

## Intervista a Stephen Lowe, cofondatore di Compopack

# “La cialda per il caffè è il nostro business facciamo macchine per un ambiente green”

di **Marco Bettazzi**

Progettano e realizzano macchine automatiche per produrre cialde di caffè compostabili. «L'attenzione alla sostenibilità è l'unico modo per gli italiani di sopravvivere nella competizione globale», sostiene Stephen Lowe, già manager di varie aziende e cofondatore di Compopack.

### Come nasce Compopack?

«Io sono inglese, mia madre cinese, ma sono in Italia dal 1989. Sono ingegnere meccanico e ho fatto il manager per grandi e piccole imprese. Compopack nasce nel novembre 2019 per seguire un paio di clienti per cui facevamo progettazione. Nel marzo 2020 ci siamo riorganizzati e focalizzati sul caffè, c'è stato un aumento di capitale con l'entrata in società di Marco Verri, che proviene dal mondo Ima, e insieme abbiamo progettato una macchina per l'imbottaggio di caffè in carta compostabile. Oggi progettiamo e vendiamo macchine per una nicchia di mercato, col marchio EcoPod: ne abbiamo fatte due generazioni, con una seconda versione più smart e leggera grazie a un bando della Regione. Oggi siamo noi due soci più tre dipendenti, ci appoggiamo ad aziende esterne che fanno la costruzione delle macchine a Imola, ma abbiamo anche una sede a Lugo. Siamo stati contattati da un'azienda svizzera per una macchina che fa capsule di caffè senza nessun incarto, come un dado Star, la presentiamo al Sigep in questi giorni».

### Quanto vale il progetto EcoPod?

«È un investimento da circa 200 mila euro, di cui circa metà della Regione. La nostra è una startup ma io ho 58 anni e 25 anni di esperienza nell'industria, eppure abbiamo aderito alle iniziative di Art-Er l'estate

scorsa con una serie di corsi che sono stati molto utili anche per me».

### Il settore del caffè in cialde è in crescita?

«È storicamente in crescita, perché vendere il caffè porzionato è più redditizio che venderlo in busta. L'Italia si difende abbastanza bene in questo settore, però ci sono tante aziende che si dichiarano "green" senza aver cambiato sostanzialmente le macchine che utilizzano. Noi abbiamo trovato una soluzione per rendere tutto il sistema più

sostenibile, ma siamo in cinque. Se un'azienda strutturata approcciasse il tema della sostenibilità come strategico potrebbe cambiare il mercato. È l'unico modo per sopravvivere nei prossimi vent'anni, indiani e cinesi sono molto più avanti degli italiani, non dal punto di vista tecnologico ma nell'approccio a questo tema. Io credo che le grandi aziende italiane di caffè invece di seguire o clonare prodotti dei grandi gruppi dovrebbero reinventare il prodotto facendo leva sulla sostenibilità. Come si può competere facendo un clone della Nespresso?».

### Ma oggi c'è più attenzione alla sostenibilità?

«Le grandi aziende hanno più attenzione perché il loro marchio è legato all'opinione del consumatore, che oggi dà più rilievo all'ecologia. Ma anche un grande marchio può perdere il suo valore in tempi incredibilmente veloci se viene percepito come inquinante. Spesso però le grandi aziende lavorano solo per mantenere le quote di mercato, molte dichiarazioni "green" non hanno alcuna base dimostrabile».

### Prevedete di crescere?

«L'anno scorso abbiamo fatturato circa 300 mila euro, vendendo quasi solo consulenze, l'anno prima 30-40 mila euro. Nel 2023 vogliamo arrivare a 1,5 milioni perché ci sono buone prospettive e abbiamo già vari accordi. Cresceranno anche le persone, vogliamo arrivare a 20-25

quest'anno, stiamo cercando soprattutto nel mondo del software digitale, perché abbiamo un progetto sulla tracciabilità dei rifiuti. Ma servono anche montatori meccanici e qualcuno nell'ufficio acquisti».

### Lavorate nella packaging valley di Ima, Coesia o Marchesini. Un po' Davide contro Golia, no?

«Ma noi non vogliamo batterli, la cosa migliore che può capitare è unire le nostre capacità e portare avanti questi progetti. Io non avrei nessun problema se qualcun altro volesse farlo. Non vogliamo togliere nulla alle grandi del packaging, ma convincere l'industria e i produttori di caffè che è possibile mettere la sostenibilità in primo piano. Tra l'altro le nostre macchine non sono in competizione con queste, non costano milioni ma 150 mila euro, lavorano a velocità più basse ma consentono di ottenere sia cialde che capsule, e quindi sono più attraenti per un piccolo torrefattore che per una grande multinazionale».

### Una macchina low cost?

«Una macchina ad alta qualità, perché usa gli ultrasuoni, però progettata per essere abbordabile da chi produce una quantità di capsule non molto elevata. Stiamo lavorando poi per avere una macchina 100% made in Italy, perché adesso alcune parti elettroniche non si trovano qui. Noi vogliamo creare occupazione in Italia».



— “ —

*L'anno scorso  
abbiamo fatturato  
300 mila euro,  
ma ora vogliamo  
arrivare  
a 1,5 milioni*

— ” —



Peso:64%