

BEVERAGE

A DUE

Intervista a Simone Squeri, General Manager dell'azienda specializzata in Beverage Processing Technology

RICERCA

RICERCA BIOLOGICO

Da Nomisma il punto sul rapporto tra consumatore e distribuzione moderna

AUTOMATION

QS INFORMATICA

Intervista a Christian Galimberti, Responsabile Tecnico della software house indipendente con sede a Parma

techno
[food]

Royal Flush EVO



EVO Series



THE STATE OF THE ART



RIVISTA DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

PROCESSING

PARLIAMO DI SANCASSIANO, FORNITURE PER L'INDUSTRIA GELMINI, INOX-FER, SALVATORE ROBUSCHI, BG CISTERNE, NUOVA LECON E GORRERI

tecnoEdizioni
Group

n. 1

ANNO XI



***DISTRIBUZIONE
ELETTRICA*** SRL

SOLUZIONI PER L'ELETTRICITÀ

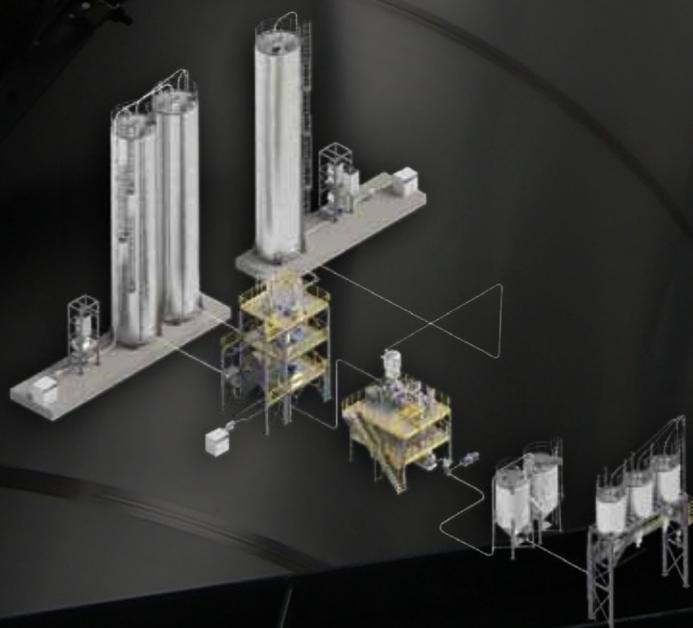
**MATERIALE ELETTRICO – ILLUMINOTECNICA – DOMOTICA
AUTOMAZIONE – SICUREZZA – EFFICIENZA ENERGETICA**

Viale Maestri del Lavoro Lotto 10 - 73042 Casarano (Le) - Tel. 0833 19 38 385 - vendite.distribuzioneelettrica@gmail.com



distribuzione elettrica srl

SOLUZIONI INDUSTRIALI PERSONALIZZATE



Ergomec progetta soluzioni personalizzate per lo stoccaggio, la movimentazione, il dosaggio e la miscelazione di materie prime sfuse per l'industria alimentare, chimica, della plastica e della gomma.

ergomec.com

pegasoindustries.com



PEGASO
INDUSTRIES



MARCO MASTROSANTI

SuperIntelligence!

Editorial

Forse non tutti se ne sono accorti, ma a quanto pare stiamo per assistere a una nuova rivoluzione globale, quella dell'intelligenza artificiale.

Vista dai nostri piccoli schermi, dai nostri social, sembra più un giochino con cui trastullarsi e divertirsi a vedere voci ricreate, cantanti morti da decenni che si cimentano in nuovi brani, o testi elaborati in tutte le lingue (sebbene con qualche imperfezione diciamolo) a partire da qualche veloce parola di partenza.

Quello che forse sfugge ai più, sono i molteplici risvolti dell'applicazione dell'AI al mondo dell'industria.

Quello che sta per scaturire, nei prossimi anni (forse mesi) è una vera e propria rivoluzione industriale, che coinvolgerà appieno tutta la nostra società.

L'applicazione dell'AI alle produzioni, alle industrie, e a tutto il mondo del lavoro cambierà per certo tanto del fare, costruire, della meccanica, dell'apprendimento, e della gestione dei cicli produttivi e magari scatenerà polemiche o reazioni, e forse qualche sciopero.

Ma di questo, e delle sue implicazioni socio-politiche se ne discuterà ampiamente in altre sedi, più consone di un veloce editoriale a sviscerare le varie problematiche conseguenti.

Dobbiamo comunque cominciare a convivere con una nuova idea, un nuovo paradigma. Per millenni l'Homo Sapiens è stato l'essere più intelligente (non saggio) del pianeta. E su questa intelligenza ha fondato il suo dominio sul mondo.

A breve non lo sarà più.

Sta per iniziare l'era della SuperIntelligence.

Siamo pronti a deporre lo scettro su cui si è basato il nostro potere?

Vero è che per come lo usiamo – questo dominio – vedi guerre, stragi etc etc, chissà mai che questa SuperIntelligence ci supererà anche in quello che a noi paradossalmente troppo spesso manca: un po' di umanità.

Marco Mastrosanti



@tecnoedizioni1



TecnoEdizioni



TecnoEdizioni Group

Berlin 7|8|9 Feb 2024

FRUIT
LOGISTICA

The
heartbeat
of the fresh produce business



Be part of
the leading
trade show for
the global fresh
produce business.

fruitlogistica.com

FRUITNET

 **Messe Berlin**

6 *news***FOOD & TECH**

- 10** Cantine Verona Al via l'edizione 2024 del Premio Nazionale della Poesia
10 Best Italian Beer 2023 Pubblicato l'elenco dei vincitori
10 Da Italmopa il dato sulle farine prodotte dai mugnai italiani usate per produrre pizze
11 Purina Europa annuncia la prima gamma petfood a ridotto impatto ambientale
11 Torrefazione Dubbini: il caffè dedicato alla pasticceria e alla ristorazione d'eccellenza italiana

BEVERAGE

- 12** A DUE, Beverage Processing Technology

AUTOMATION

- 14** QS INFORMATICA, soluzioni personalizzate e raffinate
16 MH Buffer per revamping di linee esistenti

RICERCA

- 18** Biologico, il nuovo rapporto tra consumatore e distribuzione moderna

PACKAGING

- 22** E-PACKAGING, innovazione e customizzazione al centro di una crescita continua
24 ETIPACK, forte coesione aziendale come chiave per il successo

MATERIALS

- 26** RO.CE, Qualità, passione e conoscenza

PROCESSING

- 30** SANCASSIANO: l'innovazione nei sistemi di impasto industriale
32 FORNITURE PER L'INDUSTRIA GELMINI Consulenza e innovazione verso il futuro
34 INOX-FER, competenza e flessibilità alla base del nostro successo
35 SALVATORE ROBUSCHI, innovazione, esperienza e qualità alla base di un lungo processo
36 BG CISTERNE: pronti a nuove sfide nel lattiero caseario
38 NUOVA LECON, all'avanguardia per rispondere alle esigenze del settore
40 GORRERI, macchine e linee complete per l'industria dolciaria

CASE HISTORY

- 42** DANFOSS – HEINEKEN Manutenzione, un cambio di paradigma

EVENTI

- 44** SIGEP 2024 Internazionale, innovativo e sostenibile
46 Ritorna SOLIDS, l'evento di riferimento per le polveri, i granuli e i solidi sfusi

EXPERIENCE AND INNOVATION

VIBROSIEVES FOR LIQUID



VBL
SERIES

VIBROSIEVES FOR POWDERS



COMPATTO
SERIES



VB1
SERIES



www.vibrotech.biz



VIBROTECH S.R.L. CERTECH GROUP
Sede Legale: Via Racchetta, 2 int. 20 - C.P. 41049 Sassuolo (MO) Italy
Sede Operativa: Via Don Pasquino Borghi, 4 - C.P. 42013 S. ANTONINO DI CASALGRANDE (RE) Italy
Tel. +39 0536 823776 - Fax +39 0536 812009 - www.vibrotech.biz - info@vibrotech.biz


VIBROTECH[®]
100% MADE IN ITALY

Tutte le immagini sono inserite a scopo illustrativo. I prodotti possono subire modifiche.
All images are indicated only for illustration purposes. The products can be subjected to variations.

NASCE IL CENTRO DI STUDI E RICERCA SUL CIBO SOSTENIBILE



Presentato alla stampa il 22 gennaio scorso, il nuovo Centro di Studi e Ricerca sul Cibo Sostenibile, è realizzato da Università di Torino, Politecnico di Torino, Università del Piemonte Orientale e Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. Avrà sede a Pollenzo presso l'Università di Scienze Gastronomiche e Carlo Petrini come Presidente, rappresenterà un polo di ricerche e di studi sul cibo come bene complessivo, connesso all'ecologia, all'agricoltura e al consumo sostenibili, all'educazione sensoriale, agli stili di vita consapevoli, al benessere del vivente, all'economia circolare, alle politiche alimentari, all'innovazione non solo tecnologica ma anche concettuale e di modello, con l'obiettivo di attrarre finanziamenti per linee di ricerca applicata e processi di sviluppo di prototipi, e di diventare un punto di riferimento internazionale sul tema. Sarà un luogo di incontro e di coordinamento, dove nasceranno e da dove partiranno i progetti collaborativi, implementati e realizzati nei laboratori specialistici di Unito, Polito, UniUPO e UniSG, secondo una logica di laboratorio diffuso che sfrutta e valorizza le infrastrutture di eccellenza già presenti nelle sedi degli Atenei piemontesi. Il nuovo centro si occuperà anche di formazione e terza missione, con una funzione di supporto alle iniziative culturali e turistiche di promozione del territorio e di promozione di una

coscienza individuale e collettiva sul tema del futuro della vita umana sul pianeta. Si svilupperà lungo due assi tematici principali, che saranno approcciati trasversalmente, in un'ottica completamente interdisciplinare: quello della salute e del benessere e quello della società e della comunità. Questo significherà non soltanto attivare ricerca e formazione, ma anche promuovere e sostenere incubatori creativi e start-up per studenti o alumni delle Università che intendono sperimentare nuove vie imprenditoriali per il futuro della buona alimentazione del pianeta, così da incentivare la nascita di imprese che abbiano al centro un nuovo modello di produzione, distribuzione e consumo del cibo.

Il Centro di Studi e Ricerca sul Cibo Sostenibile intende portare avanti un'azione forte di sensibilizzazione delle istituzioni pubbliche affinché

l'educazione alimentare e, più in generale, l'educazione a stili di vita consapevoli e sostenibili, entrino in maniera organica nei curricula della scuola primaria e secondaria. Misurabilità, sostenibilità, circolarità, qualità e salubrità saranno le parole chiave intorno alle quali il Centro incardinerà i propri interventi e le proprie progettualità, con lo scopo di perseguire i seguenti obiettivi, tra loro spesso legati:

- Promuovere stagionalità e località;
- Ridurre la plastica all'interno della filiera alimentare;
- Ridurre gli sprechi;
- Promuovere un utilizzo rigenerativo dei suoli;
- Rafforzare la biodiversità;
- Ridurre gli anelli della filiera di produzione e trasporti delle merci;
- Aumentare l'apporto proteico da fonti alternative alla carne;
- Tracciare e qualificare sempre meglio il cibo;
- Promuovere l'educazione alimentare nelle scuole favorendo il dialogo tra scienza e saperi tradizionali;
- Promuovere la salute attraverso il cambiamento degli stili di vita;
- Supportare e promuovere la costruzione di "politiche del cibo" alle diverse scale e in particolare quella regionale e locale.

www.polito.it



DANIELE PAGANELLI È IL NUOVO RESPONSABILE VENDITE ITALIA DI FATTORIE GAROFALO



Il gruppo imprenditoriale operante nel settore lattiero-caseario bufalino annuncia l'ingresso di Daniele Paganelli nel suo team come Responsabile Vendite Italia. Paganelli, con esperienza decennale nell'industria alimentare italiana, avrà il compito di guidare il reparto vendita Italia sia per il canale GDO sia per quello del Food Service. Arriva in Fattorie Garofalo dopo aver ricoperto per 7 anni l'analogo ruolo in Fresystem, azienda specializzata nella produzione e commercializzazione di prodotti dolciari surgelati. In precedenza, il manager ha maturato una lunga esperienza in campo commerciale in realtà di primordine come Délifrance Italia e Red Bull. In Fattorie Garofalo, Paganelli è chiamato a rafforzare la squadra guidata da

Alfio Schiatti, Chief Commercial Officer di Fattorie Garofalo, e a contribuire al percorso aziendale che punta al proseguimento dello sviluppo e al consolidamento della posizione di leadership nel settore lattiero-caseario bufalino, massimizzando i vantaggi di una filiera totalmente circolare e integrata, garanzia di qualità e sostenibilità.

www.fattoriegarofalo.it

MAST

SCREWS AND BARRELS
FOR EXTRUSION
TECHNOLOGY

FOOD APPROACH



SOLUZIONI
SPECIFICHE
PER L'INDUSTRIA
ALIMENTARE

Stessa qualità. Stessa sicurezza certificata.

 SINCE 1967

ERIDANIA PACKAGING E SOSTENIBILITÀ SONO UN BINOMIO VINCENTE

L'osservatorio Packaging del Largo Consumo di Nomisma 2023 ha rivelato che la filiera agroalimentare è considerata dagli italiani il quarto settore maggiormente responsabile del climate change, dopo industria energetica, trasporto aereo e trasporto su gomma. Forte di questa consapevolezza, Eridania ha scelto di inserire tra i pillar della sua agenda green anche l'attenzione in materia di packaging, in un'ottica fortemente orientata alla sostenibilità. Negli ultimi anni, l'azienda ha intrapreso iniziative per ridurre progressivamente l'impiego della plastica (-14% per i pack primari e -13% per i pack secondari), con l'obiettivo di alleggerire il materiale di confezionamento senza influire sulla corretta conservazione del prodotto. A

questo si aggiunge che la quasi totalità degli imballaggi utilizzati in Eridania è ad oggi riciclabile. Nello specifico, l'azienda vanta imballi per il 75% in carta o cartoncino, che, dal 2020, sono tutti certificati FSC, a garanzia della provenienza del materiale da fonti di riciclo e di recupero.

A riprova del suo costante impegno nel promuovere l'innovazione e la responsabilità ambientale nel settore agroalimentare, l'azienda conferma il proprio sforzo nello studio di packaging il meno impattanti possibile ad ogni nuovo lancio: tre degli ultimi arrivati in casa Eridania - Torta Subito, Eritritolo e Zero a Velo - vantano infatti confezioni interamente riciclabili in carta certificata FSC.

Oltre a costituire un banco di prova importante in termini di sostenibilità,

il packaging può rappresentare un importante ed efficace veicolo di comunicazione nei confronti del consumatore. Dalla primavera 2022 Eridania ha deciso di riportare sulle confezioni di Zucchero Classico i principali risultati green raggiunti negli ultimi anni, rinvolvendosi direttamente al consumatore per raccontargli del proprio impegno in termini di sostenibilità ambientale. Inoltre, negli ultimi mesi ha lanciato una nuova linea di bustine di zucchero Classico in edizione limitata raffiguranti "20 gesti per un futuro migliore", per raccontare, con simpatia e semplicità, come ciascuno di noi possa migliorare il proprio impatto sull'ambiente attraverso semplici gesti quotidiani.

www.eridania.it



A more

EFFICIENT

tomorrow

drives us
today.



What will tomorrow look like for energy efficiency? Will we have solutions which save more and consume less energy? How much more will the equipment performance level improve? Will we optimize the use of electricity even more? One thing is certain for us at WEG, tomorrow will be different every day! We'll be questioning ourselves every day, leading us to create intelligent solutions for industries, for farms, for cities and for your daily life. After all, we know that by investing in efficiency and sustainability, we are building a better future, today.

CANTINE VERONA AL VIA L'EDIZIONE 2024 DEL PREMIO NAZIONALE DELLA POESIA



Cantine di Verona Soc. Coop. Agricola promuove il premio Nazionale della Poesia, negli anni passati organizzato da Cantina Valpantena, che insieme a Cantina di Custoza e a Cantina Colli Morenici è parte del gruppo vinicolo cooperativo. Finalità del Premio è rimarcare gli stretti legami tra l'opera letteraria e l'attività

vitivinicola, tra la creazione poetica e l'operosità contadina. Cantine di Verona da anni impegnata in progetti ecosostenibili, a tutela della biodiversità, combinando in modo equilibrato la dimensione economica e la responsabilità sociale, propone quest'anno il seguente tema: "Alla ricerca di un futuro sostenibile: agire per preservare l'ambiente". Il concorso è rivolto a tutti e la partecipazione è gratuita. Il testo, in italiano, non deve superare i 15 versi, ciascuno dalla lunghezza massima di undici sillabe. Ogni partecipante potrà inviare una sola poesia, inedita e mai premiata in altri concorsi. Saranno parimenti escluse le poesie dialettali, vernacolari o in lingua straniera già premiate e tradotte in italiano.

I componimenti devono essere inviati esclusivamente entro e non oltre il 30 aprile 2024. Le migliori poesie saranno premiate a Verona nel mese di novembre 2024. I testi saranno esaminati da una Giuria composta da:

- Prof. Antonio Seracini: docente e poeta (Presidente di Giuria);
- Prof. Bruno Avesani: docente e storico;
- Fabiola Ballini: poetessa;
- Francesco Bugnola: poeta;
- Prof.ssa Annamaria Fraccaroli: docente e socia di Cantine di Verona Soc. Coop. Agricola;
- Nerina Poggese: poetessa;
- Alessandro Arnesano: segretario

Per Regolamento e i premi in palio consultare il bando pubblicato su www.cantinediverona.it

BEST ITALIAN BEER 2023 PUBBLICATO L'ELENCO DEI VINCITORI

Il Premio Nazionale, ormai alla sua settima edizione, è organizzato da FederBirra - Federazione Italiana Birra Artigianale ed è rivolto a tutti i produttori di Birra Artigianale Italiana o comunque non industriale. L'obiettivo è quello di selezionare le migliori produzioni italiane, suddividendole per categorie di prodotto. La giuria ha infatti stilato una classifica delle tre migliori birre per ogni categoria: Luppolo d'Oro, Luppolo d'Argento, Luppolo di Bronzo più la Gran Manzione. Accanto al premio generale con le sue 57 categorie in concorso, vi è quello assoluto della Spiga D'Oro - Best Beer of the Years 2023 che

quest'anno ha visto vincitore il Birrificio IBEER con la Birra "White Farm Bio". La Spiga D'Argento invece è andata al Birrificio La Curtense con la Birra "Riserva", mentre quella di Bronzo al Birrificio Il Maglio con la Birra "Saison". I vincitori di Best Italian Breweries, un premio speciale che ha voluto dare un riconoscimento ai migliori birrifici italiani del 2022 sono: il Primo Premio chiamato Tino d'Oro è andato al Birrificio La Curtense, il Tino d'Argento al Birrificio IBEER e il Tino di Bronzo a Birra Rivversa. Dopo il successo delle prime edizioni, anche per il 2023, è stato confermato il premio "Packaging

Beer Awards" che punta a valorizzare e premiare l'impegno delle aziende italiane che investono nel miglioramento dell'immagine del proprio prodotto. Assegnate Etichetta d'Oro, Etichetta d'Argento, Etichetta di Bronzo.vt Federbirra comunica che l'edizione 2024, che si terrà a fine anno è già in fase di elaborazione. Le iscrizioni saranno aperte dal prossimo mese di maggio. L'elenco dei vincitori è disponibile sul sito: www.bestitalianbeer.it www.federbirra.it



DA ITALMOPA IL DATO SULLE FARINE PRODOTTE DAI MUGNAI ITALIANI USATE PER PRODURRE PIZZE

Lo scorso 17 gennaio, festa di Sant'Antonio Abate protettore dei pizzaioli e dei fornai, si è celebrata la Giornata Mondiale della Pizza. Con

l'occasione Italmopa-Associazione Industriali Mugnai d'Italia ha reso noto che nel nostro Paese sono oltre 400.000.000 i chili di farina,

dalla bianca all'integrale, prodotti dai Molini italiani annualmente destinati alla produzione delle varie tipologie di pizza. "La pizza



costituisce un alimento semplice e al contempo straordinario, dalla storia antica, eppure, meravigliosamente moderna” sottolinea Andrea Valente,

Presidente Italmopa. “I nostri mugnai sono orgogliosi di contribuire in modo determinante, attraverso la produzione di farine di assoluta qualità e rispondenti alle più variegata esigenze, al successo di un prodotto emblema della nostra cultura gastronomica nel mondo”. La Giornata Mondiale è stata quindi anche l’occasione per ricordare che la farina costituisce l’ingrediente imprescindibile della pizza. Essa è generalmente utilizzata nell’impasto più classico, ma la sua straordinaria

versatilità consente di proporre e di utilizzare tipologie di farine rispondenti perfettamente alle esigenze dei nostri pizzaioli e dei consumatori. Per quanto concerne invece le preferenze degli italiani, la pizza più amata rimane saldamente la margherita per la sua semplicità e i suoi inconfondibili profumi distaccando decisamente le altre tipologie di pizze più apprezzate: capricciosa, quattro formaggi, diavola, marinara e ortolana.

www.italmopaspa.com

PURINA EUROPA ANNUNCIA LA PRIMA GAMMA DI PRODOTTI PETFOOD A RIDOTTO IMPATTO AMBIENTALE

A sostegno della più ampia ambizione di Nestlé di ridurre le proprie emissioni di anidride carbonica del 50% entro il 2030, Purina presenta la sua prima gamma di alimenti per pet a consumo ridotto di CO₂. Si tratta di Purina One DualNature, che viene prodotta con una riduzione del 15,7% di CO₂ rispetto al 2019. La riduzione si è basata su una valutazione del ciclo di vita che misura l’intero impatto ambientale dei prodotti. Questo ambizioso traguardo è stato raggiunto grazie a sostanziali modifiche alla produzione, alle ricette, alla logistica e all’imballaggio verificate da South Pole, organizzazione esterna che verifica i progetti e le strategie di riduzione delle emissioni di gas serra delle aziende. Le modifiche sono state apportate senza compromettere il valore nutrizionale, la qualità e il gusto di Purina One DualNature. Purina One DualNature è passata, ad esempio, a confezioni monomateriale progettate per essere riciclabili. Entro il 2025, si prevede che oltre il 95% degli imballaggi sarà progettato per essere riciclabile, con l’impegno di raggiungere il 100%. Per sostenere l’economia circolare, Purina Europa ha dato priorità alla riduzione dell’uso di plastica vergine nel processo di confezionamento della gamma. Le confezioni di Purina One DualNature sono infatti realizzate con il 40% di plastica riciclata, utilizzando il metodo del Bilancio di Massa ISCC.

www.purina.com



TORREFAZIONE DUBBINI: IL CAFFÈ DEDICATO ALLA PASTICCERIA E ALLA RISTORAZIONE D’ECCELLENZA ITALIANA



Torrefazione Dubbini è il progetto della storica azienda Diemme operante nel settore Ho.Re.Ca. di alta gamma dal 1927, attualmente guidata dai fratelli Giannandrea e Federico, terza generazione della famiglia Dubbini. Quello di Torrefazione Dubbini è un progetto unico nel suo genere, poiché dedicato alle pasticcerie artigianali con caffetteria e all’alta ristorazione che ricercano un prodotto esclusivo, per offrire ai propri clienti una vera e propria esperienza sensoriale e gustativa non comune. Emblema della gamma è Caffè Superiore, la pregiata miscela composta da 5 monorigini accuratamente ricercate e torrefatte, in un blend raffinato dai toni caldi e armonici. Bassa acidità e intense note aromatiche di fiori, frutti, spezie, cacao e cereali per offrire in tazza sentori e sapori che si sposano perfettamente con il latte e le creazioni dolci, esaltandone il bouquet aromatico e la percezione gustativa.

La miscela è frutto di un lungo percorso di analisi, selezione e ricerca in ogni processo produttivo, dalla scelta dei crudi alla tostatura. La stessa accuratezza che si trova nella fucina di Diemme Accademy: un centro formativo all’avanguardia, dedicato ai professionisti, nato con l’obiettivo di creare consapevolezza, cultura, esperienza attorno al mondo del caffè, affiancando i clienti nel proprio business con un’alta specializzazione.

www.caffediemme.com

A DUE, Beverage Processing Technology

INTERVISTA A SIMONE SQUERI, GENERAL MANAGER DI A DUE S.P.A.

Possiamo presentare l'azienda A Due? Siamo un'azienda specializzata in Beverage Processing Technology, contiamo circa ottanta di dipendenti e nel 2022 abbiamo chiuso con un fatturato che ha superato i 25 milioni di euro. Negli ultimi anni stiamo vivendo una crescita costante.

Abbiamo una forte storia alle spalle, l'azienda è nata nel 1967 per iniziativa di giovani amici, di cui uno era mio padre. Gli anni 80 sono stati sicuramente un momento di svolta quando è aumentato la parte di ricavo rispetto i clienti finali e anche i contatti con gli imbottigliatori. Fine 2015 abbiamo deciso di spostarci e di costruire una nuova sede. L'obiettivo era di inaugurarla, tra l'altro riuscendoci, nel dicembre 2017, quando l'azienda compiva i suoi 50 anni di carriera. Però siamo passati in questa nuova struttura con circa 1400 metri quadri di uffici più una zona di espansione già prevista e abbiamo aumentato 60/70% la zona produttiva, riorganizzando tutta la parte logistica della componentistica. È una sede pensata bene, in previsione del futuro che rispecchia tutte le aspettative e le problematiche del giorno d'oggi. L'idea data agli architetti era proprio di attenersi al tema della trasparenza: è un'azienda molto aperta e tale senso di apertura e trasparenza viene notato dall'esterno e dall'interno, rendendo anche gli spazi molto luminosi.

Che tipologia di prodotti fornite?

Abbiamo due macrocategorie di prodotti: tecnologie per soft drink, una serie di prodotti molto ampi che spaziano da bibite gassate a succhi di frutta, e il trattamento delle acque, sviluppando impianti proprio finalizzati per la preparazione di bevande. La scelta aziendale di anni fa nell'investire e approfondire il tema del trattamento acque e questo ci ha permesso di crescere.



È comunque innegabile che la problematica dell'acqua oggi è forte ed è molto sentita. C'è sempre meno acqua di qualità e quindi fa emergere vari temi come riduzione consumo acqua in bevande.

Qual è la vostra situazione rispetto le fiere? Quali sono quelle in programma?

Noi cerchiamo sempre di essere presenti agli eventi fieristici, la nostra fiera di riferimento rimane Drinktec a Monaco, fiera che svolge ogni quattro anni, ma dopo di essa decidiamo sempre di partecipare ad altre fiere di stampo regionale: siamo in Algeria, al Gulfood a Dubai e anche al Cibus Tec. Gulfood già diversi anni che la facciamo, intanto perché a Dubai ci sono uffici di alcuni integratori che fanno linee complete, sede di alcune multinazionali, e comunque il centro di riferimento di tutto quello che è Africa orientale e Middle East.

Fiera, strumento obsoleto?

I clienti e le persone in generale hanno voglia di viaggiare e di tornare faccia a faccia. Quindi, spetta alla fiera di riuscire ad essere innovativa con fornitori di qualità che possano dare risposte ai clienti che arrivano. Forse ci sono meno curiosi o i cosiddetti perditempo, ma più clienti interessati, forse quindi le fiere saranno meno affollate, ma sicuramente più sbrigative ed efficienti.

Un tema molto di moda oggi riguarda l'Intelligenza Artificiale, cosa ne pensate?

Discorso che abbiamo valutato e affrontato, ma al momento non riteniamo che sia la strada giusta, dato che sembrerebbe un aspetto che non interessa ai nostri clienti. Abbiamo un prodotto che non è meccanico, quindi non è una macchina di packaging o un'automobile, non è in serie ma è fatta a misura per il cliente ed è composta

da gruppi e componenti di commercio. Non serve un'intelligenza artificiale, piuttosto un sistema di gestione ed elaborazione di dati per poter dare ai clienti in tempo reale vari dati rispetto il processo.

Sono stati anni difficili, soprattutto rispetto alle problematiche legate alla pandemia, qual è stata la vostra reazione?

Non producendo direttamente prodotti per il largo consumo, non abbiamo avuto un riscontro diretto che possono invece avere grandi aziende BtoC. Quindi tutto sommato non abbiamo accusato contraccolpi se non tecnici, in quanto abbiamo uno zoccolo duro di clienti che fondamentalmente non ci hanno mai abbandonati e non hanno interrotto i progetti con noi. Quindi non abbiamo subito cali di ordini, abbiamo piuttosto dovuto gestire problematiche riguardo la supply chain, ci siamo dovuto reinventare e adattare,

basti pensare al famoso smart working.

Dopo il 2022, anno incredibile per l'industria dei macchinari del food & beverage, come è andato il 2023?

E' stato un anno inferiore al 2022 in termini di ricavi ma solo perché abbiamo già il portafoglio ordini pieno, le prossime consegne sono previste per il 2024.

Riguardo l'aspetto geopolitico, la questione nell'Europa orientale vi ha toccato?

Non molto, dato che storicamente paesi come Russia, Ucraina e in generale la regione dell'Est Europa non sono mai stati centrali come nostra rete clientelare. Ovviamente le problematiche sono state invece a livello tecnico e di produzione come il generale aumento dei prezzi, in particolare rispetto le materie prime. A livello energetico e facendo un paragone con anni come

2018/19, nonostante il nostro sforzo verso il fotovoltaico, rimane che i costi sono triplicati, cosa comunque non da poco.

Qual è la percentuale del vostro mercato all'estero rispetto quello italiano?

Esportiamo circa il 90% di quello che produciamo. È da ricordare, però, dato che lavoriamo per commessa, che in alcuni anni il mercato europeo rappresenta il 15÷20% del fatturato, altre volte il 5%.

Negli ultimi anni i nostri mercati di riferimento sono stati l'Europa, il Nordafrica in particolare Algeria e il mercato subsahariano. Siamo comunque presenti, anche se in minor parte, in Medio Oriente, estremo oriente e America centrale.

Segreto del successo?

Serietà, trasparenza e servizio ai clienti, tutte cose che ci vengono riconosciute dal mercato e dai clienti.

www.adue.it



QS INFORMATICA,

soluzioni personalizzate e raffinate



LA STORIA DI QUESTA AZIENDA PARTE DA PARMA, NEL CUORE DI QUELLA FOOD VALLEY CHE, COME RICONOSCE CHRISTIAN GALIMBERTI, RESPONSABILE TECNICO DELL'AZIENDA IN QUESTA INTERVISTA, È SICURAMENTE STATA IMPORTANTE PER LA SUA CRESCITA E SPECIALIZZAZIONE.

QS Informatica è una software house indipendente, creata dalla passione di PierAngelo Donati e Massimiliano

Marengi, che oggi conta un organico composto da più di 30 persone e 4 sedi operative (Parma, Verona, Vicenza e Imola). Sviluppa plug-in meccanici per i principali CAD in commercio: AutoCAD, Inventor, Solidworks, SolidEdge, BricsCAD. L'obiettivo di questi software è la riduzione dei tempi di realizzazione dei progetti 2D/3D, insieme al miglioramento della gestione documentale ed anagrafica degli stessi. TecnoEdizioni ha intervistato Christian Galimberti, Responsabile Tecnico.



Come è nata l'azienda?

QS Informatica viene fondata a Parma nel 1994 da PierAngelo Donati e Massimiliano Marengi, con l'obiettivo di rendere più rapido e preciso il lavoro dei progettisti meccanici. Dopo aver sviluppato i primi software di punta, come TOP2D e PMD D&D, l'azienda è cresciuta in modo significativo. Oggi è una delle principali software house italiane specializzate nel mondo CAD, PDM e LAYOUT, con un'offerta di catalogo ampia e numerosi collaboratori.

Cosa avete presentato a Cibus Tec 2023?

Abbiamo proposto il nostro software VRED, che permette ai clienti di presentare i propri prodotti in maniera estetica ed efficiente e riesce a dare una seconda vita alla quantità di dati usata per la progettazione 3D, applicandogli materiali fotorealistici, animazioni e interattività, e dando la possibilità di presentare un prodotto nel modo più realistico ed esteticamente accurato.

Come viene usata l'Intelligenza Artificiale all'interno del vostro progetto?

In modo marginale; infatti, ad oggi, l'uso di AI è dedicato a una semplice pulizia

delle immagini e, quindi, alla riduzione dei tempi di calcolo del prodotto finale, nonché della maggiore performance della visualizzazione real-time.

Quali sono i vostri mercati principali in Italia?

La nostra azienda è nata ed ha sede a Parma. La Food Valley è sicuramente

stata importante per la nostra crescita e specializzazione. Oggi abbiamo copertura su tutto il Centro e Nord Italia e ci focalizziamo su soluzioni software personalizzate e raffinate per una platea di aziende fortemente proiettate sul mercato internazionale.

www.qsinformatica.it



MH Buffer per revamping di linee esistenti

INSERIRE UN SISTEMA DI ACCUMULO È UN'OTTIMA OPPORTUNITÀ DA PERCORRERE PER OTTENERE MIGLIORAMENTI A FRONTE DI INVESTIMENTI RELATIVAMENTE CONTENUTI. CRITICITÀ E LINEE GUIDA PER SCEGLIERE.

Il grande interesse mostrato dai clienti incontrati in Cibus Tec per tutte le attività di miglioramento delle linee esistenti non poteva prescindere dalla richiesta di inserire sistemi di accumulo o buffer; la ricerca di un miglioramento di efficienza produttiva, oltre a quello dell'ergonomia e della accessibilità delle linee è un passaggio naturale. Fermo restando che qualsiasi aggiornamento a posteriori difficilmente riuscirà a offrire i risultati ottenibili con una linea ben disegnata fin da principio, inserire un sistema di accumulo resta una ottima opportunità da percorrere per ottenere miglioramenti a fronte di investimenti relativamente contenuti, a patto ovviamente di affidarsi a una solida raccolta dati e buone linee guida per la scelta. Il tema che vogliamo sviluppare in questo articolo è proprio l'approfondimento di questi aspetti, con l'intento di fornire gli spunti da cui partire quando si vuole pianificare una attività di questo tipo.

Chiarezza sugli obiettivi da raggiungere

Quando si arriva a maturare la decisione di inserire un sistema di accumulo in una linea esistente, cosa che rappresenta comunque un investimento importante, è chiaro che ci si trova di fronte a una situazione in cui le perdite di efficienza sono particolarmente rilevanti. La prima cosa che va identificata con sicurezza è la fonte di queste inefficienze, la loro frequenza, la loro durata e, di conseguenza, l'impatto economico che hanno sulla





produttività della linea. Identificare una macchina specifica come fonte degli ammanchi potrebbe non essere sufficiente: quali sono le conseguenze delle fermate? Quanto ci mettono gli operatori a ripristinare la linea al normale funzionamento? Spesso, se le macchine a monte dell'arresto non sono in grado di fermarsi immediatamente, il continuo flusso di produzione in arrivo rappresenta un fattore di stress che impedisce agli operatori di linea di affrontare immediatamente il problema e risolverlo. In questo senso un buffer fornirebbe un ulteriore vantaggio nascosto, difficile da misurare in fase di progetto, rappresentato dall'eliminazione di questo elemento di disturbo nel lavoro degli operatori. Un'analisi ancora più approfondita potrebbe essere quella di provare la linea a velocità inferiori di quelle di targa. Per quanto possa essere controintuitivo cercare di recuperare efficienza riducendo il rendimento potenziale della linea, far lavorare le macchine a velocità inferiore, e quindi stressarle meno, potrebbe portare a una riduzione della frequenza degli arresti e quindi a un risultato

complessivo comunque superiore.

Sovracapacità

Abbiamo introdotto l'argomento della capacità delle macchine, approfondiamo ancora perché una delle condizioni principe perché valga la pena inserire un buffer è proprio il fatto che le macchine a valle di esso siano in grado di lavorare "in recupero" con velocità superiori a quelle nominali della linea, in modo da consentire, una volta liberato l'eventuale inciampo, di svuotare il buffer senza fermare la produzione a monte. Se questo margine non c'è il buffer perde di flessibilità, una volta riempito, cosa che facilmente si verifica con una singola microfermata di pochi minuti, non c'è modo di svuotarlo durante il normale processo produttivo e a questo punto la linea si ritrova con gli stessi difetti presenti precedentemente con l'aggravante di aver investito qualche decina di migliaia di euro per un risultato così deludente. Ancora una volta, sulla base di una buona raccolta dati, si può fare la scelta di ridurre la velocità di targa della linea, consentendo al buffer di lavorare con una capacità extra del 10-15% e

ottenere un risultato finale migliore alla prova dei fatti.

Layout e stabilimento

Sembra banale dirlo, ma tutte queste considerazioni e analisi risulterebbero comunque inutili se non fosse disponibile lo spazio per inserire il sistema di accumulo. Per quanto si possa sfruttare l'altezza usando sistemi a spirale, l'ingombro in pianta resta comunque significativo e, oltre allo spazio occupato dal buffer, bisogna considerare quello richiesto dal suo sistema di ingresso e uscita, che rappresenta di solito la parte più complicata nell'inserimento di una di queste macchine in una linea esistente. Se questo dispositivo dovesse risultare troppo intricato potrebbe trasformarsi in una ulteriore fonte di inefficienza. Per concludere, valutare l'inserimento di un sistema di accumulo in una linea che ne sia sprovvista è sempre un esercizio utile, a patto di aver fatto le giuste verifiche di tutte le condizioni sopra descritte. Non si tratta di scienza missilistica, ma richiedono il giusto tempo e attenzione per arrivare a risultati soddisfacenti.

www.mhmaterialhandling.com

BIOLOGICO, il nuovo rapporto tra consumatore e distribuzione moderna

IN UNO SCENARIO INNEGABILMENTE COMPLESSO LA SOSTENIBILITÀ E L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE RAPPRESENTANO I FATTORI DETERMINANTI DEI COMPORTAMENTI DI ACQUISTO. LO STUDIO CONDOTTO DA NOMISMA CONFERMA IL BIOLOGICO COME CATEGORIA D'INTERESSE PER IL CONSUMATORE.

Durante il workshop "L'Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico del biologico nella Distribuzione Moderna", nella cornice di Marca 2024 è stata presentata una fotografia aggiornata del monitoraggio realizzato da Nomisma sul consumo di prodotti biologici in Italia. L'iniziativa è realizzata nell'ambito del progetto Being Organic in Eu promossa da FederBio in collaborazione con Naturland e cofinanziata dall'Unione europea ai sensi del Reg. EU n. 1144/2014.

Nel 2023 a cambiare è lo scenario inflattivo, con una dinamica in progressivo rallentamento: nel corso dell'anno scorso la crescita dei prezzi è stata pari al 5,7%, in calo rispetto all'8,1% del 2022, ma con impatti ancora rilevanti sulle famiglie italiane. L'aggravio di costo per una famiglia con due figli è stato di almeno 1.600 euro, di cui oltre 700 euro afferenti alla componente alimentare. Situazione che, nonostante il rallentamento nella crescita dei prezzi, ha spinto gli italiani ad adottare strategie di salvaguardia del potere di acquisto. In questo contesto, circa 9 italiani su 10 hanno messo in atto strategie per gestire la spesa alimentare: nello specifico, il 71% ha rinunciato all'acquisto di prodotti superflui, il 64% ha effettuato la spesa guardando in primis alle promozioni mentre più di 6 italiani su 10 hanno acquistato prodotti a marchio del distributore.

Nonostante questo quadro non

favorevole, che ha caratterizzato l'anno appena concluso, per il 2024 sembrano migliorare le intenzioni di spesa degli italiani sui consumi alimentari domestici: la percentuale di quanti intendono aumentare le quantità consumate (16% del totale) supera infatti quella di quanti intendono ridurre i consumi (11%), con una tendenza



in miglioramento considerando che la stessa differenza era di -1 punto percentuale nel monitoraggio realizzato ad agosto 2023. Si torna a rimpinguare il carrello della spesa, ma la tavola degli italiani nel 2024 non deve essere solo conveniente: deve anche garantire alcuni requisiti fondamentali: essere salutare, tradizionale, a basso impatto ambientale, semplice ed essenziale. Segnale ulteriore che sia in atto una inversione di tendenza nel carrello della spesa degli italiani è dato dal fatto che l'ortofrutta, dopo le rinunce registrate nel periodo estivo, è ora tra i prodotti con maggiore incremento nelle vendite. In questo scenario complesso, la sostenibilità e l'attenzione all'ambiente rappresentano quindi fattori determinanti dei comportamenti di acquisto. Al

riguardo, negli ultimi cinque anni 1 italiano su 2 ha dichiarato di adottare con maggiore frequenza scelte di consumo più sostenibili. Queste abitudini riflettono un maggiore impegno nel ridurre l'impatto climatico delle proprie azioni anche nel carrello della spesa: 2 italiani su 3 hanno infatti dichiarato di prestare maggiore attenzione all'acquisto di prodotti alimentari e bevande con caratteristiche di sostenibilità. Secondo lo studio realizzato da Nomisma, il biologico si conferma come categoria d'interesse per il consumatore italiano: nel 2023 gli acquisti bio nella distribuzione moderna si attestano a 2,1 miliardi di euro, con un incremento del +4,7% a valore rispetto al 2022 (perimetro omnichannel, fonte: Nielsen IQ - ad esclusione delle categorie del freschissimo che hanno valori di vendita pari a 345 milioni - fonte Nomisma). Paragonata al totale del paniere agroalimentare (+8,7%) la crescita del bio a valore è più contenuta, ma la dinamica a volume del bio segnala una sostanziale tenuta della categoria (-0,3%), viceversa nell'agroalimentare nel complesso si registra una frenata più marcata del carrello (-1,2%). Determinante per il bio il ruolo della Distribuzione Moderna, che rimane il canale di acquisto di riferimento per il biologico degli italiani sia in termini di ruolo rispetto agli altri canali di acquisto (con un peso pari al 58% del totale delle vendite legate ai consumi domestici degli italiani), sia in termini di scelta di prodotto (la Marca del Distributore

oggi rappresenta il 47,5% delle vendite a valore veicolate della distribuzione moderna, con un numero medio di referenze vendute pari a 130 unità in iper e super e 70 nei discount). Nel 2023 la consumer base di prodotti bio rimane l'indicatore di maggior interesse delle famiglie: il 90% della popolazione di età compresa tra 18 e 65 anni ha acquistato consapevolmente almeno un prodotto alimentare bio nell'ultimo anno. Usership che vede una sempre più complessa composizione dei carrelli alimentari che riflettono l'affermazione di differenti stili alimentari: è pari all'86% del totale la quota di user di prodotti 100% vegetali, 55% quella relativa all'acquisto di prodotti free from (64% senza lattosio, 45% senza glutine) mentre 1 italiano su 3 ha acquistato prodotti ricchi di proteine. L'interesse per altre caratteristiche di prodotto ha determinato l'orientamento degli assortimenti del bio, che ad oggi concentrano gran parte della proposta presente nella GDO verso prodotti espressioni dell'italianità (34,5% delle referenze della categoria bio) e rich in (23,5% con maggior offerta relative a referenze ricche di fibra - 14,2% - o integrali - 7,8% - piuttosto che di proteine - 5,3% - che rimane l'area di maggiore sviluppo dei prodotti convenzionali). Inoltre, il bio rappresenta ancora per la maggior parte degli acquirenti (58%) la prima scelta, soprattutto per alcune categorie come frutta e verdura fresca, uova (12%) e olio extra vergine di oliva.



Ma quali sono le principali motivazioni che spingono i consumatori italiani ad acquistare prodotti bio? Innanzitutto, il 27% dei consumatori italiani ritiene i prodotti bio più sicuri per la salute rispetto all'opzione convenzionale, ma anche perché sono sostenibili (il 23% li ritiene più rispettosi dell'ambiente, il 10% del benessere animale e un ulteriore 10% fa riferimento alla sostenibilità sociale e intende sostenere i piccoli produttori). Il monitoraggio condotto da Nomisma evidenzia chiaramente alcune aree di lavoro fondamentali per la categoria, coerentemente con gli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030 - con particolare riferimento al Goal 12.8 che ambisce entro il 2030, ad abilitare tutte le persone, in ogni parte del mondo, ad accedere ad informazioni rilevanti e ad acquisire giusta consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di uno stile di vita in armonia con la natura. In questa logica la richiesta di conoscenza del consumatore arriva direttamente dal consumatore: il 28% ritiene di non avere informazioni sufficienti per valutare le caratteristiche del prodotto bio e un ulteriore

57%, nonostante abbia una buona consapevolezza di prodotto, vorrebbe comunque avere maggiori informazioni.



La necessità di maggiori informazioni sulle caratteristiche dei prodotti bio e le garanzie sottese alla certificazione riguardano molti aspetti. Innanzitutto, il consumatore richiede di entrare nel merito della comprensione delle differenze esistenti tra il prodotto bio e quello convenzionale (per l'85% degli intervistati), del profilo di sostenibilità collegato al metodo di produzione biologica (72%), dei vantaggi concreti del metodo bio per l'ambiente (75%). A questo riguardo, la maggioranza dei consumatori che hanno avuto modo di partecipare ad iniziative sul punto vendita ha ritenuto le attività informative e di comunicazione sono state utili ad approfondire le caratteristiche e le garanzie offerte dal marchio biologico. In particolare, il 98% degli italiani ha trovato utile l'iniziativa per comprendere meglio le differenze tra prodotti biologici e convenzionali, mentre l'88% ha avuto modo di comprendere le garanzie offerte dal marchio.



SILVIA ZUCCONI, CHIEF OPERATING OFFICER NOMISMA IL RUOLO DELLA DISTRIBUZIONE È DETERMINANTE

La Distribuzione Moderna ha un ruolo determinante per lo sviluppo del biologico dal momento che veicola quasi il 60% della spesa domestica degli italiani e sviluppa assortimenti a marchio proprio in grado di conquistare una quota di mercato significativa, oltre alla fiducia del consumatore. Ma il supporto allo sviluppo non si ferma ai numeri di vendite e assortimenti: la distribuzione moderna rappresenta, infatti, un veicolo formidabile per garantire al consumatore un flusso informativo che consenta di costruire una completa mappa valoriale del biologico declinata sia sul prodotto che sul metodo produttivo nonché le relative implicazioni ambientali e sociali. E le attività sul punto vendita rappresentano certamente un vettore determinante in tal senso.

MARIA GRAZIA MAMMUCCHINI, PRESIDENTE FEDERBIO CRESCE L'ORIENTAMENTO VERSO SCELTE ALIMENTARI SOSTENIBILI



Il peso dell'inflazione, seppure in calo, continua ad essere un elemento decisivo che condiziona il potere d'acquisto delle famiglie. In questo scenario critico, è quindi confortante l'incremento del 4,7% a valore registrato dalle vendite di prodotti bio nella Distribuzione Moderna e soprattutto che 24 milioni di famiglie, il 93% del totale, abbiano acquistato biologico. Si tratta di un'ulteriore conferma di come i consumatori si stiano sempre più orientando verso scelte alimentari sostenibili che contribuiscono a preservare la biodiversità e a contrastare i cambiamenti climatici. L'azione di sensibilizzazione verso un consumo più

etico e salutare, fondato sul biologico, deve tuttavia proseguire con forza. Marca è un evento molto importante per valorizzare questi temi e la presenza di Being Organic in EU, il progetto triennale frutto di una partnership tra FederBio e Naturland, è un segnale concreto che testimonia l'impegno di tutto il settore nel comunicare e promuovere il biologico europeo, raccontando con chiarezza i benefici che il cibo bio comporta per la salute delle persone e per l'ambiente.

NICOLETTA MAFFINI, PRESIDENTE DI ASSOBIO L'AUSPICIO È DI PORTARE AL 10% LA VENDITA DEL PRODOTTO BIOLOGICO



L'Italia è un paese leader nella produzione e esportazione di 'bio' nel mondo e vede costantemente crescere le superfici agricole coltivate a biologico, oggi il 18%, grazie ad agricoltori che rinunciano a pesticidi e fertilizzanti chimici a vantaggio dell'ambiente. Dall'altro lato dello scaffale, l'88% degli italiani è alle prese con strategie di risparmio in tema di spesa alimentare legata ad un generale aumento dei costi e ad una riduzione del potere di acquisto. Questo penalizza i prodotti premium, come quelli bio: il fatto che nella Gdo la vendita del prodotto biologico sia ferma al 3% è un dato che non ci soddisfa e ci auguriamo di poter raggiungere quanto prima almeno il 10%. Per far questo è necessario che le associazioni di categoria facciano sinergia

tra di loro ma anche con la politica e con la Gdo stessa per supportare i progetti di filiera e il giusto prezzo. Assobio da parte sua porta avanti campagne di comunicazione chiare e l'impegno per una piattaforma di tracciabilità del biologico. Sul fronte economico, ricordiamo la nostra richiesta ai politici per la riduzione dell'aliquota Iva sui prodotti freschi e per il credito d'imposta sui costi di certificazioni per le aziende, un onere che si riverbera sul prezzo finale dei prodotti. C'è ancora molta strada da fare e c'è bisogno del supporto di tutti.

www.nomisma.it
feder.bio
www.assobio.it

www.bea-italy.com

info@bea-italy.com



BEA Technologies Magnexflo

Sistemi automatici di filtrazione creati
a supporto dello sviluppo sostenibile



Nell'attuale contesto di promozione dell'economia circolare, BEA Technologies è impegnata nello studio di soluzioni innovative, allo scopo di migliorare l'efficienza operativa, di ridurre il consumo di energia e limitare la quantità di rifiuti industriali.

Purification Control Technology

E-PACKAGING, innovazione e customizzazione al centro di una crescita continua

INTERVISTA A EMANUELE INTISI, CEO DI E-PACKAGING SRL

E-Packaging è una realtà italiana che da ormai vent'anni produce e progetta sistemi di etichettatura ideali per etichettare prodotti cosmetici, alimentari, farmaceutici e molto altro. L'offerta include macchine manuali e semi automatiche (dispenser), teste applicatrici, stampa e applica e linee complete di etichettatura. L'azienda offre soluzioni per un'etichettatura precisa, veloce e performante, con proposte pensate e studiate per diversi prodotti e formati. Uno dei punti forza di E-Packaging è la capacità di creare macchine customizzate, andando incontro alle esigenze dei propri clienti. Intervista a Emanuele Intisi, CEO di E-Packaging Srl.

Di cosa si occupa E-Packaging e quali sono i settori principali in cui operate?

E-Packaging propone sistemi di etichettatura per etichette



autoadesive, le nostre soluzioni sono precise e performanti, grazie alla nostra ricerca continua e spinta innovativa. Offriamo ai clienti l'opportunità di customizzare le macchine in base alle proprie esigenze, e forniamo assistenza e supporto in fase di acquisto e installazione.

Il settore numero uno è senza dubbio il Food&Packaging, dove serviamo marchi come Barilla, Galbiani, Fileni, Camadori e molti altri. In Italia siamo tra le prime realtà del nostro settore e abbiamo vissuto una crescita molto importante. Abbiamo distributori in tutta Italia (2/3 circa per regione) e 250 in tutto il mondo. L'estero è molto importante per noi, e ricopre il 70% del fatturato. Il secondo settore dopo il Food&Packaging è il cosmetico, dove abbiamo una presenza consolidata, soprattutto in Italia, con clienti come l'Oréal, Kiko oppure LAYLA cosmetics. Il farmaceutico è un ulteriore settore chiave, che stiamo sviluppando e per il quale ci stiamo sempre più strutturando ottenendo certificazioni specifiche.

Al centro di tutte queste nostra attività c'è il nostro reparto di Ricerca e Sviluppo, che vanta un know-how incredibile e ci permette di lavorare su vari progetti. In modo costante ci impegniamo a crescere sempre più in termini di mercato,





Come sta andando il mercato?

Tutta l'Europa ha subito un calo verticale nel mese di maggio/giugno 2023, e anche noi di conseguenza abbiamo percepito un rallentamento. Nonostante ciò, siamo riusciti a triplicare la crescita nei mesi successivi, e a pareggiare il bilancio. Ora siamo proiettati in questo nuovo anno e prevediamo un 14% in più di fatturato per il primo trimestre del 2024. Secondo noi il calo era dovuto agli incentivi 4.0, nel 2022 e 2023 molte aziende ne hanno approfittato, riempiendo i magazzini e provocando un rimbalzo negativa. Per di più la Russia era un mercato importante per noi, che abbiamo dovuto sostituire attraverso anche un'attenta policy di diversificazione.

di giro d'affari e di posizionamento a livello internazionale.

E-Packaging nel 2023 ha partecipato a Cibus Tec, come è andata la fiera e cosa avete presentato?

La fiera è stata positiva, con molti visitatori che appartengono al settore food. Abbiamo presentato varie novità che appartengono all'industria 5.0., ovvero assistenza da remoto, in una chiave green, quindi con

particolare attenzione a temi come ecosostenibilità, risparmio energetico, e uso di materiali biodegradabili.

Tutte le macchine che abbiamo prodotto da maggio 2023 in poi sono raggiungibili da remoto; quindi, possiamo intervenire direttamente sulla macchina dal nostro apposito reparto di assistenza. Sono macchine top level, altamente performanti, in grado di produrre migliaia di pezzi l'ora con una produzione lineare.

Cosa prevede il vostro calendario fieristico per i prossimi mesi?

La prima fiera importante del 2024 sarà Cosmoprof, nel settore della cosmetica, che si svolgerà da giovedì 21 a domenica 24 marzo 2024. Questa fiera è considerata l'evento di riferimento per tutti i settori della cosmetica e una vetrina delle più recenti innovazioni.

epackagingsrl.com



ETIPACK, forte coesione aziendale come chiave per il successo

INTERVISTA A PAOLO GORLA, SALES DIRECTOR DI ETIPACK



Etipack è un'azienda che produce e vende sistemi di etichettatura e codifica con etichette autoadesive, alimentatori a frizione e pick and place per la movimentazione e distribuzione dei prodotti. Trasparenza, etica e attenzione alle persone sono i valori che accompagnano Etipack da 45 anni, come spiega Paolo Gorla, Sales Director di Etipack, in questa intervista.





Come nasce Etipack?

Etipack nasce nel 1978 dall'iniziativa di 7 soci e da giugno 2019 fa parte della divisione Possehl Identification Solutions, di proprietà del gruppo Possehl. La missione dell'azienda, fin dall'inizio, è stata quella di progettare e realizzare soluzioni affidabili, tecnologicamente avanzate e personalizzate per soddisfare le esigenze dei clienti.

Apparteniamo al più ampio mercato delle macchine per l'imballaggio, rinomato per le tecnologie all'avanguardia che anticipano le richieste dei clienti, anche dei mercati più esigenti, per esempio l'industria farmaceutica, cosmetica, alimentare, chimica, cartaria.

Etipack ha partecipato a Cibus Tec 2023, come è andata la fiera e quali sono i vostri progetti fieristici per il 2024?

Siamo abbastanza soddisfatti della fiera, abbiamo avuto un buon numero di contatti, tra cui realtà che già conoscevamo, clienti storici e anche nuove connessioni. Per quanto riguarda l'Italia, nel 2024 abbiamo deciso di partecipare a Sigep, poiché abbiamo visto la grande affluenza che c'è stata durante l'edizione di inizio 2023, che ci ha portato a considerare anche questa fiera che è molto più





specifica rispetto al Cibus Tec. Il mondo del food rappresenta per Etipack circa il 30% del giro d'affari complessivo e riteniamo che partecipare a fiere di riferimento per segmenti specifici di mercato possa portare importanti benefici. Per questo, stiamo valutando anche la partecipazione a SIC - Salone Industria Casearia e Conserviera di Caserta.

Quali sono le vostre ultime novità di prodotto?

A Cibus Tec abbiamo presentato la nuova Print Apply Stick Evo, una macchina stampa e applica in tempo reale. Nasce da una collaborazione interna del gruppo PID: l'incontro tra la tecnologia di Etipack per la parte dell'etichettatura e la tecnologia Novexx per quanto riguarda il Print Engine. Poiché Etipack ha la tendenza a seguire in modo sartoriale le richieste dei clienti, abbiamo deciso di creare una nostra Print Apply, perché molto frequentemente il cliente finale ci chiedeva di integrare un print

engine specifico. Abbiamo così creato una Print Apply modulare, che permette di alloggiare diversi print engines e diversi applicatori. Al Sigep abbiamo presentato un Feeder, rivisitato a livello elettronico, in una nuova veste meccanica. Questa macchina è fortemente impostata per il mondo food, essendo completamente in acciaio inox. La stessa rivisitazione elettronica è stata applicata anche alla gamma delle Etichettatrici, ora dotate di un nuovo display touch che oltre a offrire maggiori potenzialità di gestione, offre anche una maggiore ergonomia.

Come è la situazione di mercato?

Il 2023 è stato abbastanza particolare, con un andamento altalenante dovuto a situazioni che si sono trascinate ancora dall'anno precedente come lo shortage di materiali o la guerra in Ucraina. Quest'ultima, in particolare, ha avuto un impatto significativo sulle nostre attività, poiché il mercato russo era per noi piuttosto importante ma, ciò nonostante,

abbiamo deciso come gruppo di sospendere le relazioni per questioni di etica.

Nonostante tutto, nella seconda parte dell'anno abbiamo registrato un andamento positivo, per quanto riguarda il fatturato, che continua fino a oggi.

Cosa vi aspettate per questo 2024?

Abbiamo stilato un piano aziendale in leggera crescita rispetto al budget 2023. Stiamo operando come gruppo per cercare di creare delle sinergie su diversi mercati, soprattutto esteri, e creare delle community di vendita.

Qual è il segreto dietro questi 45 anni di successi?

Credo sia la forte coesione delle persone che lavorano in azienda, che è uno dei valori fondamentali per noi. In Etipack cerchiamo nel collega un amico, e questo senza dubbio ci ha ripagati negli anni.

www.etipack.it



SOLIDS | 5 - 6 GIUGNO 2024
PARMA

FIERA PER LE TECNOLOGIE DEI GRANULI,
DELLE POLVERI E DEI SOLIDI SFUSI

**VISITA
SOLIDS
PARMA!**

INDUSTRIA DI PROCESSO: SOLIDS TORNA A PARMA

La fiera per le tecnologie dei granuli, delle polveri e dei solidi sfusi

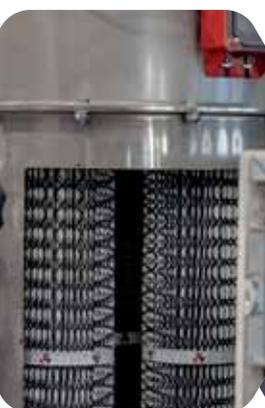
La due giorni dedicata alle **macchine e alle soluzioni più innovative** del settore **Bulk Handling** nei settori gomma e plastica, alimentare, agricoltura e mangimi, chimico e farmaceutico, cosmetico, lavorazione dei metalli, minerario, carta e vetro, recycling.

- Apparecchiature di dosaggio, pesatura e misura
- Tecnologia di miscelazione e omogeneizzazione
- Essiccatori e attrezzatura per l'essiccazione
- Macinazione e frantumazione
- Trasporto e movimentazione
- Stoccaggio e distribuzione
- Imballaggi e servizi di imballaggio
- Sicurezza e ambiente
- Tecnologie di riciclaggio e recupero
- Componenti

SOLIDS PARMA

5-6 Giugno 2024, Fiere di Parma

www.solids-parma.it



RO.CE *Qualità, passione e conoscenza*

LA PARTECIPAZIONE A CIBUS TEC HA AVUTO RISCONTRI SUPERIORI ALLE ASPETTATIVE IN TERMINI DI AFFLUSSO DI VISITATORI MA ANCHE DI RICHIESTE DI OFFERTE. ANCHE PER QUESTO ANDREA CESARI, CO-FONDATORE DELL'AZIENDA, GUARDA CON FIDUCIA ALLE PROSPETTIVE PER IL 2024.

RO.CE nasce dall'iniziativa di Alessio Rossi e Andrea Cesari, due tecnici commerciali con ventennale esperienza nell'ambito delle pavimentazioni industriali. I due fondatori hanno deciso, dopo aver lavorato per anni in primarie aziende di settore, di intraprendere la propria strada e di mettere a disposizione la propria conoscenza e passione. L'azienda è specializzata nella

progettazione di pavimenti per l'industria, con un focus particolare sulle pavimentazioni in resina o piastrelle. TecnoEdizioni ha intervistato Andrea Cesari, co-fondatore di RO.CE Srl, a Cibus Tec 2023.

Come è nata l'azienda?

Ho fondato l'azienda in collaborazione con il mio socio, Alessio Rossi, due anni fa. Siamo due tecnici di lunga esperienza che hanno deciso di mettersi in proprio. Ci occupiamo di

realizzazioni di pavimentazioni a uso industriale e cerchiamo di consigliare il cliente, in base alle sue necessità e alle peculiarità delle pavimentazioni richieste.

Andiamo a coprire l'intero specchio di esigenze che possono avere aziende del settore alimentare, meccanico, farmaceutico e logistico senza tralasciare applicazioni particolari come rivestimenti impermeabilizzanti di tetti o piscine, rivestimenti per centri sportivi/ campi polivalenti e protezione al fuoco. Potenzialmente con la resina possiamo andare a rivestire qualunque tipologia di supporto e qualsiasi tipologia di utilizzo.

Per ora siamo una piccola realtà, siamo all'interno dell'Unione Parmense degli industriali, che ringraziamo per il supporto e il sostegno, che sono stati fondamentali. La nostra esperienza ventennale ci permette di proporre le migliori qualità dei materiali e i più innovativi sistemi di posa completi di tutte le certificazioni in merito, ormai indispensabili sia per il territorio nazionale che estero.

Come è andata la fiera?

La fiera è stata molto soddisfacente, abbiamo ricevuto visite oltre ogni aspettativa. È una fiera che ha avuto un buon afflusso di persone fin dai primi giorni. Adesso ci aspetta un lungo lavoro.

Tanti nostri clienti sono passati a trovarci e sono rimasti contenti dei lavori fatti finora e per noi è grande fonte di soddisfazione. Abbiamo e dovremo sviluppare tante offerte che saranno sia stimolanti che impegnative.

Come sta andando il mercato?

Alcuni settori del food&beverage sono a ribasso, il mercato è molto altalenante e suscettibile a fattori esterni. Noi abbiamo la fortuna di avere clienti consolidati che permettono di avere un afflusso di lavoro costante. Il mercato ultimamente è cambiato molto, non ci sono





più programmazioni e lavori a lungo termine, ma lavori importanti che vengono eseguiti oggi per domani.

Avete un after market importante?

Assolutamente sì, infatti nulla è eterno e le pavimentazioni sono soggette ad usura e quindi noi garantiamo un servizio di pronto intervento immediato.

Quali sono le previsioni per il 2024?

Il 2022 è partito oltre ogni aspettativa, il 2023 ha visto un miglioramento, e nel 2024 speriamo di consolidarci sempre di più e far conoscere l'azienda e il nostro prodotto.

Qual è il segreto dietro questa riuscita?

La nostra intraprendenza, insieme alla nostra esperienza e conoscenza di questo

settore. Purtroppo, molte condizioni non hanno giovato la nostra partenza, come la guerra in Ucraina e lo shortage di materie prime. Nonostante ciò, la nostra determinazione e duro lavoro ci hanno permesso di raggiungere questo risultato. Ad oggi intendiamo proseguire su questa strada, mantenendo un impegno costante e un'attitudine positiva.

www.rocesrl.it



SANCASSIANO: l'innovazione nei sistemi di impasto industriale

L'AZIENDA FA PARTE DI UNA CONFEDERAZIONE DI TRE AZIENDE, CHE PUR MANTENENDO CIASCUNA LA PROPRIA IDENTITÀ CONDIVIDONO RICERCA&SVILUPPO E AFTER SALES RIUSCENDO A PROPORRE AL MERCATO SOLUZIONI DAVVERO UNICHE, COME SPIEGA DANIELE SITIA, PARTNER DI SANCASSIANO, IN QUESTA INTERVISTA.

Può presentarci brevemente l'azienda? Sancassiano è sul mercato dal 1962 ed è specializzata in sistemi di impasto industriale. Operiamo quindi nella fase iniziale del processo della produzione di prodotti da forno - pane, pizza, biscotti e tutto quello che si può ottenere mescolando farina e acqua - sia cotti sia surgelati crudi. Abbiamo clienti in tutto il mondo e siamo rivolti all'industria che in alcuni ambiti, come ad esempio la panificazione, negli ultimi anni, anche grazie a noi si è distinta per un notevole incremento della qualità dei suoi prodotti.

Quali novità avete presentato all'ultimo interpack?

In questo loro impegno ad alzare l'asticella della qualità, le industrie nostre clienti ci propongono continuamente nuove sfide che sono tutte riconducibili a un unico scopo: ottenere un prodotto industriale che abbia le caratteristiche di qualità tipiche

di uno artigianale.

Una di queste sfide è trovare una soluzione che consenta di impastare velocemente, ma mantenendo l'impasto a temperature molto basse per evitare che si surriscaldi e inizi a lievitare prima di essere lavorato sulla linea di formatura.

L'obiettivo è evitare un calo di peso specifico tra la prima e l'ultima parte del batch dovuto proprio alla lievitazione. Quando questo accade è un problema perché a parità di volume si traduce in una differenza di peso del prodotto lavorato dalla spezzatrice volumetrica. L'esigenza che siamo stati chiamati a soddisfare era tenere le temperature dell'impasto quanto più basse possibile, garantendo contemporaneamente produttività orarie sempre più elevate. La nostra soluzione è il carosello automatico per l'impasto che abbiamo portato in fiera: è molto compatto e permette di arrivare ad altissimi livelli di produttività orari con dei tempi di ciclo - quelli compresi tra uno scarico e il successivo - molto brevi. Grazie a

questo sistema riusciamo a garantire sulla linea pasta sempre fresca e alla giusta temperatura. Il sistema si caratterizza per diverse peculiarità, dall'elevatore di ultima generazione progettato da noi, alle vasche d'impasto coperte da brevetto. Evitano il ristagno degli ingredienti sul fondo della vasca, perché sono tornite e prodotte con macchinari di alta precisione e sono dotate di un apposito raschietto che, durante l'impasto, consente di togliere tutti i residui, assicurando un amalgama omogeneo. In termini di qualità del prodotto finale questo significa non avere differenze tra un impasto e l'altro.

Quali sono stati i riscontri in fiera e dal mercato?

Il carosello è un nostro prodotto fin dagli anni '80. Quello che abbiamo portato in fiera si contraddistingue per tutte le particolarità che ho descritto e che sono la vera grande novità di questa macchina: il fatto che permette di avere pasta molto fredda, un amalgama degli ingredienti molto





omogeneo e anche, di personalizzare la fase di scarico della pasta, che di solito non viene considerata importante. Secondo noi, invece lo è, perché, se ben gestita, consente di alimentare la linea in maniera più costante. Questo nuovo carosello permette di evitare di svuotare tutta la pasta in una sola volta, ma di farlo poco per volta modulando l'inclinazione della vasca. In questo modo la linea lavora con molta più facilità. Diciamo quindi che abbiamo implementato in un vecchio concetto molte soluzioni moderne, tra cui il sistema di dosaggio, che è fondamentale per avere una qualità e una temperatura costante dell'impasto. In un impianto in cui la farina può arrivare a 15°C, ma anche a 20 o 25°C non è possibile garantire all'impasto una temperatura finale costante. Consapevoli di questo, a interpack insieme al carosello abbiamo esposto anche il sistema di dosaggio della Technology Unlimited, un'azienda che fa parte della nostra Confederazione. Il tutto è controllato da un cervello elettronico dell'azienda Oripa, che fa anch'essa parte della nostra Confederazione.

interpack ci ha offerto l'occasione per presentare una soluzione integrata e per far vedere come un concetto antico come il Carosello possa essere modernizzato ed essere ancora oggi estremamente efficace nel rispondere alle esigenze del mercato. Preciso anche che non è un sistema realizzato appositamente per la fiera, perché verrà installato presso un cliente del Nord America. Anzi, a interpack abbiamo esposto soltanto una parte del progetto, perché, essendo lo spazio dello stand limitato, non abbiamo potuto portare tutti i

silos e neppure il sistema di lavaggio automatico delle vasche. Chi ci ha visitato a IBA 2023 a Monaco ha avuto la possibilità di vedere una soluzione più interessante, perché disponendo di uno stand di 400 mq abbiamo avuto la possibilità di presentare un sistema integrato più completo e complesso.

A interpack abbiamo esposto anche una planetaria coperta da brevetto, perché è la prima completamente Oil Free. La sua particolarità è che, essendo priva di riduttore e ingranaggi, non usa alcun tipo di grasso e può fare dei movimenti che con un riduttore tradizionale risultano molto difficili da realizzare.

Prima ha parlato di una Confederazione. Cosa intende esattamente?

Il nostro mercato vede la presenza di numerosi gruppi costituiti da aziende che si mettono insieme, pur mantenendo la propria identità, con l'obiettivo di

consolidare i fatturati e, in generale, di avere una maggiore sicurezza. Sancassiano ha scelto di costituirsi come Confederazione di aziende che hanno in comune l'obiettivo di servire al meglio il cliente. In questo momento la Confederazione è costituita da Sancassiano, Technology Unlimited e Oripa che ad interpack hanno esposto insieme. Ogni azienda mantiene la sua indipendenza.

Qual è allora il vantaggio derivante al cliente da questa Confederazione?

Il fatto che, avendo unito la Ricerca & Sviluppo e l'After Sales, queste tre aziende sono in grado di proporre delle soluzioni uniche nel loro genere. Tornando al carosello presentato in fiera, è questo che ci ha consentito di proporlo in abbinamento con il sistema di dosaggio che non scalda gli ingredienti e neppure gli impasti. Durante il trasporto la farina non viene riscaldata e l'acqua viene dosata proprio sopra la stazione di ricezione degli ingredienti in modo da evitare la presenza di tubi e che durante il tragitto si scaldi. Oltre a questo riusciamo a fornire al cliente le statistiche di quanto i batch siano regolari tra di loro e anche a correggere in tempo reale le temperature degli ingredienti, qualora ci fossero delle variazioni inaspettate. Tutto questo è possibile perché le nostre aziende condividono obiettivi e un modo di pensare integrato.

N.B. – Le foto utilizzate per questo articolo sono tratte dal sito dell'azienda

www.sancassiano.com



FORNITURE PER L'INDUSTRIA GELMINI

Consulenza e innovazione verso il futuro

INAUGUREREMO IL NUOVO ANNO CON UNA NUOVA SEDE E CON IMPIANTI NUOVI, ANNUNCIA FRANCESCA CORAZZA SOCIA DELL'AZIENDA CHE, SOTTOLINEA, TROVA NELLA CONOSCENZA DEL PRODOTTO E NELLA CAPACITÀ DI CONSIGLIARE IL CLIENTE UNO DEI SUOI PIÙ GRANDI PUNTI DI FORZA.

Forniture per l'industria Gelmini nasce a Parma nel 1981, con l'obiettivo di distribuire prodotti tecnici delle marche di primo piano, tra cui Rossi, Megadyne, Perma, Rollon, Airax e altre. L'azienda è una realtà dinamica e innovativa, con una clientela che, partendo dalla provincia di Parma, si è allargata significativamente fino a coprire tutto il territorio nazionale ed estero. TecnoEdizioni ha intervistato Francesca Corazza, socia di Forniture per l'industria Gelmini a Cibus Tec 2023.

Come nasce Forniture per l'industria Gelmini?

Nasce nel 1981 e da sempre si occupa della distribuzione di articoli tecnici per la trasmissione di potenza. Dopo la prematura scomparsa di mio padre, Raffaello Corazza, nel 1995, c'è stato bisogno di riorganizzare e potenziare per poterla rilanciare con grinta. L'azienda è riuscita a trovare e gestire una clientela composta da una moltitudine di aziende commerciali, che vedono in noi un punto di riferimento tecnico.

Come è andato il Cibus Tec e cosa avete presentato?

Come sempre la fiera è stata molto interessante. Per di più siamo a casa, nella nostra città. L'affluenza è stata ottima ed è stata assolutamente ideale la scelta di partecipare quest'anno. Abbiamo presentato in collaborazione con Rossi i nuovi riduttori I-FIT, che sono una novità di mercato importante.

A chi vi rivolgete principalmente?

La nostra azienda è rivolta al territorio italiano, il nostro core business è 90% Italia e 10% Estero. Da più di 40 anni lavoriamo con marchi importanti in Italia, come Rossi motoriduttori, SKF cuscinetti, Loctite adesivi, Rollon sistemi lineari e tanti altri, che sono sinonimo di qualità.

Qual è la situazione di mercato?

Veniamo da due anni esclusivi ed irripetibili. Abbiamo venduto molto e ad oggi il mercato si trova in una situazione di stallo. Inaugureremo il

nuovo anno con una nuova sede con impianti nuovi e siamo quindi molto positivi.

Qual è il segreto del vostro successo?

Credo sia la decisione di rimanere un'azienda a conduzione familiare. Il cliente ha bisogno di una certezza da parte del venditore e di una conoscenza che è frutto di esperienza. Bisogna conoscere il prodotto e consigliare bene a un cliente quello che deve scegliere. Questa è la nostra forza.

www.fornituregelmini.com



20-24
GENNAIO
2024
FIERA
DI RIMINI

45° Salone
Internazionale
della Gelateria,
Pasticceria,
Panificazione
Artigianali e Caffè

PROSSIMA
EDIZIONE

18-22
GENNAIO
2025

THE
ITALIAN
WAY

TO LIVE
DOLCE

SIGEP

THE DOLCE WORLD EXPO

sigep.it



ORGANIZZATO DA

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON



madeinitaly.gov.it

CON IL PATROCINIO DI



INOX-FER, competenza e flessibilità alla base del nostro successo

L'IMPEGNO NEL GARANTIRE AL CLIENTE LA MIGLIOR SOLUZIONE PER LE SUE ESIGENZE, STA PREMIANDO L'AZIENDA ANCHE SUI MERCATI ESTERI. NE ABBIAMO PARLATO CON BARBARA BENEVENTI, MARKETING ASSISTANT MANAGER.



Inox-fer progetta e costruisce impianti di miscelazione e sistemi di cottura personalizzati. Situata nel cuore della Food Valley, la storia dell'azienda nasce nel 1981, con una specializzazione nella progettazione e costruzione di macchinari per la produzione di confetture, sughi, pomodoro e di macchinari per miscelare e preparare salamoie e sciroppi zuccherini. Fin dall'inizio l'obiettivo dell'azienda è sempre stato uno: offrire la migliore soluzione in base alle esigenze dei propri clienti. A Cibus Tec 2023 TecnoEdizioni ha incontrato Barbara Beneventi, Marketing Assistant Manager di Inox-fer.

Come nasce l'azienda?

Nasce nel 1981, come produttrice di sistemi di miscelazione per la preparazione di salamoia nel campo delle carni. Con gli anni, ci siamo resi conto della versatilità di questo macchinario in altri settori che hanno la necessità di sciogliere diversi tipi di polveri in un/dei

liquido/i.

Di pari passo abbiamo iniziato a progettare e costruire macchinari per la produzione di salse, sughi e marmellate.

Cosa avete presentato a Cibus Tec e come è andata la fiera?

La fiera è andata molto bene e abbiamo avuto un riscontro positivo con molti clienti e visitatori interessati alla produzione di diversi tipi di salse e salamoie. Abbiamo portato i nostri impianti personalizzati e realizzati ad hoc in base alle esigenze dei clienti. Tra questi un impianto di miscelazione per la produzione di salsa barbecue per un nostro cliente statunitense. Come azienda spendiamo molto tempo sul progetto, che studiamo attentamente dal punto di vista tecnico con i nostri ingegneri assieme al cliente.

Lavorate principalmente in Italia?

In passato sì, ma da diversi anni collaboriamo anche con aziende estere e il 2023 rappresenta un anno importante dal punto di vista delle vendite al di fuori dell'Italia. Abbiamo intrapreso questa

direzione e stiamo ottenendo un ottimo responso. All'estero lavoriamo con dei consulenti dotati di competenze sia tecniche che commerciali. Il Made in Italy è particolarmente apprezzato; infatti, abbiamo avuto un feedback positivo sia dal punto di vista tecnico, sia nei tempi di consegna.

Avere un distributore che rivende la nostra macchina non è sufficiente. Serve anche una solida base tecnica.

Com'è la situazione di mercato?

Stiamo lavorando ad importanti progetti che dovrebbero concludersi intorno alla metà del 2024. Quindi la situazione per noi è molto positiva e ci conferma che stiamo prendendo una direzione giusta.

Qual è il segreto del vostro successo?

Senza dubbio la competenza e flessibilità del nostro team che lavora duramente sul progetto del macchinario, mantenendo sempre un confronto continuo con il cliente.

www.inox-fer.com



SALVATORE ROBUSCHI, innovazione, esperienza e qualità alla base di un lungo processo

INTERVISTA A MICHELE BERNARDI, GENERAL MANAGER DI SALVATORE ROBUSCHI

Salvatore Robuschi è una realtà italiana che nasce a Parma nel 1935. L'azienda si occupava inizialmente della riparazione di pompe, per poi iniziare la propria produzione, diventando uno dei principali fornitori per i costruttori di impianti di processo. Esperienza, progettazione orientata al cliente e competenza del personale sono gli elementi chiave che hanno portato al successo internazionale dell'azienda. TecnoEdizioni ha intervistato Michele Bernardi, General Manager di Salvatore Robuschi.

Avete partecipato a Cibus Tec 2023, come è andata la fiera?

La fiera è stata molto interessante, ci ha permesso di essere vicini ai nostri clienti, ed è stata anche l'occasione per mostrare ai clienti potenziali che



operano nel settore food, dove utilizzare con successo le nostre pompe nei loro processi di trasformazione. Abbiamo portato in fiera la nostra pompa Cantilever, che è stata recentemente innovata con un aggiornamento tecnologico che garantisce una maggiore efficienza, e allunga la vita della macchina. In altre parole, tutto il processo viene ottimizzato e la manutenzione è resa più facile e user-friendly. La risposta del mercato è stata molto positiva.

Come si inserisce la fiera in questa situazione di mercato?

La fiera si inserisce in una situazione di mercato molto interessante. Il 2023 ha visto un primo semestre molto positivo. La seconda parte dell'anno è stata caratterizzata invece da un sensibile rallentamento, nonostante questo credo che ci siano ancora opportunità molto positive per l'anno appena iniziato. Il mondo delle pompe è in crescita, magari più contenuta rispetto gli anni passati, ma sempre positiva.

Esportate i vostri prodotti all'estero?

Sì, con una quota di esportazioni circa del 50%. Inoltre, tra i prodotti che commercializziamo in Italia, molti arrivano all'estero in maniera indiretta. Il prodotto italiano viene, infatti, identificato come sicuro, di qualità e come un prodotto di grande potenziale.

Qual è il segreto di questo successo?

Qualità del prodotto, vicinanza al cliente, innovazione, velocità

nella risposta e grande specificità tecnica. L'azienda non si limita a vendere soluzioni ma consiglia il cliente nella scelta migliore per il suo impianto. Tutto questo fa parte del "family feeling"; infatti la Salvatore Robuschi è una realtà a conduzione familiare che presta molta attenzione ai propri dipendenti e che, nonostante abbia un'esperienza di quasi 90 anni, presenta uno spirito giovane e innovativo.

www.salvatorerobuschi.com



BG CISTERNE: *pronti a nuove sfide nel lattiero caseario*

SIAMO GLI UNICI SUL MERCATO ITALIANO CON UNA GAMMA COMPLETA DAI 1000 AI 35.000 LITRI, RIVENDICA LA TITOLARE GIULIA BOSELLI, DA 22 ANNI ALLA GUIDA DELL'AZIENDA SPECIALIZZATA NELLA PRODUZIONE DI CISTERNE PROGETTATE E REALIZZATE SU MISURA IN BASE ALLE SPECIFICHE ESIGENZE DI CIASCUN CLIENTE.

BG Cisterne è un'azienda specializzata nel produrre cisterne per liquido alimentare, in particolare nel settore del latte.

Alla guida della società la titolare Giulia Boselli, che con forte spirito imprenditoriale e ambizioni regge il timone da ben 22 anni.

Se dovessimo immaginarci una fotografia della vostra attività?

Siamo un'azienda che produce allestimenti - nello specifico cisterne per il trasporto liquido alimentare - specializzati a loro volta nel latte. Siamo



gli unici sul mercato italiano con una gamma completa dai 1000 ai 35.000 litri. È difficile trovare una collocazione nella tipologia di cliente, dato che molto spesso chi viene da noi ha delle richieste un po' particolari rispetto a modalità, quantità e scomparti. Il servizio che offriamo ci vede creare la cisterna su misura rispetto le esigenze dell'azienda in questione.

La scelta delle fiere e della pubblicità viene fatta in diverse modalità anche se in realtà non ho ancora trovato quella più ideale, poiché finora il passaparola rimane il metodo più efficace per espandere la rete clientelare. Il cliente

tipo è sicuramente il caseificio e figure come l'autista o, come si dice in gergo, il "garzone". Queste figure si interessano delle novità e delle esigenze riguardo le cisterne. Ci troviamo così ad avere a che fare con persone che non hanno voglia di leggere e che prettamente guardano internet e richiedono un rapporto semplice e diretto.

Quali sono le caratteristiche delle vostre cisterne?

Sono super accessoriate. La maggior parte inoltre è isolata dal punto di vista termico. Il latte una volta dentro mantiene la temperatura d'origine per

24 ore garantita, salvo momenti eccezionali come un'elevatissima temperatura esterna come 50 gradi. Invece le cisterne per l'acqua sono strutturalmente più semplici, ma hanno numerosi accessori. E questo perché il bacino d'utenza è molto più vario, sconfinando dal trasporto di acqua potabile e non.

La vostra attività si concentra solo sul mercato italiano?

La nostra azienda lavora in tutta Italia e personalmente sto cercando da diversi anni da allargare il nostro raggio d'azione con diversi contatti e opzioni. L'obiettivo è sicuramente fare il passo in più e spostarsi anche verso il settore delle cisterne per l'acqua.

Come è avvenuto il passaggio generazionale?

Io ho rilevato l'azienda familiare nel 2001, quindi ben 22 anni fa. Inizialmente volevo

fare tutt'altro, ma quando ho provato me ne sono innamorata. Nel farlo ho sicuramente fatto tesoro anche delle esperienze di chi mi ha preceduto, aggiungendo uno spirito imprenditoriale e innovativo che secondo me è prioritario nel mercato odierno.

Tra pandemia e shortage, come avete affrontato la situazione negli ultimi anni?

L'adattamento è fondamentale, però sicuramente l'aumento dei prezzi, in particolare riguardo le materie prime come l'acciaio, che è fondamentale nel mio settore, ha comportato uno sforzo. Di fatto dal 2010 in poi non ci sono mai stati anni facili; quindi, la resilienza è sicuramente una caratteristica che bisogna assumere come leitmotiv.

Com'è essere una donna in un mondo a maggioranza maschile?

Oggi si sta più attenti, però è vero che in situazioni come la fiera, nel mondo del latte

e agricolo si vive ancora di atteggiamenti reiterati del passato, ovvero la donna sta a casa o si occupa solo dell'amministrazione. Peccato che io personalmente non ho problema neppure a guidare il camion! È sicuramente una questione di competenza e non di genere.

Paradossalmente ho notato che nel Sud Italia questo meccanismo non c'è, mentre già verso Parma e il Nord Italia è diverso.

Qual è il segreto del vostro successo?

Queste cisterne nel bene o nel male sono eterne. Non si rompono né si deformano, quindi è possibile che possano durare anche 30 anni. Di solito l'esigenza di cambiarla sopraggiunge quando cambia l'esigenza di capacità, quando nasce il bisogno di integrare un mezzo rispetto a quello che c'è o di ampliare un reparto macchine.

www.bgcisterne.com



NUOVA LECON, all'avanguardia per rispondere alle esigenze del settore



NUOVA LECON È UNA REALTÀ ITALIANA FONDATA NEL 1987 A SASSUOLO. SIN DALLA SUA NASCITA, L'AZIENDA SI È SEMPRE PREOCCUPATA DI RISPONDERE IN MODO EFFICIENTE A OGNI ESIGENZA DI TRASPORTO DI MATERIALI SFUSI E CONFEZIONATI IN AMBITO INDUSTRIALE. OGGI OPERA IN VARI SETTORI, TRA I QUALI LA CERAMICA, IL FOOD E LA PLASTICA, E SI AVVALE DELLE TECNOLOGIE PIÙ ALL'AVANGUARDIA PER LA LAVORAZIONE DEI MATERIALI CHE VENGONO UTILIZZATI NELLA PRODUZIONE DELLE PROPRIE MACCHINE.

Possiamo ripercorrere brevemente la storia di Nuova Lecon?

L'azienda nasce nel 1987 e fin dall'inizio si è occupata della progettazione e costruzione di sistemi di trasporto industriale per l'intralogistica. Nello specifico, produciamo in primis nastri trasportatori che vengono utilizzati per il trasporto di materiali sia sfusi che confezionati. Siamo partiti dal mondo della ceramica, collaborando con i principali impiantisti del settore, che sono il nostro cliente target. La nostra attività, infatti, è improntata sull'essere partner con società impiantistiche e sviluppare

insieme a loro le soluzioni più idonee che rispondano ad esigenze personalizzate dell'utilizzatore finale. Con gli anni ci siamo affacciati anche su altri settori, mantenendo comunque una forte presenza nel settore della ceramica. Stiamo, per esempio, investendo molto nel comparto della plastica, ma anche nel mondo delle polveri premiscelate, della detergenza o della gomma. In altre parole, la nostra esperienza consolidata ci permette ormai di avere una capacità progettuale e costruttiva tale da muoverci su più fronti. Operare su più settori ci garantisce una visione più ampia delle esigenze dei nostri clienti. La nostra

NUOVA LECON SRL
sistemi di trasporto industriale





struttura aziendale vuole essere dinamica e aperta alle richieste del mercato, siamo disponibili a lavorare con i clienti in modo da trovare la soluzione migliore per ogni necessità.

Lavorate principalmente in Italia?

Direttamente lavoriamo quasi esclusivamente in Italia, il nostro cliente tipo è l'impiantista italiano che opera sul mercato sia nazionale che all'estero. Abbiamo anche collaborazioni dirette con clienti stranieri, ma si tratta principalmente di fornitura di ricambi. Possiamo dire che il 95% del nostro fatturato è rivolto a un cliente italiano, poi indirettamente molto spesso le nostre macchine vengono installate presso società produttive all'estero.

Come sta andando il mercato, quali sono le aspettative per il 2024?

Nell'ultimo trimestre del 2023 si è percepito un rallentamento, come se ci trovassimo in una situazione di attesa. Ci sono buone prospettive per il 2024, ci aspettiamo che

venga confermato un andamento positivo. Il settore della plastica è cresciuto molto negli ultimi anni e credo sia importante riconoscere i meriti delle aziende che sono state in grado di dare risposte e soluzioni sfatando la "bad reputation" della quale la plastica soffriva, in particolare nel 2019.

Quali sono le fiere a cui parteciperete?

Non abbiamo una grande esperienza con le fiere, abbiamo iniziato recentemente a parteciparvi. Per esempio, nel 2023 abbiamo partecipato al Solids a Parma, una manifestazione molto interessante che si rivolge ad operatori di settori diversi. Per il futuro stiamo valutando una partecipazione a Ecomondo, che è veramente una fiera entusiasmante con grandi numeri.

Nuova Lecon vanta oltre 35 anni di esperienza nel settore, qual è stato il segreto del vostro successo?

Quando Nuova Lecon è nata, si è inserita naturalmente nel suo territorio legandosi a

clienti vicini dal punto di vista geografico. Dal momento in cui abbiamo deciso di proporci in mercati e settori diversi, abbiamo dovuto cambiare la nostra struttura perché le dinamiche e le esigenze erano cambiate. Stiamo investendo molto sulla crescita e il rafforzamento del nostro Ufficio Tecnico. Oggi serve investire in una capacità tecnica significativa e ci stiamo attrezzando di conseguenza, introducendo maggiori competenze tecniche e una maggiore flessibilità produttiva. Credo che il successo di aver superato i 35 anni di attività sia legato all'essere riusciti a seguire questa evoluzione e le sempre nuove richieste, adattandoci ai cambiamenti. Oggi ne siamo ancora più consapevoli e affrontiamo le nuove sfide nel mondo della plastica con obiettivi mirati e chiari e una strategia ad hoc: vogliamo che la nostra presenza in questo settore diventi continua, costante e in crescita.

www.nuovalecon.it



GORRERI, macchine e linee complete per l'industria dolciaria

INTERVISTA A CHIARA LOMBARDI, CHIEF BUSINESS DEVELOPMENT OFFICER DI GORRERI SRL

Gorreri Food Processing Technology è un'azienda leader a livello mondiale nel settore della progettazione e costruzione di impianti completi e macchinari per l'industria dolciaria. Con una grande storia alle spalle e una salda conduzione familiare, l'azienda quest'anno compie ben 37 anni e noi abbiamo incontrato e intervistato Chiara Lombardi, Development Officer.

Com'è nata l'azienda e di cosa vi occupate?

Si tratta di un'azienda familiare fondata da Luigi Gorreri, nel 1987, a seguito delle sue precedenti esperienze come progettista senior delle prime linee di automazione nel settore del dolciario in un'azienda locale attiva negli anni 70'. Gorreri è tra le poche aziende a livello mondiale che si occupa di processi industriali di prodotti dolciari, dalla miscelazione alla decorazione, e sebbene non processiamo ogni tipologia di dolce, rimaniamo comunque un punto di riferimento per molti produttori, grazie ad una gamma davvero ampia che include sistemi di farcitura e di finitura dei prodotti e ad un'expertise di oltre 55 anni formata direttamente sul campo.

Gorreri viene considerata azienda di riferimento nella produzione di prodotti a base di pan di spagna, per la quale sono state sviluppate tecnologie uniche e altamente performanti, come G-Roll Technology, G-Tube Technology e Vertimix Technology.

Il nostro punto di forza, oltre alla grande esperienza, essenziale in un settore dove



uova, zucchero e farina non sono mai uguali, risiede nel fatto che governiamo il processo fin dalla miscelazione con due diverse tipologie di macchinari (a bacinella ed in continuo), studiati e progettati per ottenere l'impasto più idoneo in base alla lavorazione da eseguire sulle nostre linee. Grazie al nostro turbo-emulsore in continuo, TURBOMIXER, fiore all'occhiello della nostra gamma, riusciamo ad aerare impasti, creme e panne ottenendo prodotti altamente macchinabili e con caratteristiche tecnologiche difficilmente ottenibili con altri sistemi di miscelazione, garantendo allo stesso tempo ottimizzazione dei processi,

riduzione della contaminazione e degli sprechi produttivi. Grazie a Turbomixer riusciamo a replicare processi produttivi che fino a poco tempo fa non trovavano risposta nell'automazione industriale e di questo siamo particolarmente fieri. Inoltre, forniamo linee complete e impianti anche per il mondo dei dosati, delle cheese-cake, dei muffin che vendiamo in tutto il mondo e siamo considerati azienda di riferimento nel processo delle torte a strati fresche e congelate, dove siamo in grado di fornire impianti completi chiavi in mano, dalla preparazione di basi, panne e creme,



fino a sistemi automatici di packaging delle torte stesse, tutto in continuo.

Siete attivi in tutto il mondo?

Quasi. Ogni prodotto ha il suo mercato ed ogni mercato ha il suo prodotto. Ci sono tante variabili che influenzano le vendite, ma grazie ad una gamma davvero ampia ed al fatto che ogni nostro macchinario è realizzato in base alle specifiche richieste e necessità del cliente, riusciamo a coprire le esigenze produttive di moltissimi paesi.

Negli ultimi anni stiamo crescendo molto in tutto il continente americano ed anche nei paesi arabi ed in Europa così come in Asia. Credo che molti produttori, in tutto il mondo, si stiano rendendo conto della necessità di automatizzare il più possibile, per aumentare la produttività, ridurre i costi, ottenere un prodotto qualitativamente migliore e sopperire ad uno dei problemi che dopo la pandemia sta riguardando tutto il mondo, ovvero la carenza e l'inaffidabilità della mano d'opera.

Non tutti i paesi sono pronti per investire in macchinari di fascia alta; ma noi siamo preparati per la seconda generazione di investimenti.

Che percentuale del vostro mercato è quella estera? E come ve la cavate con il mercato italiano?

Si tratta di un'altissima percentuale estera, che varia di anno in anno, ma che si attesta solitamente intorno al 90% del fatturato. Il Covid paradossalmente non ha influito sulle nostre vendite, dato che comunque l'alimentare è uno dei pochi settori che non ha risentito della pandemia.

Diverso discorso vale per la Russia, nella quale avevamo investito molto in

termini di crescita e dove, a causa della guerra, abbiamo visto sospendere più di un progetto.

Con la chiusura del mercato russo si è guardato più oltreoceano, incrementando l'investimento nel mercato americano e degli USA, dove c'è un grande potenziale di crescita, soprattutto per quanto riguarda la produzione di torte a strati, considerata la scarsità di automazione e l'enorme problema legato alla mano d'opera. Negli ultimi anni stiamo crescendo molto anche in Italia.

La questione dello shortage di materiali ha cambiato un po' la situazione? Si tende a fare magazzino? E per quanto riguarda invece la questione delle consegne?

Per risolvere il problema dell'approvvigionamento dei materiali, soprattutto in fase post-vendita, abbiamo strutturato un sistema per gestire la ricambistica già in fase di vendita del macchinario, che ci permette anche di garantire un'assistenza più rapida e veloce da remoto.

Passato il periodo davvero critico delle reperibilità del materiale elettronico, durante il quale abbiamo percorso i canali più impensati pur di reperire le componenti necessarie che ci permettessero di spedire nei tempi contrattualmente previsti, posso dire che



oggi non riscontriamo particolari problemi riguardo alle consegne, soprattutto perché abbiamo investito molto nel reparto e nel team del post vendita.

L'aspetto più critico, negli ultimi anni, è stato forse quello legato al fenomeno delle grandi dimissioni, che ha riguardato tutto il mondo e che ha comportato un notevole turn-over del personale. Basti pensare che Reggio Emilia è stata la provincia italiana con il più alto numero di licenziamenti volontari nel 21-22. Fattore destabilizzante per un'azienda familiare come la nostra, ma che con il tempo si è rilevato un punto di forza ed un fattore di crescita, soprattutto di visione.

4.0? AI?

Eravamo già avanti rispetto al 4.0 e alla relativa connettività, ovviamente con il Covid abbiamo aggiunto e potenziato assistenza da remoto e tutorial per le macchine. Non ci siamo ancora sperimentati nel nuovo ambito dell'intelligenza artificiale. Ma siamo "giovani" e le sfide ci appassionano.

Qual è la chiave del successo?

La serietà della famiglia, prima di tutto. Poi la competenza. Gorreri possiede un know-how che in pochi possono vantare. Quando clienti da tutto il mondo ti cercano e ti dicono: "So che potete aiutarmi solo voi" allora hai capito che lo stai facendo nel modo giusto e tutto viene ripagato.

www.gorreri.com



MANUTENZIONE, un cambio di paradigma

HEINEKEN HA DECISO DI COMPIERE UN SALTO DI QUALITÀ NEI SUOI STABILIMENTI PASSANDO DA UN MODELLO DI MANUTENZIONE REATTIVA A UN MODELLO DI MANUTENZIONE PREDITTIVA. FULCRO DI QUESTO INTERVENTO SONO STATI GLI INVERTER DANFOSS VLT AUTOMATIONDRIVE FC 302 CON FUNZIONALITÀ INTEGRATE DI CONDITION BASED MONITORING (CBM).

L'INTERVENTO EFFETTUATO PRESSO IL BIRRIFICIO OLANDESE DEN BOSCH.

Tra le bevande moderatamente alcoliche, la birra è quella che per freschezza e modalità di consumo incarna la convivialità informale tipica dei giovani. È anche grazie a queste caratteristiche che, oltre al crescente gradimento che questa bevanda da tempo riscuote presso il pubblico femminile, per la "bionda" sono anni di continua crescita, che gli analisti hanno addirittura quantificato a livello europeo in un +15.2% sul quinquennio 2020-2025.

In previsione di ciò Heineken, il secondo maggiore gruppo brassicolo al mondo con ricavi pari a 21,9 miliardi di euro nel 2021, ha posto in essere un ambizioso programma di investimenti, volto a garantire il massimo dell'efficienza possibile alle sue linee di produzione.

Obiettivo: impianti sempre al massimo

Per sostenere gli elevati volumi richiesti dal mercato e continuare a mantenere la propria posizione di rilievo, i birrifici di proprietà Heineken devono operare in modo continuo e affidabile, riducendo al minimo i fermi impianto dovuti a guasti e/o imprevisti tecnici. Negli impianti

Heineken la manutenzione, e gli aspetti tecnici che ne derivano, non possono essere certamente considerate delle attività secondarie: se si vuole trarre il massimo valore dagli impianti, tutto deve essere gestito in modo rapido ed efficace. Tuttavia, passare dalla teoria alla pratica è spesso più complicato del previsto e, anche avvalendosi di tutta l'esperienza degli operatori e delle buone prassi che da anni vengono messe in pratica, non è mai così scontato riuscire a far fronte a tutti gli imprevisti che si possono verificare su un impianto destinato a operare ininterrottamente 24 ore su 24. Le sfide da affrontare sono dunque parecchie, incluse quelle della sostenibilità, un aspetto che oggi non è più trascurabile soprattutto per un produttore su larga scala come è Heineken, che da anni opera i suoi stabilimenti utilizzando energia da fonti rinnovabili e si adopera affinché orzo e luppolo, i principali ingredienti della birra, siano coltivati in modo sostenibile non solo per l'ambiente, ma anche per gli agricoltori.

È così che Heineken ha deciso che per far fronte alla crescente domanda del mercato e alle esigenze di un futuro ambientale sempre più sostenibile era

necessario dare una seria svolta alle sue attività legate alla manutenzione. La svolta si è concretizzata passando da un modello di manutenzione reattiva a un modello di manutenzione predittiva, nella fattispecie sfruttando le funzionalità CBM (Condition Based Monitoring) integrate negli inverter VLT® di Danfoss per eseguire attività di monitoraggio basate sulle condizioni.

Tutto sotto controllo con il CBM

Il progetto di revamping è stato avviato nel 2019, identificando quale sede di primo intervento il birrificio Den Bosch, un impianto situato a una sessantina di chilometri a sud di Amsterdam dove non erano rari i casi in cui le serrate condizioni di lavoro portavano alla comparsa di guasti con conseguenti fermi impianto lunghi e costosi, dovuti anche alla necessità da parte dei tecnici manutentori di operare in condizioni difficili a causa della difficoltà di accesso ai motori elettrici.

L'intervento eseguito da Danfoss si è basato, come precedentemente accennato, sulle potenzialità offerte dal suo sistema CBM (Condition Based Monitoring) che, integrato direttamente negli inverter, ha consentito di implementare funzionalità di manutenzione predittiva con ottimi risultati. L'intelligenza disponibile a bordo inverter e la sua capacità di comunicazione hanno permesso di integrare le funzionalità di predictive maintenance nel sistema di manutenzione del birrificio in modalità edge.

La connettività degli inverter VLT, nonché le loro capacità di agire quali veri e propri sensori di processo, ha anche permesso ad Heineken di ottenere notevoli risparmi in termini di componentistica e, in





generale, di semplificazione impiantistica. Oltre a supportare tutti i più diffusi standard di comunicazione industriale, con interfacce disponibili per bus di campo e pannelli di controllo locali, per i drive VLT è disponibile il software VLT Motion Control Tool MCT 10, il tool interattivo che Danfoss ha sviluppato per la configurazione e relativa documentazione dei suoi drive, il quale, utilizzato in combinazione con le funzionalità di manutenzione predittiva CBM, consente di sfruttarne appieno tutte le potenzialità, estendendo le attività di monitoraggio in maniera semplice e performante.

Impianti disponibili, marginalità in aumento

Come fa notare Jan Brouwers, Detail Engineer presso il birrificio Den Bosch di Heineken, nessuna decisione, specialmente quando si opta per un cambio radicale di modello, viene mai presa senza aver prima attentamente considerato tutti i vari aspetti. Il dilemma era se l'adozione del nuovo modello basato su tecnica CBM avrebbe portato a una maggiore efficienza rispetto ai tradizionali interventi manutentivi eseguiti all'occorrenza e sulla base della disponibilità dei ricambi a magazzino.

La conclusione è che Heineken ha deciso di standardizzare quale inverter di riferimento per i suoi impianti il VLT AutomationDrive FC 302 che, con l'impiego del VLT Motion Control Tool MCT 10, ha segnato una vera svolta in quanto a semplicità di configurazione e messa in servizio.

In sostanza, l'installazione degli inverter VLT Danfoss con funzionalità di manutenzione predittiva CBM integrate ha permesso ad Heineken di ottimizzare le linee produttive del suo stabilimento Den Bosch, centrando una serie di obiettivi che possono essere così riassunti: maggiore disponibilità degli impianti, riduzione dei costi operativi, gestione più semplice della ricambistica, dati di processo sempre disponibili in tempo reale, prestazioni generali notevolmente migliorate.

www.danfoss.com

IDECO

S.R.L.

ASPIRAZIONE E DEPOLVERAZIONE INDUSTRIALE



- Filtri a maniche
- Filtri a cartucce
- Filtri a carboni attivi
- Filtri disoleatori
- Bracci aspiranti
- Aspirazione polveri - trucioli e gas
- Camini espulsione aeriforme
- Cabine insonorizzanti
- Cabine di verniciatura
- Banchi aspiranti
- Impianti aspirazione ATEX



SIGEP 2024 Internazionale, innovativo e sostenibile

I RISCONTRI OTTENUTI DALLA 45SIMA EDIZIONE CONFERMANO CHE QUESTO È L'EVENTO DI RIFERIMENTO NEL FOODSERVICE DOLCE.



Oltre 1200 brand espositori da 35 nazioni, visitatori provenienti da oltre 160 paesi, 5.000 business meeting organizzati negli stand dei 1200 brand espositori, oltre

500 buyer da 84 nazioni per 5.200 business meeting, 3.250 studenti da 70 scuole alberghiere e istituti professionali e tre competizioni internazionali - Gelato World Cup, Juniores Pastry World Cup e European Challenge del Gelato - con ben 25

Paesi partecipanti. Queste le cifre che descrivono il successo della 45esima edizione del Sigep, svoltosi presso la Fiera di Rimini dal 20 al 24 gennaio scorso. Risultati che Maurizio Ermeti, presidente di Italian Exhibition Group, che organizza l'evento, ha commentato con grande soddisfazione. "Si confermano gli ottimi risultati della scorsa edizione, con visitatori provenienti da 160 Paesi. Internazionalità, visione, artigianalità, innovazione, identità territoriali che diventano globali e si coniugano con il mondo. Questo e molto altro ha espresso la 45a edizione di Sigep. La manifestazione si conferma punto di riferimento per l'industria del foodservice dolce" ha concluso Ermeti, "proponendo sfide sempre più all'avanguardia e tecnologiche. Un appuntamento di business unico che a Rimini, vocata all'innovazione, ha trovato un enorme valore aggiunto".

Numerose le presenze estere provenienti da Europa (Spagna, Germania, Romania, Francia, Grecia), Area Balcani (Croazia, Serbia, Albania), Medio Oriente (Turchia, Arabia Saudita, Iraq, Libano), Africa (Marocco, Egitto, Tunisia), Nord America (USA, Canada), Centro Sud-America (Brasile, Argentina, Messico), Asia e Sud est asiatico (Cina, Corea del Sud, Giappone, India).

Decisamente ricco il palinsesto di eventi proposto nei cinque giorni della manifestazione con ben tre competizioni internazionali e 25 Paesi partecipanti a Gelato World Cup, Juniores Pastry World Cup e European Challenge del Gelato.

Il successo in rete e quello mediatico

Sigep 2024 ha anche registrato una grande visibilità mediatica e social. Su questi ultimi con una community da 161mila professionisti, con 2 milioni di visualizzazioni dei contenuti online e 780mila visualizzazioni sull'app TEO





– The eating out Hub d'interesse anche per la nuova funzione "Offerte di lavoro" dedicata all'incontro di domanda e offerta, in particolare per i giovani. Al 24 gennaio scorso i contatti media totali superavano i 561 milioni lordi con 660 giornalisti accreditati, dei quali 56 dall'estero.

L'attenzione alle nuove generazioni di professionisti

L'ultima giornata di Sigep ha visto inoltre la partecipazione di 3.250 studenti da 70 scuole alberghiere e istituti professionali per un educational tour che ha abbinato la formazione pratica all'interazione con le aziende. L'iniziativa rientra nel progetto Sigep Academy che ingloba Sigep Giovani e Sigep per le scuole.

Una overview a 360 gradi

Sigep 2024 ha raccolto le principali proposte

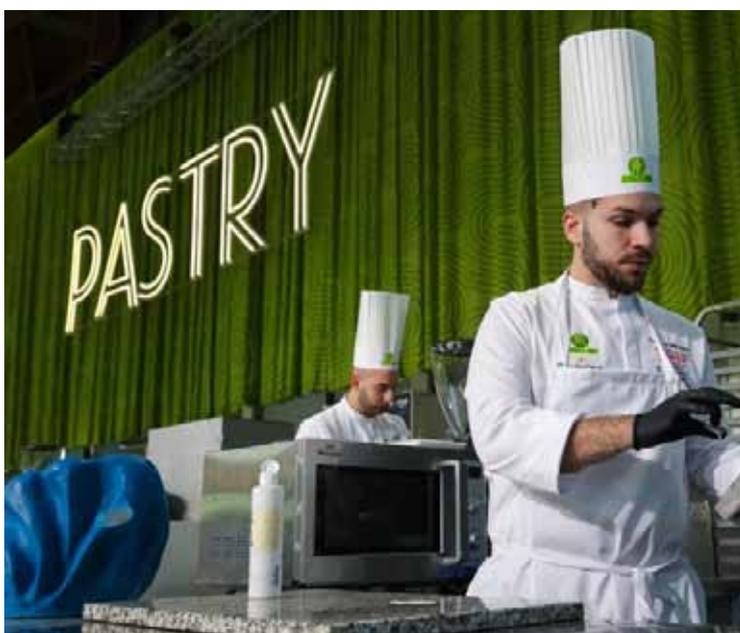
del mondo del foodservice dolce, tra incontri su innovazioni di prodotto, nuovi trend di consumo e show-cooking con i grandi Maestri del dolce artigianale che hanno coinvolto distributori, catene di ristorazione e pubblici esercizi. In esposizione le aziende leader di macchine e ingredienti per la gelateria e la pasticceria, la panificazione e la pizza, le filiere del cioccolato e del caffè.

La sostenibilità è stato il filo conduttore di questa edizione. E mentre la green economy sbarca in gelateria, investe anche la pasticceria, che strizza l'occhio al vegetale ed esplora nuove frontiere, tra cui l'intelligenza artificiale. Anche il cioccolato ha mostrato un'inclinazione ai processi produttivi consapevoli, mentre il comparto del caffè si rivolge a un consumatore sempre più attento che predilige le imprese più sostenibili. Sono stati inoltre accesi i riflettori sull'ingegno e le start up nell'Innovation District: il nuovo

grande progetto nel cuore della Vision Plaza della fiera, l'Innovation Award che ha premiato le migliori idee di business degli espositori e delle start-up.

Sigep 2025 si svolgerà dal 18 al 20 gennaio 2025 sempre presso la Fiera di Rimini

www.sigep.it



Ritorna **SOLIDS**, l'evento di riferimento per le polveri, i granuli e i solidi sfusi

SOLIDS SI APPRESTA A TORNARE A PARMA. UN'OPPORTUNITÀ IRRIPIETIBILE PER PROFESSIONISTI E ACQUIRENTI DI TOCCARE CON MANO LE SOLUZIONI PIÙ INNOVATIVE E DI ENTRARE IN CONTATTO CON TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA E NUOVE TENDENZE DEL SETTORE

Dopo il successo della prima edizione, che lo scorso giugno ha visto la partecipazione di 1273 professionisti del settore e 119 espositori, Solids torna in fiera a Parma anche nel 2024. L'appuntamento con Solids, la fiera organizzata da EasyFairs dedicata al settore della movimentazione, stoccaggio, analisi e trasformazione dei materiali in forma granulare e polverulenta, nonché dei solidi sfusi, è stato infatti fissato dal 5 al 6 giugno 2024.

La fiera a Solids tratta quello che gli Inglesi definiscono "anything you can make a pile of", ovvero "qualsiasi materiale di cui si può prendere un mucchio". Una due giorni, durante la

quale saranno esposte le macchine e le soluzioni più innovative del settore bulk handling coprendo così un ampio spettro di categorie merceologiche: alimentari (come chicchi di caffè, farina, pasta, cereali), agricole (mangimi, fertilizzanti, sementi), gomma e plastica, chimico-farmaceutico, cosmetico, vetro, lavorazione metalli e riciclo.

Le categorie merceologiche in esposizione SOLIDS Parma rappresentano l'intera filiera dell'industria di processo:

- Trasformazione (Miscelatori, Trituratori, Essiccatori)
- Movimentazione (Trasporto pneumatico, Carico e scarico, Nastri trasportatori, elevatori)
- Gestione (Vibrovaghi, Smistamento,

Filtrazione, Pesatura e Dosaggio)

- Stoccaggio (Silos, Big Bags)
- Strumentazione (Monitoraggio, Misura, Analisi, Software)
- Sicurezza e ambiente (Sistemi antideflagranti e antincendio, Depolverizzazione, Sicurezza e manutenzione macchinari, Recycling)

"I nostri visitatori sono prevalentemente italiani e provengono dai poli geografici in cui è più forte la presenza di aziende rilevanti nella trasformazione delle polveri e dei solidi (e dunque Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto e Toscana)", ha affermato Anna Lena Sandmann, Head of Cluster Solids Dortmund e Solids Parma. "Di questi, più di tre quarti ricopre ruoli decisionali o è coinvolto nelle decisioni inerenti ad acquisti e forniture.



Si tratta quindi di responsabili di business units, ingegneri, CEO, direttori vendite, direttori tecnici, ricercatori e altro ancora. La qualità dei visitatori della fiera è cruciale per le aziende che espongono e noi lo sappiamo bene”.

Ginevra Colombo Ercole, Project Manager Solids Parma, ha sottolineato come il mercato italiano si sia dimostrato molto ricettivo rispetto alla fiera e come il concept innovativo dell'evento sia stato apprezzato dagli espositori. “Siamo molto felici di tornare in Italia, ed in particolare in Fiere di Parma, per la seconda edizione italiana di Solids”, ha detto Colombo Ercole. “Credo che uno dei motivi del successo di Solids sia il suo format trasversale, che riunisce tutti i settori dell'industria di processo, e smart, che consente in due giorni di creare occasioni di business, interazioni, network efficaci”.

LE NOVITÀ PER IL 2024

Tra le novità dell'edizione 2024 è prevista l'introduzione di un'Area Recycling dedicata all'esposizione e alla dimostrazione delle ultime tecnologie e soluzioni per il riciclaggio dei materiali. Le tecnologie per i solidi sfusi e il riciclaggio condividono un elemento comune: la gestione di granulati, polveri e solidi sfusi, in particolare il recupero, lo smaltimento e la valorizzazione degli scarti di produzione. Il mercato italiano delle macchine per il riciclaggio vale circa 1,5 miliardi di euro ed è prevista una crescita annua del 5% nei prossimi anni.

I principali fattori che alimentano questa crescita sono l'aumento della raccolta differenziata, l'introduzione di nuove tecnologie di riciclaggio e normative ambientali sempre più rigorose.



GLI ALTRI TEMI AL CENTRO DELL'EDIZIONE 2024

I temi che verranno trattati nel corso dei workshop e delle conferenze riguarderanno temi caldi nel settore: la scorrevolezza delle polveri e fluidità, e le Direttive ATEX: Sistemi di messa a terra, affrontando il tema delle installazioni in aree “Ex”.

Inoltre, si terrà la seconda edizione del Search & Tech, che affronterà due tematiche chiave:

1. Il riciclo della plastica e il trattamento dei granuli riciclati
2. Predictive Maintenance, AI, Visione nel food

Ad oggi, tra gli espositori che hanno già confermato la loro presenza, si possono annoverare: WAM Group, Cuccolini Virto Group, Definitive Innovation, Delfin Vacuum, Ergomec, FPS Food and Pharma Systems, Olocco, Penta - Piovan, Proteo Engineering, Sacchi F.lli, Mix, Vibrowest.

www.solids-parma.de/it



SOLIDS

5 - 6 GIUGNO 2024
PARMA

FIERA PER LE TECNOLOGIE DEI **GRANULI**,
DELLE **POLVERI** E DEI **SOLIDI SFUSI**

Abbiamo parlato di...

Le aziende inserzioniste sono evidenziate in rosso

A Due	12	www.adue.it
AW Technology	I Cop.	www.awtechnology.com
Bea Technologies	21	www.bea-italy.com
BG Cisterne	36	www.bgcisterne.com
Caffè Duemme	11	www.caffediemme.com
Cantine di Verona	10	www.cantinediverona.it
Danfoss	42	www.danfoss.com
E-packaging	22	epackagingsrl.com
Ergomec	1	www.ergomec.com
Eridania	8	www.eridania.it
Etipack	26	www.etipack.it
Fattorie Garofalo	7	www.fattoriegarofalo.it
Federbirra	10	www.federbirra.it
Forniture Gelmini	32	www.fornituregelmini.com
Fruit Logistica	3	www.fruitlogistica.com
Gorreri	40	www.gorreri.com
Ideco	43	www.idecosrl-com
Inox-Fer	34	www.inox-fer.com
Mast	7	www.mastsrl.it
MH	16	www.mhmaterialhandling.com
Nuova Lecon	38	www.nuovalecon.it
Politecnico Torino	5	www.polito.it
Purina	11	www.purina.com
QS Informatica	14	www.qsinformatica.it
Ro.Ce.	28	www.rocesrl.it
Salvatore Robuschi	35	www.salvatorerobuschi.com
Sancassiano	30	www.sancassiano.com
Sigep	33, 46	www.sigep.it
Solids	27, 44	www.solids-parma.de
Vibrotech	5	www.vibrotech.it
WEG	9	www.weg.net

[tecono food]

RIVISTA DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

Direttore responsabile:

Marco Mastrosanti (marco.mastrosanti@tecnoedizioni.it)

Coordinamento editoriale:

Cecilia Cantadore (c.cantadore@tecnoedizioni.com)

Hanno collaborato a questo numero:

Cecilia Cantadore, Marilena Del Fatti, Alessandro Mastrosanti, Gaia Mastrosanti

tecnoEdizioni Group

Via Modigliani, 27 - 20090 Segrate, MILANO - Italia

Tel.: +39 02 928653.45

Fax: +39 02 928653.40

Sito web: www.tecnoedizioni.com

Segreteria Ufficio Traffico

(traffico@tecnoedizioni.com)

Marketing department

(marketing@tecnoedizioni.com)

Sales department

Filippo Cavaliere (f.cavaliere@tecnoedizioni.com)

Giovanni Paura, Giacomo Rizzuto

Grafica e impaginazione

Giulia Rosa (grafica@tecnoedizioni.com)

©Copyright Tecnoedizioni Group Srl, Milano (Italia)

Le rubriche e le notizie sono a cura della redazione. È vietata la riproduzione, anche parziale di: articoli, fotografie e disegni senza preventiva autorizzazione scritta.

Testata iscritta all'Unione Stampa Periodica Italiana

Registrazione Tribunale di Milano n. 675 in data 11 novembre 1996.

Tecnoedizioni Group Srl è iscritta nel Registro Operatori Comunicazione dell'AGCom con il numero ROC31013

Terminato di stampare il 8 Febbraio 2024 presso Officina Grafica Srl - Vigano di Gaggiano (Mi)

Informativa ai sensi dell'art. 13, d. lgs. 196/2003. I dati sono trattati, con modalità anche informatiche, per l'invio della rivista e per svolgere le attività a ciò connesse. Titolare del trattamento è Tecnoedizioni Group Srl, Via Modigliani 27, 20090 Segrate (Milano). Le categorie di soggetti incaricati del trattamento dei dati per le finalità suddette sono gli addetti alla registrazione, modifica, elaborazione dati e loro stampa, al confezionamento e spedizione delle riviste, al call center, alla gestione amministrativa e contabile. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs. 196/2003 è possibile esercitare i relativi diritti fra cui consultare, modificare, aggiornare o cancellare i dati, nonché richiedere elenco completo e aggiornato dei responsabili, rivolgendosi al titolare al succitato indirizzo.

Informativa dell'editore al pubblico ai sensi dell'art. 13, d. lgs. 196/2003. Ai sensi del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 e dell'art. 2 comma 2 del Codice deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica. Tecnoedizioni Group Srl - titolare del trattamento - rende noto che presso i propri locali siti via Via Modigliani 27, 20090 Segrate (Milano), vengono conservati gli archivi di dati personali e di immagini fotografiche cui i giornalisti, praticanti, pubblicisti e altri soggetti (che occasionalmente redigono articoli o saggi) che collaborano con il predetto titolare attingono nello svolgimento della propria attività giornalistica per le finalità di informazione connesse allo svolgimento della stessa. I soggetti che possono conoscere i predetti dati sono esclusivamente i predetti professionisti, nonché gli addetti preposti alla stampa e alla realizzazione editoriale della testata. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs. 196/2003 si possono esercitare i relativi diritti, fra cui consultare, modificare, cancellare i dati o opporsi al loro utilizzo, rivolgendosi al predetto titolare. Si ricorda che, ai sensi dell'art. 138, d. lgs. 196/2003, non è esercitabile il diritto di conoscere l'origine dei dati personali ai sensi dell'art. 7, comma 2, lettera a), d. lgs. 196/2003, in virtù delle norme sul segreto professionale, limitatamente alla fonte della notizia.



MECCANOPLASTICA
GROUP

PASSIONATE PEOPLE
LASTING SOLUTION

The Blow Moulding Machines



JET 75₄



COSMETICS



IBM



meccanoplastica-group.com

CON-GELO

Sistema a spirale per la surgelazione di prodotti alimentari
Spiral conveyor system for the deep freezing of foodstuffs



Ti aiutiamo ad ottimizzare i tuoi spazi! Con-Gelo ti permette di surgelare i tuoi prodotti di pasticceria, gelateria, lattiero-caseari, pane, pizza, pinsa romana, carne, pesce, ecc. risparmiando lo spazio grazie allo sviluppo in altezza. Qualunque sia il prodotto elaboriamo la soluzione su misura per te!

We help you to streamline your space! Con-Gelo allows you to deep-freeze your confectionery, ice cream, dairy, bread, pizza, pinsa romana, meat, fish, etc. and save space thanks to its vertical construction. Whatever the product, we design a tailor-made solution for you!

AM Technology Srl

Via B. Ferracina, 13 - 36043 Camisano Vicentino (VI) ITALY
Tel. +39 0444 410221 e-mail: info@am-technology.it
www.am-technology.com

Seguici su
Follow us



AM Technology
THE SIMPLER BETTER