

Tecnologia e sostenibilità al centro di The Innovation Alliance

Format di Fiera Milano che riunisce cinque manifestazioni

Milano, 30 mag. (askanews) – Successo di pubblico e di espositori che hanno occupato tutti i 17 Padiglioni di Rho Fiera per The Innovation Alliance, l'innovativo format pensato da Fiera Milano che riunisce cinque manifestazioni **Plast**, Ipack-Ima, Meat-Tech, Print4All e Intralogistica Italia, rappresentative di una filiera che spazia dalla lavorazione di materie prime al packaging, fino alla logistica. Comparti che rappresentano quasi il 20% del nostro export, fatturano 24 miliardi l'anno e occupano 70mila addetti. Centrale lo sviluppo tecnologico che ha subito un'accelerazione grazie al piano nazionale Industria 4.0, come ha spiegato Alberto Vacchi presidente e amministratore delegato del colosso del packaging Ima: “Credo sia un grande impulso per le nostre aziende, che attraverso la modernizzazione digitale riusciranno a velocizzare percorsi nuovi che costituiscono l'elemento base per mantenere alta la competitività. L'auspicio è che questo tipo di dinamica sul 4.0 possa continuare a prescindere dai governi che ci troveremo davanti”.

Sempre più centrale il tema della sostenibilità come dimostra l'esperienza dell'azienda milanese Travaglini, leader mondiale nella costruzione di impianti per la lavorazione di salumi, formaggi e prodotti ittici, che sfruttando il proprio know how ha deciso di puntare, attraverso la divisione Farm Tech, anche sull'agricoltura sostenibile basata sull'utilizzo di serre verticali in ambienti protetti, come ha spiegato il responsabile Luca Travaglini: “E' un sistema molto efficiente, riusciamo a riproporre tutti i giorni dell'anno il processo di madre natura in un ambiente protetto, quindi aria filtrata, acqua sterilizzata e integrata di nutrienti per la pianta e luce che sostituita da led ad alta efficienza forniti da Philips che è nostro partner in questo progetto”.

Altro elemento chiave è quello della stampa di materiale e supporti per la comunicazione. Aziende come Canon, sono oggi in grado di realizzare campagne pubblicitarie chiavi in mano come fatto ad esempio con Elemental, una linea di cosmetici inventata a scopo dimostrativo. Marco Dusi di Canon Italia: “La realizzazione di una campagna pubblicitaria parte dalla creazione di asset fisici che vengono stampati e spediti ai consumatori per pubblicizzare il prodotto fino all'allestimento dei punti vendita sia interno che alla comunicazione pubblicitaria verso l'esterno. The Innovation Alliance che ospita 3.500 espositori provenienti da 65 paesi chiuderà i battenti venerdì primo giugno.