

Sei in: Home page > Notizie e Finanza > I protagonisti

Focus Small Cap

Home page | **I protagonisti** | Strumenti | Indici | Notizie dalle agenzie

I PROTAGONISTI

ILPRA, IL MADE IN ITALY DELLE MACCHINE PER IL PACKAGING

FTA Online News 17 Apr 2019 - 15:41

Una società lombarda leader nelle tecnologie per il confezionamento alimentare (e non solo)

"Negli ultimi 20-30 anni il packaging ha rivoluzionato il settore della conservazione alimentare. Venti anni fa un prodotto "fresco" aveva una durata di 3-4 giorni, oggi si può arrivare a 30-40 giorni grazie alle nuove tecnologie, tagliando in maniera drastica il ricorso a conservanti, coloranti e altri additivi. Noi siamo tra i leader di questo cambiamento, lo abbiamo seguito fin dalle prime fasi, da quando negli anni Ottanta fummo tra i primi produttori di termosaldatrici per vaschette alimentari in Italia".

Maurizio Bertocco, presidente e amministratore delegato di Ilpra, è uno degli artefici dell'evoluzione storica della società di Mortara (PV), che controlla insieme alla moglie Cristina Maldifassi.

Ogni giorno vediamo al supermercato delle vaschette alimentari, ma spesso ignoriamo la tecnologia e l'innovazione che permettono queste soluzioni di packaging. Voi produceτε, tra l'altro, le termosaldatrici alla base di questi sistemi di conservazione. Ci spiega come funzionano?

"La conservazione alimentare è stata radicalmente trasformata dai sistemi di confezionamento in **atmosfera protettiva**. In pratica tramite un gas (in genere soprattutto azoto e in quantità minore ossigeno) si espelle l'ossigeno da una confezione e così si blocca la proliferazione di batteri che in un ambiente aerobico crescerebbero esponenzialmente. Un confezionamento corretto con questi sistemi riduce enormemente il ricorso ad additivi e rallenta in maniera sostanziale il deperimento degli alimenti. Chiaramente diventa fondamentale l'igiene e il controllo dell'area di confezionamento: più si riduce la carica batterica iniziale, migliori sono i risultati della successiva conservazione, in alcuni casi si ricorre persino a camere bianche, ossia a

SCARICA GRATIS LA TUA GUIDA DI TRADING ONLINE

7 Semplici Modi per Guadagnare di Più

7 Semplici Modi per Guadagnare di Più

In meno di 2 settimane!

MTM

SCARICA ORA

il trading è rischioso. 61% degli investitori perde durante le operazioni



laboratori sterili ad atmosfera controllata. Come detto, però, i vantaggi ottenuti negli ultimi anni sono enormi”.

Il mercato vi chiede anche una notevole personalizzazione immagino...

“Il livello di **personalizzazione del prodotto** nel nostro settore è altissimo: ogni azienda vuole le proprie vaschette e queste rispondono ad esigenze di conservazione, ma anche estetiche, che chiamano in causa la moda e la gestione del brand. Per dare un’idea della complessità dei processi, basti pensare che i film di copertura, la “plastica” che ricopre gli alimenti, sono in realtà composti da diversi strati che rispondono a diverse esigenze. Esistono film antifog, che evitano la condensa in confezione; film a diversi gradi di impermeabilità e persino film anti UV che schermano determinate frequenze di luce e difendono, per esempio, il colore di un prosciutto cotto. Per le carni il gas impiegato nell’atmosfera controllata della confezione contiene più ossigeno perché si lega all’emoglobina e conserva il colore rosso. Bisogna dunque gestire e bilanciare numerosi fattori, calibrandoli sulle esigenze di ogni cliente”.

Negli anni '80 avete avviato, oltre alla produzione delle prime confezionatrici, la vostra internazionalizzazione: oggi l'estero copre più del 70% del vostro fatturato e siete già presenti un po' in tutto il mondo. Riuscite a competere su scala globale? Come è distribuito il mercato?

“Il packaging mondiale è sostanzialmente dominato da Italia e Germania, che si dividono più o meno equamente il 50% del mercato. Il settore specifico del packaging alimentare rispecchia all’incirca le stesse proporzioni, quindi difendiamo e promuoviamo **ruoli di primo piano**.

In **Italia** nel settore delle macchine per il packaging si conta una quarantina di operatori, ma noi siamo tra quei 4-5 che coprono da soli l’80% del mercato.

Il nostro settore presenta importanti **barriere all’ingresso** in termini di tecnologia ed esperienza che sbarrano il passo alla concorrenza, per esempio, asiatica. Crediamo di avere delle posizioni di rilievo che, d’altronde, difendiamo con un lavoro continuo di miglioramento”.



In effetti prima della quotazione avete riorganizzato la società, anche in termini di perimetro, e lavorate molto sui processi. Come è andata? Perché avete deciso di quotarvi su AIM Italia?

“Dal 2014 in poi abbiamo avviato **ristrutturazioni importanti**, abbiamo internalizzato parti della produzione prima provenienti dall'esterno per rafforzare rapidità e controllo dei processi. Il nostro cuore produttivo, lo **stabilimento di Mortara** dove lavoriamo con laser, frese e piegatrici l'acciaio inox e gli altri materiali e componenti che ci servono, è stato potenziato e migliorato nel tempo. Lì facciamo anche ricerca e custodiamo i nostri software, un asset importante come l'esperienza dei nostri dipendenti. In vista della **quotazione** ci siamo riorganizzati con cura.

Abbiamo definito un nuovo perimetro ideale che, fra l'altro, ha concentrato le macchine per il packaging (e in parte la termoformatura) in Ilpra e le ha separate dai contenitori di Tecnofoodpack. Abbiamo selezionato strutture e persone adatte al nostro progetto. Abbiamo fatto dell'IPO un'occasione di rafforzamento dell'organizzazione interna: quando si cresce una maggiore trasparenza e una struttura più efficiente sono importanti”.

Cosa farete dei 5,3 milioni di euro raccolti?

“Soprattutto punteremo sul potenziamento della nostra presenza all'estero, con l'ampliamento del presidio dei mercati tramite filiali nostre. Guardiamo con grande interesse a Germania, Francia, Europa dell'Est, Russia, Australia e Stati Uniti. Valutiamo inoltre alcune acquisizioni mirate per rafforzare la nostra integrazione verticale a valle del mercato di riferimento. Continueremo nel frattempo a investire nei processi per ridurre ancora i tempi morti, efficientare la gestione del magazzino, promuovere il controllo. Stiamo applicando i concetti di lean manufacturing e lean management per adattare la struttura ai requisiti dell'Industria 4.0.”.

Nel 2018 avete registrato una crescita impetuosa del fatturato (+15,8% a € 31,5 mln), l'ebit è migliorato del 4,3% e l'utile del 12,8% (2,9 mln). E' cresciuta anche la posizione finanziaria netta a 9,5 milioni, dai precedenti 8,5 mln, mantenendosi comunque sotto il patrimonio netto (€ 10,5 mln). Continua inoltre a crescere il capitale circolante che ha raggiunto i 12,19 milioni. E' un ritmo sostenibile nel medio e lungo periodo, anche con le incertezze sul ritmo della crescita globale?

“La crescita del 2018 è il primo risultato dei 3-4 anni di cambiamenti dell'organizzazione da cui veniamo. Finanziare il circolante con questi tassi di sviluppo è fisiologico, ma con le nuove risorse derivanti dalla quotazione possiamo fare tutto più rapidamente, rafforzando la presenza all'estero e l'organizzazione interna. Quanto al futuro, vanno considerate le caratteristiche del settore alimentare in generale e del packaging in particolare. Se il settore alimentare per sua natura tende a non essere troppo volatile, il packaging - a mio parere - è praticamente aciclico. Abbiamo notato che nelle fasi di crisi le aziende puntano sulla confezione per supportare le vendite e questa è una reazione che ci incoraggia. Tutti gli studi di settore ci danno inoltre buone indicazioni, senza considerare che mercati importanti si stanno aprendo soltanto ora, dall'Europa orientale all'India”.

Condividi con:

