

MACPLAS

MFP

Bimestrale
Anno 51 - Numero 412
Maggio/Giugno 2026
www.macplas.it



RIVISTA PER L'INDUSTRIA DELLE MATERIE PLASTICHE E DELLA GOMMA

PERFORMANCE
BEYOND LIMITS

Masterbatches, Additives and BIOcompound



DISCOVER MORE



mdplast.it

See you at:



Un 2025 a due velocità | Imballaggio flessibile italiano: solido, innovativo e competitivo |
Un'azienda dove l'innovazione nasce dalla tradizione | A Plast 2026 con una nuova identità e
un nuovo ruolo sul mercato | Hub per la manifattura e l'innovazione tecnologica

Edizione Promoplast 51 - Centro Direzionale Mila nord/1 - Via Lazio 1/3 - 20137 Assago (Mi) - ISSN 0274-0433 - Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale - 70% LOM/MI/20A3



Venti edizioni e non sentirle

Plast compie sessantadue anni... portati benissimo!

Da salone europeo delle materie plastiche a manifestazione di riverbero mondiale. Sessantadue anni, venti edizioni, una vocazione invariata: essere il punto di incontro tra chi costruisce tecnologia e chi la usa. Un viaggio che ripercorre le tappe di una fiera nata e cresciuta insieme all'industria a cui si rivolge.

Di Giampiero Zazzaro

Se state leggendo questa copia, significa che Plast sta per iniziare o è già in corso, e forse siete proprio all'interno dei padiglioni di Fiera Milano a Rho, dove dal 9 al 12 giugno 2026 la manifestazione ha aperto le porte per la ventesima volta. È un'occasione rara per fermarsi e guardare indietro, non per nostalgia, ma per capire meglio dove si è arrivati. Perché la storia di Plast è, in larga misura, la storia dell'industria delle materie plastiche e della gomma: ne ha seguito le stagioni di crescita, ne ha accompagnato le trasformazioni, ne ha attraversato le crisi senza mai perdere la propria funzione di specchio e bussola.

L'ultima volta che il settore si era ritrovato in questi padiglioni era il settembre del 2023. Un settembre inusuale, per una fiera che aveva sempre preferito la primavera. Tra quella edizione e questa sono passati quasi tre anni densi di cambiamenti, scelte organizzative e nuove sfide. Ma per capire il senso di Plast 2026 occorre risalire ancora più indietro, fino all'origine.

1964: nasce Plast

Tutto comincia in un'Italia che stava ancora vivendo il boom economico, un Paese in cui la parola "plastica" evocava modernità, leggerezza, futuro. Era il 1954 quando Giulio Natta aveva sintetizzato il polipropilene isotattico al Politecnico di Milano, aprendo una strada che avrebbe trasformato la produzione industriale mondiale. Il Mogli di Montecatini era già entrato nelle case degli italiani grazie a Carosello e all'inconfondibile refrain di

Gino Bramieri. L'industria cresceva, i trasformatori si moltiplicavano e i costruttori di macchine cercavano una vetrina che fosse alla loro altezza.

Nel 1964, alla Fiera di Milano, quella vetrina prese forma: nacque il Salone Europeo delle Materie Plastiche e della Gomma, che la storia avrebbe poi chiamato semplicemente Plast. La prima edizione raccolse circa 800 espositori, di cui 250 stranieri, e registrò un'affluenza di oltre 200 mila operatori economici e tecnici. Numeri straordinari per l'epoca, che confermavano quanto il settore fosse maturo per un appuntamento dedicato. Al Congresso europeo delle Materie Plastiche, organizzato in parallelo, parteciparono 50 relatori e 400 iscritti provenienti da 22 Paesi.

Da quella prima edizione la cadenza sarebbe diventata prima quadriennale e poi triennale.

A rafforzare l'identità visiva della manifestazione contribuì, già nel 1969, Armando Testa, il grande pubblicitario torinese che aveva firmato tra l'altro il logo della Pirelli. Il suo segno grafico per Plast divenne nel 1972 un poster iconico, tanto da essere acquisito dalla collezione permanente di Architettura e Design del Museum of Modern Art di New York.

Dagli anni Settanta ai Duemila: crescita e internazionalizzazione

Negli anni successivi Plast consolidò la propria posizione come riferimento europeo del settore. La cadenza triennale garantiva continuità; la sede milanese, nel cuore della meccanica stru-

Nel 1964, alla Fiera di Milano, nacque il Salone Europeo delle Materie Plastiche e della Gomma, che la storia avrebbe poi chiamato semplicemente Plast. La prima edizione raccolse circa 800 espositori, di cui 250 stranieri, e registrò un'affluenza di oltre 200 mila operatori economici e tecnici.

mentale italiana, assicurava un contesto industriale unico. Promaplast, la società organizzatrice di proprietà di Amaplast - associazione nazionale dei costruttori di macchine e stampi per materie plastiche e gomma, aderente a Confindustria - ha costruito nel tempo una struttura professionale capace di gestire una manifestazione di scala internazionale, curando i rapporti con le fiere partner estere, coordinando le delegazioni di visitatori e garantendo la qualità del programma espositivo e convegnistico.

Con l'ingresso nel nuovo millennio, Plast era già una realtà affermata. Le edizioni degli anni Duemila registrarono numeri crescenti di espositori e visitatori internazionali, con una presenza sempre più significativa di aziende asiatiche, in particolare cinesi. L'Italia rimaneva il cuore espositivo, con i costruttori nazionali di macchine che rappresentavano la spina dorsale dell'offerta, ma la vocazione globale della manifestazione si andava rafforzando edizione dopo edizione.

Nel 2015, Plast si svolse in una cornice eccezionale: la settimana di apertura di Expo Milano, dal 5 al 9 maggio. Un'occasione irripetibile di visibilità internazionale, che portò in fiera oltre 50 mila operatori e più di 1.584 espositori, in leggera crescita rispetto all'edizione precedente. La concomitanza con l'esposizione universale amplificò l'eco mediatica dell'evento.

2018: The Innovation Alliance e i numeri da record

L'edizione 2018 rappresenta probabilmente il punto più alto raggiunto da Plast in termini di scala e impatto. Dal 29 maggio al 1° giugno, Fiera Milano ospitò non solo il salone delle materie plastiche e della gomma, ma un progetto fieristico senza precedenti: The Innovation Alliance, che vedeva svolgersi in contemporanea Plast, Ipack-Ima, fiera internazionale di riferimento per i processi e le tecnologie di confezionamento e imballaggio per il mondo food e non-food, PrintMall, hub di riferimento per la filiera del printing, converting e finishing, Meat-Tech, fiera specializzata in tecnologie e soluzioni innovative per la filiera delle carni e intralogistica Italia, sistemi automatizzati per movimentazione industriale. Cinque manifestazioni, un intero quartiere fieristico, un messaggio chiaro: la meccanica strumentale è un ecosistema interconnesso, e le filiere si parlano.

I risultati diedero ragione all'intuizione: l'Alliance totalizzò 150 mila presenze di operatori, per il 27% esteri. Plast da solo portò oltre 1.500 espositori su una superficie di 55 mila metri quadrati netti, con più di 63 mila visitatori di cui il 27,5% esteri.

Per i costruttori italiani, che in quegli anni registravano un fatturato di oltre 4 miliardi di euro con un'incidenza delle esportazioni attorno al settanta per cento, Plast 2018 fu una piattaforma di lancio su mercati internazionali, uno strumento di promozione del made in Italy che nessuna campagna pubblicitaria avrebbe potuto replicare con la stessa efficacia. Gli incontri, le dimostrazioni in funzione, i contratti siglati a bordo stand: la fiera fisica, in



un'epoca in cui si cominciava già a parlare di digital transformation, confermava tutta la propria insostituibilità.

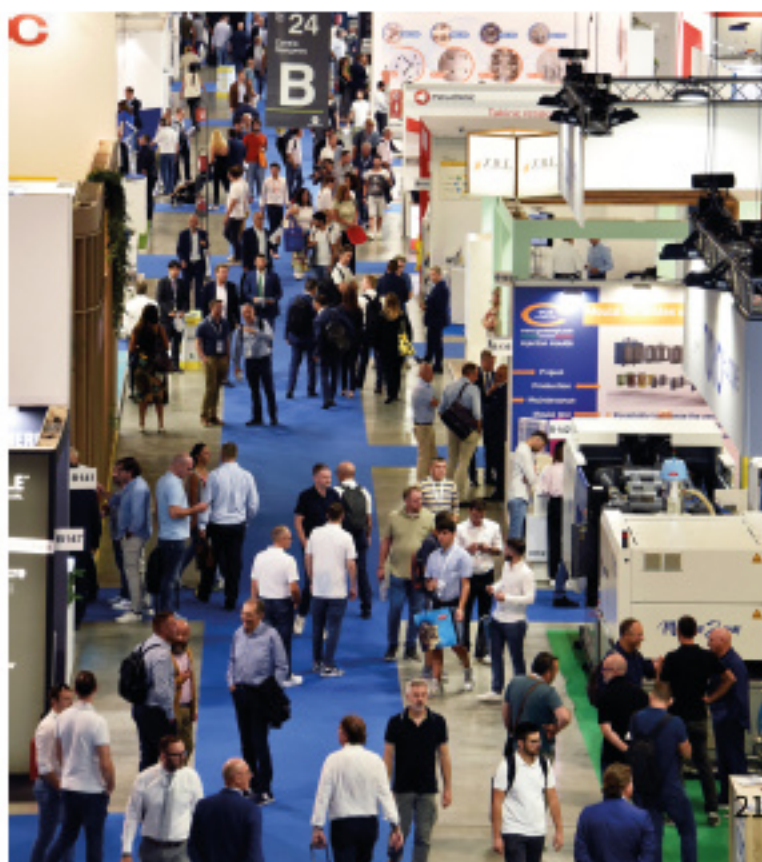
L'imprevisto: pandemia, rinvio e la nascita di GreenPlast

La triennalità di Plast avrebbe portato alla diciannovesima edizione nel 2021. Le date erano già fissate, le iscrizioni aperte, l'organizzazione avviata. Poi arrivò il Covid-19.

La pandemia travolse il settore fieristico mondiale, costringendo Promaplast a una scelta dolorosa ma inevitabile: l'edizione 2021 fu cancellata. Non c'erano le condizioni sanitarie, logistiche né psicologiche per ospitare in sicurezza le migliaia di espositori e visitatori internazionali che Plast richiede. Fu una perdita significativa, non solo economica: un'industria già alle prese con le prime avvisaglie della crisi delle forniture si trovò privata del suo principale momento di aggregazione.

Ma da quella difficoltà nacque qualcosa di nuovo. Promaplast colse l'occasione per lanciare GreenPlast, una mostra-convegno di dimensioni più contenute ma dal posizionamento strategico preciso: la sostenibilità nell'industria delle materie plastiche e della gomma. La prima edizione si tenne a maggio del 2022,

Le edizioni degli anni Duemila registrarono numeri crescenti di espositori e visitatori internazionali, con una presenza sempre più significativa di aziende asiatiche.



Dal 2023 al 2026
Promoplast ha
adottato una strategia
di promozione
internazionale e capillare,
portando il nome di
Plast direttamente nei
mercati di riferimento,
nelle fiere concorrenti e
nei circuiti della stampa
specializzata mondiale.



quando le restrizioni legate alla pandemia iniziavano a ridimensionarsi, aprendo un filone tematico che il settore aveva urgente bisogno di elaborare. La plastica, materiale straordinario per prestazioni e versatilità, si trovava al centro di un dibattito pubblico sempre più acceso sulla sua fine vita, sul riciclo, sull'impatto ambientale. GreenPlast diede a quel dibattito un luogo fisico, qualificato e settoriale.

L'edizione 2025 di GreenPlast ha confermato la vitalità del format: 200 espositori (75% italiani e 25% esteri), 17.373 visitatori, 19 Paesi rappresentati, 5.500 metri quadrati, un pubblico altamente qualificato, con una forte componente convegnistica che ha attirato ricercatori, policy maker e manager di sostenibilità da tutta Europa.

2023: il ritorno dopo cinque anni

"Sono trascorsi cinque anni, ma sembra un'altra era". Con queste parole Mario Maggiani, amministratore delegato di Promoplast, aveva presentato l'edizione 2023 della fiera. E aveva ragione: dal 2018 al 2023, il mondo era cambiato radicalmente. Covid, crisi degli approvvigionamenti di materie prime e componentistica, guerra in Ucraina, inflazione, rincari energetici. Un quadro che nel 2018 nessuno avrebbe potuto immaginare. Plast 2023 si tenne dal 5 all'8 settembre, date inusuali per una fiera che aveva sempre occupato la primavera, scelta che Mag-

giani stesso spiegò come strategica per evitare sovrapposizioni con altre grandi manifestazioni internazionali. I risultati raccolti hanno dato un segnale di fiducia in un mercato tutt'altro che facile.

La diciannovesima edizione di Plast registrò 1.323 espositori, di cui il 47% proveniente dall'estero, distribuiti su 50.000 metri quadrati netti in sei padiglioni di Fiera Milano Rho. I visitatori furono 38.000, da 109 Paesi, con una quota internazionale del 26%. Numeri inferiori al record del 2018 – inevitabile, dopo cinque anni di stop e in un contesto economico difficile – ma sufficienti a ribadire il ruolo di Plast come principale appuntamento europeo del settore.

Ai tre saloni satellite storici – Rubber, dedicato alle tecnologie per la gomma; 3D Plast, alla stampa additiva; PlastMat, ai materiali innovativi – si affiancò un programma convegnistico articolato, che toccò i temi più urgenti del momento. Le delegazioni di visitatori organizzate con la collaborazione dell'Agenzia ICE portarono operatori qualificati da diverse aree strategiche dell'export italiano, confermando l'importanza del canale istituzionale per l'internazionalizzazione della fiera. Alla chiusura dei cancelli, l'8 settembre 2023, si poteva parlare di un ritorno riuscito. Non trionfalistico – le difficoltà del settore erano reali, e sarebbe stato fuori luogo ignorarle – ma convincente. Plast aveva dimostrato ancora una volta di saper resistere alle perturbazioni esterne senza perdere la propria identità.

2023-2026: costruire la ventesima edizione

Il percorso organizzativo verso Plast 2026 è cominciato, come da prassi, quasi subito dopo la chiusura dell'edizione precedente. Le iscrizioni si sono aperte a marzo del 2025 registrando una resilienza in un contesto di mercato tra i più complessi degli ultimi anni. Con l'automotive in crisi, la domanda in frenata e le incertezze geopolitiche a pesare sugli investimenti, Plast 2026 si presenta a Fiera Milano con la partecipazione di oltre 1.000 aziende iscritte provenienti da Paesi di tutto il mondo, e circa 200 nuovi espositori rispetto all'edizione precedente, di cui il 32% rappresentato da aziende internazionali. Un risultato che,

Ai tre saloni satellite storici – Rubber, dedicato alle tecnologie per la gomma; 3D Plast, alla stampa additiva; PlastMat, ai materiali innovativi – si affianca un programma convegnistico articolato, che tocca i temi più urgenti del momento.



Il momento più intenso di questo piano di comunicazione è stato il press tour del 24-26 febbraio 2026. Una trentina di giornalisti italiani e internazionali, rappresentanti delle principali testate di settore, hanno trascorso tre giorni in Italia visitando altrettante aziende espositrici di Plast.



letto nel quadro generale del settore, conferma la tenuta strutturale di una manifestazione capace di resistere anche alle congiunture avverse.

La novità strutturale più importante dell'edizione 2026 è però di natura diversa: Plast non si svolge da sola. Per la prima volta, la manifestazione è parte di MaTec, un progetto fieristico che riunisce tre saloni della manifattura avanzata: Plast per le tecnologie della plastica e della gomma, Xylexpo, la biennale delle tecnologie per la lavorazione del legno e dell'arredamento, organizzata da Adimall, e Composites Future, mostra-convegno dedicata ai materiali compositi, nata dalla collaborazione tra Asso compositi e Xylexpo.

Otto padiglioni, tre fiere complementari, un unico quartiere espositivo. L'obiettivo dichiarato è favorire la "contaminazione tecnologica" tra settori che condividono sfide simili: sostenibilità dei materiali, automazione dei processi, digitalizzazione della produzione, accesso ai mercati internazionali. Un visitatore che arriva a Plast per le macchine da estrusione può trovare, a pochi passi, le ultime innovazioni nella lavorazione del legno o i materiali compositi. La logica è quella del distretto manifatturiero applicata alla fiera.

I tre saloni satellite, Rubber, 3D Plast e PlastMat che avevano consolidato la propria identità nelle edizioni precedenti, tornano anche nel 2026.

Sul fronte dell'internazionalizzazione, la collaborazione con Agenzia ICE si è rafforzata rispetto al 2023. Delegazioni di buyer sono attese da più aree geografiche, con un'attenzione particolare ai mercati in crescita di Asia, Africa mediterranea e subsahariana, America Latina, Europa centro-orientale e Balcani. Le pre-registrazioni online, aperte a marzo 2026, hanno confermato un interesse globale elevato.

La road map verso giugno: stand, fiere e press tour

La ventesima edizione non si è costruita solo a tavolino. Il triennio 2023-2026 ha visto Promaplast dispiegare una strategia di promozione internazionale capillare, portando il nome di Plast direttamente nei mercati di riferimento, nelle fiere concorrenti e nei circuiti della stampa specializzata mondiale.

Sul fronte delle presenze fieristiche, gli stand informativi allestiti da Amaplast nelle principali manifestazioni del settore hanno costituito il canale più diretto per intercettare potenziali espositori e visitatori esteri. Il K 2025 di Düsseldorf ha rappresentato il palcoscenico più importante: oltre a essere un evento fieristico in sé, è tradizionalmente il luogo dove si piantano i semi per le edizioni successive delle fiere minori. Alla fiera tedesca si sono aggiunte Plast Eurasia a Istanbul, uno dei mercati di acquisto di macchinari italiani più vivaci dell'area euro-mediterranea, Plastex al Cairo, Plastindia a Nuova Delhi con il suo Italian Technology Day, Expo Plásticos a Guadalajara e Chinaplas a Shanghai: un percorso che abbraccia quasi tutti i continenti e che riflet-

te la mappa reale dell'export italiano di macchine per plastica e gomma.

Il momento più intenso di questo piano di comunicazione è stato però il press tour del 24-26 febbraio 2026. Una trentina di giornalisti italiani e internazionali, rappresentanti delle principali testate di settore, hanno trascorso tre giorni in Italia visitando altrettante aziende espositrici di Plast: una finestra aperta sui contenuti tecnologici della fiera prima ancora che i cancelli si aprissero. Il programma, organizzato da Promaplast in collaborazione con gli espositori ospitanti, ha offerto ai media un'anteprima concreta dell'innovazione che avrebbero poi trovato in fiera, trasformando i giornalisti da spettatori a testimoni diretti. Portare la stampa internazionale dentro le fabbriche italiane è uno degli strumenti più efficaci di promozione che una fiera B2B possa attivare.

La ventesima edizione: sessantadue anni dopo

Nel 1964, qualcuno aveva avuto l'idea ambiziosa di radunare in un unico luogo tutto ciò che una industria sapeva fare. Sessantadue anni dopo, quell'idea è ancora qui, un po' più grande, molto più internazionale. Ma l'idea di fondo non è cambiata: mettere di fronte chi produce tecnologie e chi è interessato ad acquistarle, in uno spazio fisico dove le trattative prendono forma. Plast non ha mai messo di essere, prima di tutto, un luogo di incontro. E i luoghi di incontro, quando funzionano davvero, non invecchiano.

Le fiere che durano venti edizioni non sopravvivono per inerzia, sopravvivono perché continuano a rispondere a una domanda reale. E quella domanda, per ora, non accenna a tacere. **ICE**



Sul fronte dell'internazionalizzazione, la collaborazione con Agenzia ICE si è rafforzata rispetto al 2023 con delegazioni di buyer ai principali mercati in crescita: Asia, Africa mediterranea e subsahariana, America Latina, Europa centro-orientale e Balcani.