

# Cinque fiere in una, c'è l'accordo Milano fa concorrenza all'estero

## L'industria dell'imballaggio riunita nel 2018: attesi 180mila visitatori

Luca Zorloni  
MILANO

**FINORA** ogni industria aveva difeso il suo orticello. Le imprese dell'imballaggio si presentavano nella fiera Ipack-Ima, quelle delle macchine per alimentare avevano Meat Tech, stampi in plastica e gomma organizzavano Plast, la stampa Print4all, il trasporto Intra Logistica. Cinque appuntamenti in calendario per altrettanti settori che, di fatto, ogni giorno lavorano a braccetto, poiché compongono la filiera del confezionamento e del processo alimentare. Secondo dati Ucima, circa un quarto delle esportazioni mondiali del comparto sono italiane, quanto quelle della Germania, che al contrario ha una sola fiera di riferimento, l'Interpack di Düsseldorf. Per questo «unione» è stata la parola d'ordine dai piani alti del ministero dello Sviluppo economico e dal vicesegretario Carlo Calenda. E dopo due anni di trattative con le associazioni di categoria e i presidenti dei cinque saloni, complici l'acquisto di Ipack-Ima per 2,5 milioni di euro da parte di **Fiera Milano** e sovrapposizioni nei calendari espositivi internazionali, l'accordo è arrivato in porto.

**NEL 2018** Ipack-Ima, Meat Tech, Print4all, Plast e Intra Logistica saranno riunite per quattro giorni nel polo di Rho di **Fiera Milano**. «Innovation alliance», questo il nome del progetto, «è il primo atto che si concretizza nella nostra strategia per colmare un gap con altri Paesi», spiega l'amministratore delegato di **Fiera Milano**, **Corrado Peraboni**. L'obiettivo è di avere almeno 180mila visitatori in quattro



**AL TIMONE** Corrado Peraboni è amministratore delegato di **Fiera Milano** (Imagoeconomica)

giorni, «con un incremento del 20% di quelli che non parlano italiano», puntualizza il presidente di Ipack-Ima, Riccardo Cavanna. Spingere sulle esportazioni, è la strategia, sulla scia dei numeri delle associazioni di categoria, che evidenziano che la filiera dell'imballaggio made in Italy nel 2014 ha guadagnato all'estero dal 31% della logistica fino al 77% del packaging dei suoi 19,1 miliardi di fatturato. L'esperimento della fiera in comune potrebbe essere replicato. «Stiamo lavorando sia a filiere che nasceranno da manifestazioni già esistenti –

anticipa Peraboni – sia a iniziative nuove». L'obiettivo dei vertici della fiera è fare di Milano il quartier generale di questi eventi internazionali. Tanto che tra i dossier aperti ci sono nuove collaborazioni con i colleghi di Hannover. **Fiera Milano** già condivide una joint venture a Shanghai, «che vale 34-35 milioni di euro l'anno», osserva Peraboni, «e stiamo verificando ulteriori passi. È un partner affidabile, che è complementare per geografia e per portafoglio di eventi».

luca.zorloni@ilgiorno.net



### Imprese alleate fanno squadra sui mercati globali

La filiera italiana del confezionamento e del processo alimentare nel 2014 ha prodotto un fatturato di 19,1 miliardi e impiegato 70.302 persone. Le esportazioni variano dal 31% della logistica al 77% dell'imballaggio. Il salone del 2018 riunirà tutte le aziende

