia (TV)  
T. +39 0422.9617 | info@priamosrl.com - priamosrl.com



# Investimenti 4.0: è ora di bilanci

Piano Nazionale Industria 4.0, Piano Nazionale Impresa 4.0, Piano Transizione 4.0. Dal 2017, anno della sua creazione, ad oggi, il pacchetto di agevolazioni fiscali predisposto dal governo per sostenere la trasformazione digitale delle imprese ha avuto molti nomi, ma un'unica sostanza.

Fino al 2019, la principale misura di agevolazione, volta proprio a sostenere la domanda di investimenti privati nel settore, è stata l'iperammortamento, ovvero "una maggiorazione a fini fiscali del costo per gli acquisti di beni d'investimento materiali che incorporano tecnologie per la raccolta, l'elaborazione e la trasmissione dei dati". A sottolinearlo, un dettagliato rapporto elaborato dal Centro Studi Confindustria e della Direzione studi e ricerche economico-fiscali del ministero dell'Economia e delle Finanze (Mef). Lo studio ha infatti analizzato l'utilizzo dell'iperammortamento nel suo primo anno di introduzione (2017) e i suoi effetti occupazionali per le imprese beneficiarie.

Da gennaio 2020, l'iperammortamento è stato sostituito dal credito d'imposta.

Secondo il rapporto, si stima che la misura abbia interessato, nel 2017, circa 7 miliardi di euro di investimenti in macchinari e attrezzature industriali avanzate realizzati da società di capitali italiane. Un ammontare che corrisponde all'8,5% degli investimenti privati medi annui in macchinari e attrezzature (esclusi autoveicoli) in Italia, il 16% se la quota è calcolata all'interno del manifatturiero. L'effetto positivo sulle assunzioni si riscontra soprattutto nelle grandi imprese (+10,9%), dove la domanda si è concentrata sugli operai specializzati e sui conduttori d'impianti (+2,2%).

## Il tiraggio della misura

Secondo la relazione tecnica di accompagnamento alla Legge di bilancio 2017 (e a quelle successive) questa misura fiscale avrebbe dovuto applicarsi a circa 10 miliardi di euro di investimenti in macchinari e apparecchiature incorporate tecnologie digitali avanzate. Un ammontare che corrisponde a circa il 13% degli investimenti privati annui in macchinari e attrezzature (esclusi mezzi di trasporto) realizzati in Italia, usando come riferimento la media 2014-2016 riportata in contabilità nazionale. Sulla base delle dichiarazioni dei redditi delle società di capitali ita-

liane per l'anno d'imposta 2017, il rapporto stima ex-post un ammontare di investimenti agevolati dall'iperammortamento al 150% pari a poco meno di 4 miliardi di euro. Hanno contribuito a determinare questi valori circa 8mila società di capitali.

Questo valore, tuttavia, rappresenta secondo gli analisti una sottostima dato che una quota rilevante di imprese non è riuscita a ricevere e interconnettere i beni strumentali ordinati nel corso del 2017 entro il 31 dicembre di quello stesso anno, ed è quindi stata costretta a posticipare l'inclusione dei costi deducibili alla successiva dichiarazione dei redditi.

In base alle informazioni fornite dall'Associazione nazionale di costruttori elaborato dal Centro Studi Confindustria e della Direzione studi e ricerche economico-fiscali del ministero dell'Economia e delle Finanze (Mef). Lo studio ha infatti analizzato l'utilizzo dell'iperammortamento nel suo primo anno di introduzione (2017) e i suoi effetti occupazionali per le imprese beneficiarie. Da gennaio 2020, l'iperammortamento è stato sostituito dal credito d'imposta. Secondo il rapporto, si stima che la misura abbia interessato, nel 2017, circa 7 miliardi di euro di investimenti in macchinari e attrezzature industriali avanzate (considerando il 2014-16 come periodo di riferimento). All'interno del manifatturiero, questa percentuale sale al 16%.

## L'identikit dei beneficiari

Secondo le rilevazioni, appartiene alla categoria delle piccole e medie imprese sia la maggioranza delle risorse investite in beni strumentali 4.0 (il 66,7% del totale), sia il numero di società di capitali che ha richiesto l'agevolazione fiscale nel 2017 (il 96,1%). In termini di risorse investite, un terzo del totale afferisce a imprese con meno di 50 addetti, l'8% a imprese con meno di 10 addetti. L'investimento medio per impresa si stima pari a 496mila euro, con una relazione positiva tra investimento medio e scala dimensionale d'impresa: dai 98mila euro per imprese fino a 9 dipendenti ai 4,2 milioni per le imprese con almeno 250 dipendenti.

A livello settoriale, gli investimenti agevolati nel 2017 sono stati realizzati in misura prevalente da società di capitali del manifatturiero (il 56,1% dei beneficiari) e a cui è imputabile l'82,6% del totale degli investimenti in tecnologie digitali. Segue, a distanza, il settore del commercio (16,7% delle im-

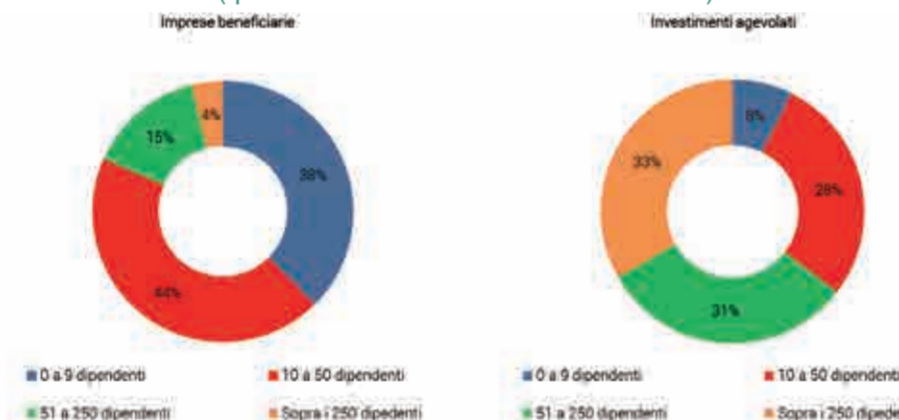
## STIME EX-ANTE ED EX-POST DEGLI INVESTIMENTI IN TECNOLOGIE 4.0 NEL 2017

(Euro, iperammortamento beni materiali)

STIME DEL GOVERNO*	Stime CSC e MEF-DF**	
	Utilizzando solo le dichiarazioni dei redditi 2017	Imputando gli ordini di macchinari non evasi nel 2017
<b>10 miliardi</b>	<b>3.77 miliardi</b>	<b>7.04 miliardi</b>

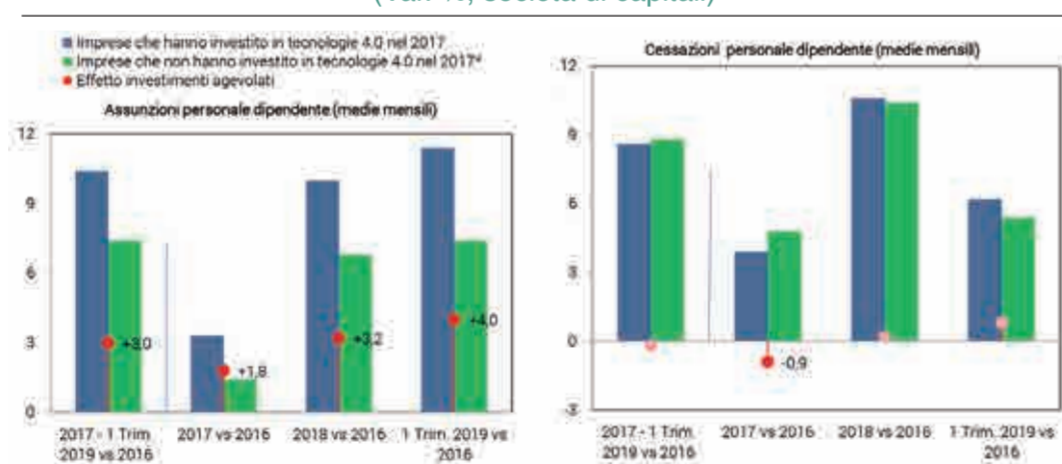
\* Relazione tecnica alla Legge di bilancio 2017.  
\*\* Sulla base dei dati ISTAT sugli investimenti fissi lordi e dei dati UCIMU su tempi di consegna e volume degli ordini.  
Nota: Le stime ex-post non includono gli investimenti delle società di persone e delle ditte individuali, né di circa 500 società di capitali per le quali non si ha indicazione del settore Ateco di appartenenza.  
Fonte: stime Centro Studi Confindustria e MEF-DF su dati Agenzia delle Entrate, ISTAT e UCIMU.

## IPER-AMMORTAMENTO E CLASSE DIMENSIONALE DELLE IMPRESE (Iperammortamento su beni materiali)



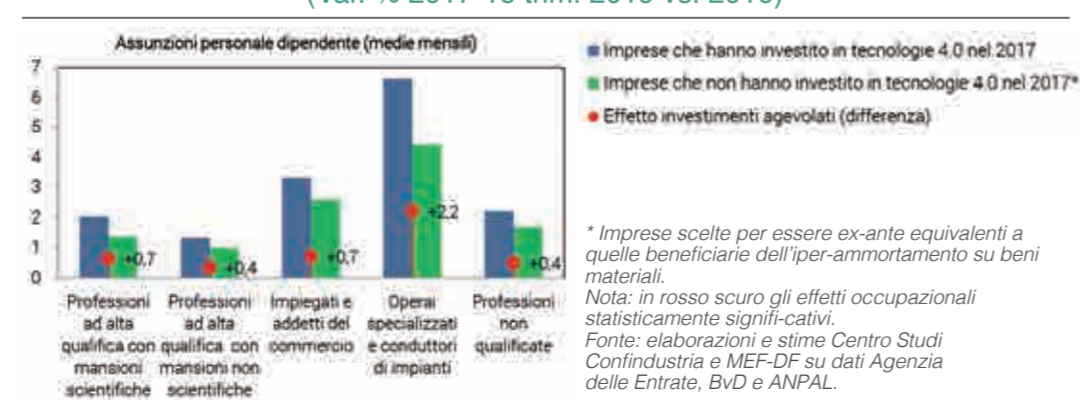
Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria e MEF-DF su dati Agenzia delle Entrate, BvD e ISTAT.

## PIÙ OCCUPATI GRAZIE AGLI INVESTIMENTI AGEVOLATI (Var. %, società di capitali)



\* Imprese scelte per essere ex-ante equivalenti a quelle beneficiarie dell'iperammortamento su beni materiali.  
Nota: in rosso scuro gli effetti occupazionali statisticamente significativi.  
Fonte: elaborazioni e stime Centro Studi Confindustria e MEF-DF su dati Agenzia delle Entrate, BvD e ANPAL.

## PIÙ LAVORO 4.0 SOPRATTUTTO PER TUTE BLU SPECIALIZZATE (Var. % 2017-1o trim. 2019 vs. 2016)



\* Imprese scelte per essere ex-ante equivalenti a quelle beneficiarie dell'iperammortamento su beni materiali.  
Nota: in rosso scuro gli effetti occupazionali statisticamente significativi.  
Fonte: elaborazioni e stime Centro Studi Confindustria e MEF-DF su dati Agenzia delle Entrate, BvD e ANPAL.

Le agevolazioni fiscali hanno determinato, nel 2017, una spesa di circa 7 miliardi di euro in macchinari e attrezzature industriali avanzate. Con ricadute positive anche sulla forza lavoro. Le rilevazioni del report firmato Mef e Confindustria.

prese beneficiarie e 6,5% degli investimenti).

Gli investimenti agevolati, nel 2017, sono stati realizzati prevalentemente da società di capitali con sede legale nel Nord Italia. La Lombardia è in cima alla classifica (33,2%), seguita dal Veneto (17,5%) e dall'Emilia Romagna (15,6%).

La quasi totalità delle imprese italiane beneficiarie dell'iperammortamento (84,7%) non aveva effettuato investimenti in tecnologie 4.0 prima del 2017. Inoltre, in un terzo dei casi (33,3%) a essere coinvolte sono state imprese appartenenti alla parte più digitalmente arretrata del sistema produttivo, quella che appariva in ritardo anche rispetto all'adozione di tecnologie Ict più tradizionali.

## Gli effetti sull'occupazione

Grazie all'integrazione dei dati fiscali con quelli amministrativi relativi ai flussi di assunzioni e di cessazioni di posti di lavoro dipendente, gli analisti hanno stimato che l'investimento in macchinari e attrezzature 4.0 ha avuto un effetto occupazionale positivo tra gennaio 2017 e marzo 2019 (ultimo mese disponibile per l'analisi). La dinamica delle assunzioni mensili di personale dipendente è stata infatti migliore di 3 punti percentuali nella media di periodo rispetto a quanto si sarebbe registrato in assenza di investimenti in tecnologie digitali.

L'effetto positivo si manifesta già a partire dal 2017 (+1,8%) per continuare nel 2018 (+3,2%) e nel primo trimestre 2019 (+4%). "In termini di dinamica occupazionale complessiva, si stima che il numero di dipendenti sia cresciuto dell'11,3% tra la fine del 2016 e marzo 2019 nelle imprese beneficiarie dell'iperammortamento nel 2017, contro una crescita del 4,4% per imprese ex-ante simili ma che non avevano utilizzato l'agevolazione fiscale in quell'anno. Ne deriva che l'investimento agevolato in tecnologie 4.0 si stima abbia prodotto una maggiore crescita occupazionale di circa 7 punti percentuali nel periodo considerato", si legge nel documento.

L'effetto positivo sulle assunzioni ha interessato sia le micro sia le grandi imprese. Ma sono queste ultime a mostrare l'impatto più rilevante: nella media di periodo si stimano il +10,9% di assunzioni rispetto a quanto si sarebbe registrato in assenza di

investimenti in tecnologie digitali avanzate. Nell'analisi geografica, le assunzioni sono registrate in crescita sia al Nord che al Sud Italia. Mentre l'effetto occupazionale per le imprese del Centro Italia non si traduce in maggiori assunzioni, bensì in minori cessazioni: -2% rispetto allo scenario base di assenza di investimenti in tecnologie 4.0.

## Operai specializzati cercasi


Rispetto al profilo dei nuovi assunti, l'impatto positivo degli investimenti in tecnologie 4.0 si registra innanzitutto tra i lavoratori con meno di 35 anni, in primis grazie al maggior grado di competenze digitali. In dettaglio, le assunzioni di "giovani" crescono del +2,4% tra gennaio 2017 e marzo 2019, rispetto al +1,4% stimato per gli over 35. La domanda di lavoro ha interessato tutti i livelli di qualifica professionale, anche se con intensità differenti. L'effetto maggiore, in termini di assunzioni, si riscontra tra gli operai specializzati e i conduttori di impianti e macchinari: +2,3% in media mensile rispetto a quanto si sarebbe verificato in assenza degli investimenti.

Seguono, al secondo posto, gli impiegati (+0,7%) e le professioni ad alta qualifica dedicate a mansioni scientifiche (+0,7%), seguite da quelle ad alta qualifica ma con mansioni non scientifiche (+0,5%) e dalle professioni non qualificate (+0,4%). "I risultati modesti prodotti dagli investimenti in tecnologie 4.0 sulla domanda di figure professionali ad alta qualifica, le cui mansioni cognitive non routinarie dovrebbero essere tra quelle maggiormente richieste in un contesto di automazione crescente dei processi produttivi, sono dovuti allo scarso ricorso a queste figure professionali da parte di realtà produttive di dimensioni ridotte", spiega il rapporto. "L'effetto sulle assunzioni è infatti stimato nullo o del tutto marginale non solo per le micro-imprese, ma anche per le piccole e medie aziende italiane che hanno investito in tecnologie 4.0. Di contro, il ricorso a queste figure professionali è cresciuto, e in modo molto rilevante, tra le grandi imprese che hanno abbracciato la trasformazione digitale: +8 punti percentuali in media mensile l'effetto sulle assunzioni per i lavoratori qualificati con mansioni scientifiche, +5 punti per le restanti professioni intellettuali".

## L'IPERAMMORTAMENTO


Per gli anni 2017 e 2018, la maggiorazione ai fini fiscali del costo per gli acquisti di beni d'investimento materiali in chiave 4.0 è stata pari al 150% senza limiti all'investimento agevolabile, che è equivalso a un risparmio d'imposta pari a 36mila euro su tutto il periodo di ammortamento per ogni 100mila euro di investimento. Nel 2019, l'agevolazione fiscale è stata rimodulata sulla base dell'ammontare dell'investimento realizzato, passando da una maggiorazione del 170% per la quota d'investimento fino a 2,5 milioni di euro, a una del 150% per la quota compresa tra 2,5 e 10 milioni di euro, a una del 50% per la quota oltre i 10 milioni e fino al limite di 20 milioni. La Legge di bilancio 2020 ha ulteriormente cambiato l'agevolazione, trasformandola in credito d'imposta per un periodo fisso di cinque anni: pari al 40% per investimenti fino a 2,5 milioni e al 20% per la quota compresa tra 2,5 e 10 milioni.





# NUOVA MACCHINA TR140

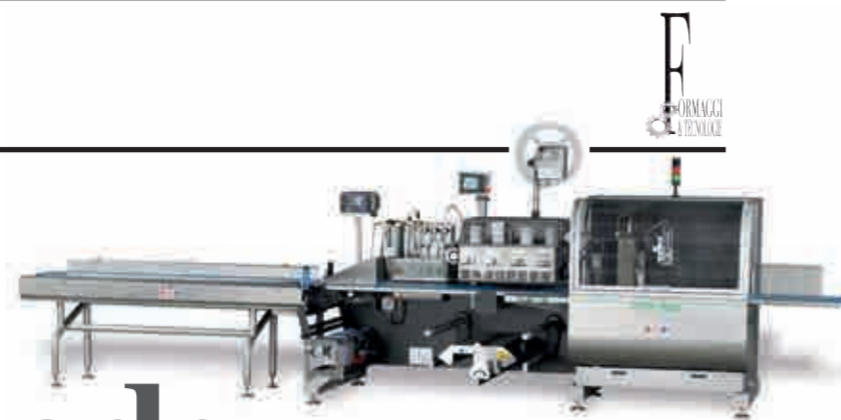
**SOFTWARE AGGIORNATO,  
INNOVATIVO SISTEMA DI TAGLIO  
+ 80% VELOCITA' OPERATIVA**



**FERRARI SISTEMI S.R.L.**  
Via Giovan Battista Della Chiesa, 43036 Fidenza PR  
Phone: 0524 520146 - Email: info@ferrarisistemi.it - Web: www.ferrarisistemi.it



# I vantaggi di un packaging tailor-made



La confezionatrice FP 027

Artigianalità e innovazione tecnologica si fondono in Emilio Mauri. Che, per il confezionamento dei propri formaggi, sceglie la competenza e l'affidabilità di Tecno Pack.

Dal 1920, anno di fondazione della Emilio Mauri, tre generazioni di maestri casari si sono succeduti per tramandare la passione e le best practice di questa eccellenza produttiva lombarda. L'azienda conta oggi su una gamma di oltre 50 diverse tipologie di formaggi freschi e stagionati, di latte vaccino e di capra. A cominciare da taleggio e gorgonzola, protagonisti indiscussi della tradizione casearia locale. Prodotti che vantano un elevato livello qualitativo, grazie a una rigorosa filiera produttiva e a una speciale stagionatura 'in grotta'. Caratteristiche ulteriormente valorizzate da un sistema di confezionamento in flow pack firmato Tecno Pack e studiato ad hoc per proteggere al massimo - e presentare al meglio - le referenze di casa Mauri.

Una collaborazione che ha permesso all'azienda lattiero casearia di fare un ulteriore passo avanti in ottica di innovazione tecnologica, sempre nel pieno rispetto dell'artigianalità delle proprie produzioni. La necessità era infatti quella di ottenere un confezionamento in flow pack capace di proteggere, conservare e allo stesso tempo presentare al meglio i formaggi Mauri. Il tutto attraverso l'uso di macchinari versatili, veloci, integralmente automatici ed elettronicamente servoassistiti, per garantire prestazioni elevate e un packaging finale ineccepibile. Una sfida che Tecno Pack ha accettato, mettendo in campo il proprio modello FP 027 Inox. Questo è stato l'inizio di un lungo percorso fatto di servizio, evoluzione e soluzioni tecniche costantemente aggiornate che oggi, così come in futuro, permetteranno a Mauri di proseguire nel suo cammino di crescita facendo affidamento sulla più innovativa tecnologia di confezionamento disponibile sul mercato. Tutto questo per consegnare ai propri clienti un formaggio sempre fresco e intatto, in un 'vestito' fatto su misura e robusto, che garantisce un microclima interno protettivo e tutti i dati di tracciabilità richiesti oggi dal mercato.



**230 CONFEZIONI AL MINUTO:  
IL SISTEMA BOX MOTION PIÙ VELOCE AL MONDO**



TECNO PACK presenta la macchina confezionatrice orizzontale Flow-Pack elettronica FP100 BOX MOTION.

Si tratta di una confezionatrice Flow-Pack dotata del gruppo di saldatura trasversale BOX MOTION attualmente più veloce nel mercato. Frutto di lunghi studi è in grado di garantire sia grande versatilità di cambio formato che alta velocità - fino a 230 confezioni al minuto. Tutto questo sempre assicurando saldature ermetiche, lavaggio gas in atmosfera modificata e perfezione estetica della confezione, anche con soffiatura laterale. Il gruppo tagliacuce Tecno Pack con sistema a movimento quadro garantisce prestazioni e versatilità non eguagliabili da altri sistemi a lungo tempo di saldatura. Siamo a vostra disposizione per portarvi nella nuova frontiera del confezionamento Flow-Pack in atmosfera controllata ad alta velocità, SIETE PRONTI AL DECOLLO?

**Tecno Pack**  
PACKAGING MACHINES

Via Lago di Albano, 76 - 36015 - Schio (Vicenza) Italy - +39 0445 575 661 - www.tecnopackspa.it - comm@tecnopackspa.it



## Sempre più aziende conoscono i vantaggi di HPP

La tecnologia delle Alte Pressioni trova già oggi molte applicazioni nel settore alimentare: viene utilizzata con successo nel trattamento degli estratti crudi di frutta e verdura, piatti pronti a base di pasta, carne, pesce e vegetali, preparazioni vegetali ready-to-eat come salse e creme, sughi, pesce sia pronto che da cuocere, prodotti della salumeria tradizionale sia stagionati che cotti, anche per l'esportazione.



Il metodo HPP si applica sia ad alimenti solidi che liquidi e va ricordato che il trattamento viene eseguito su prodotti già confezionati e quindi non passibili di successiva contaminazione. Per la sua caratteristica di isostaticità, il trattamento non determina lo schiacciamento o la distruzione dei prodotti, a meno che questi non abbiano un forte contenuto gassoso.

Volendo generalizzare, si può dire che finora sono stati ottimi candidati per il trattamento ad Alta Pressione i prodotti che:

- Contengono una discreta quantità di acqua libera
- Hanno un pH sufficientemente basso (tendenzialmente acidi)
- Non hanno struttura troppo rigida o spugnosa (poco gas all'interno).

- ✓ Elimina i patogeni
- ✓ Allunga la shelf-life
- ✓ Ideale per prodotti innovativi
- ✓ Mantiene freschezza e valori nutrizionali
- ✓ Riduce la carica batterica
- ✓ Permette di ridurre il contenuto di sale
- ✓ Evita i conservanti



hppitalia.it

**HPP** ITALIA  
FOOD SAFETY



# Più fresco, più sicuro, più a lungo!



## Il vostro formaggio con la forza dell'alta pressione.

Con la tecnologia HPP (High Pressure Processing) i vostri formaggi freschi diventano una forza della natura aumentando di molto la loro shelf life! In HPP Italia trattiamo i prodotti a pressioni idrostatiche elevatissime (migliaia di atmosfere) inducendo così l'inattivazione batterica: un innovativo processo a freddo grazie al quale gli alimenti, stabilizzati e sicuri, mantengono intatte le loro caratteristiche organolettiche e nutrizionali. Siamo i primi in Italia ad offrire il trattamento ad Alta Pressione conto terzi. Garantiamo il massimo

in termini di protezione del brand e offriamo la possibilità di allargare gli orizzonti del vostro business, che siate piccole realtà artigianali o grandi aziende. Scoprite le potenzialità straordinarie dell'HPP prenotando i vostri test gratuiti su **hppitalia.it**.

