



SPS IPC Drives Italia, a Piacenza si mostrano le tecnologie per Agrifood&Beauty



SPS IPC Drives Italia porta l'automazione e il digitale nelle filiere e nei territori. E' iniziato da Piacenza il giro d'Italia che continuerà con Verona il 28 febbraio, Lucca il 28 marzo e Bari il 18 aprile, terminando con la fiera promotrice dell'iniziativa: SPS IPC Drives Italia, a Parma dal 22 al 24 maggio 2018. Rendere protagonisti le realtà produttive locali, è questo lo scopo dei roadshow della manifestazione.



A Piacenza la prima tappa dell'Sps Ipc Drives Italia

Nella sede del Politecnico di Milano a Piacenza, un ex macello, sono state coinvolte le realtà rappresentative dei distretti industriali più vicini al territorio nella Tavola Rotonda "Oltre l'industria 4.0: nuove tecnologie e logistica al servizio di Agrifood&Beauty". Filippo Colla, Presidente del Gruppo Giovani Industriali di Confindustria Piacenza ha aperto i lavori della giornata "La modernizzazione dei processi produttivi può consentire alle nostre imprese di ridurre i costi di produzione e sopravvivere in un mercato sempre più competitivo. Soprattutto nel settore alimentare ci si contra spesso con una mentalità diversa, legata alla tradizionalità e alla difesa dell'artigianalità dei prodotti. E' proprio questa contrapposizione che va superata".

Tra i saluti istituzionali anche gli interventi di Donald Wich, Amministratore Delegato Messe Frankfurt Italia, Dario Zaninelli, Prorettore per il Polo Territoriale di Piacenza del Politecnico di

Milano, Franca Cantoni, Professore Associato Facoltà di Economia e Giurisprudenza Università Cattolica del Sacro Cuore – AILOG) e Luigi Terzi, Presidente Assologica Cultura e Formazione.

Gli oltre 100 visitatori in sala hanno seguito con estrema attenzione i key note speech delle aziende locali, esempi virtuosi di industria 4.0 e personalizzazione di massa.



Donald Wich

“La nostra applicazione principe è legata alla personalizzazione del prodotto, un cosmetico nel nostro caso, al 100%. Ogni persona ha la possibilità di avere il suo cosmetico basato su una ricetta personale, con assicurazione qualità e aspetti regolatori integrati direttamente nella produzione” afferma Francesco Rizzotti, CEO e Founder Hekatè Cosmetics.

“Facciamo prodotti cosmetici conto terzi: produciamo per brand a livello mondiale ed esportiamo circa l’85% del fatturato. Il 50% delle richieste dei nostri clienti sono relative proprio alla personalizzazione del prodotto ed è questa la strada che stiamo seguendo, dimostrando che è fattibile non solo nel mercato di nicchia ma anche sui grandi numeri.” dice Domenico Cicchetti, CEO Omnicos. “Noi ci siamo mossi con largo anticipo come investimenti in ottica di Industria 4.0, ma il piano Calenda ci è venuto in aiuto soprattutto nella comprensione della necessità di ammodernamento. Momenti di confronto come questa Tavola Rotonda di Piacenza sono indispensabili per l’incontro e la fusione tra chi si intende di industria e chi si intende di tecnologie”, conclude Daniele Ferrari, Responsabile Automazione Industriale Parmalat Italia.