

BFM**Pad. 14 | Stand B02**

Il 2025 segna il cinquantesimo anniversario di BFM, l'azienda di Solbiate Olona (Varese), specializzata nella produzione di macchine per la stampa flessografica, traini e avvolgitori automatici per linee di estrusione film.

"BFM è stata fondata nel 1975 e a marzo abbiamo celebrato i nostri 50 anni", racconta Simona Colombo Sales and Marketing Manager di bfm. "Oggi operiamo attraverso due divisioni indipendenti, una dedicata alle macchine da stampa flessografiche e l'altra alla produzione di traini e avvolgitori". L'azienda ha sempre avuto una forte impronta internazionale: "Siamo presenti in tutto il mondo, con agenti e clienti su tutti i continenti, dall'America

all'Asia, con una forte presenza anche in Africa".

Raggiungere i 50 anni in un settore altamente competitivo come quello delle macchine per materie plastiche non è un'impresa facile. Qual è il segreto della longevità di bfm?

"Essere sempre stati un'azienda di medie dimensioni ha influito positivamente", afferma Simona Colombo. "Questo ci ha permesso di adottare un approccio proattivo e di rimanere vicini ai clienti, garantendo soluzioni tecnologicamente avanzate, affidabili e rapide. La nostra agilità ci ha consentito di sviluppare soluzioni personalizzate in base alle esigenze del cliente, una flessibilità che ci ha contraddistinto fin dall'inizio e che continua a esserlo in un mercato che, come è noto, è cambiato radicalmente negli anni".

Come osserva Marco Adamo, Area Manager di bfm "il settore è cambiato molto negli ultimi anni, sia per quanto riguarda le tecnologie, sia le soluzioni offerte, così come i mezzi di comunicazione. In



passato, ci si concentrava su mercati specifici; oggi, la strategia è quella di espandere la rete in modo globale, diversificando le opportunità. Con l'ingresso di nuovi competitor, in particolare dal Sud-Est asiatico, Cina e Corea, i clienti hanno ora maggiori possibilità di scelta. Tuttavia, noi puntiamo sempre sulla qualità e sull'efficienza delle nostre soluzioni, un approccio che si è rivelato vincente nel tempo e che continuerà a esserlo".

Il 2025 si preannuncia ricco di novità

"Assolutamente", prosegue Marco Adamo - "BFM continua a investire in innovazione.

Abbiamo sviluppato nuove soluzioni per le macchine flessografiche e nuovi prodotti in linea con l'estrusore, che presenteremo

durante Geenplast a Milano.

Le fiere, nonostante l'ascesa degli strumenti digitali, restano eventi imprescindibili: "il contatto umano è insostituibile e le fiere sono una preziosa opportunità per incontrare clienti e sviluppare nuove idee. Tuttavia, di pari passo, stiamo puntando anche su strumenti interni, come il nostro showroom, dove i clienti possono vedere le macchine dal vivo. Questo approccio si è rivelato particolarmente efficace negli ultimi anni".



ENGLISH Special Preview GREENPLAST

BFM – Hall 14 | Booth B02

2025 marks the fiftieth anniversary of BFM, the company from Solbiate Olona (Varese), specialized in the production of flexographic printing machines, automatic Take-off units and winders for film extrusion lines.

"BFM was founded in 1975 and in March we have celebrated our 50 years", says Simona Colombo Sales and Marketing Manager of bfm. "Today we operate through two independent divisions, one dedicated to flexographic printing machines and the other to the production of Take-off units and winders".

The company has always had a strong international footprint: "We are present all over the world, with agents and customers on all continents, from America to Asia, with a strong presence also in Africa".

Reaching 50 years in a highly competitive sector such as plastics machinery is no easy. What is the secret of bfm's longevity?

"Having always been a medium-sized company has had a positive impact", says Simona Colombo. "This has allowed us to adopt a proactive approach and to remain close to customers, guaranteeing technologically advanced, reliable and rapid solutions. Our agility has allowed us to develop customized solutions based on customer needs, a flexibility that has distinguished us from the beginning and that continues to be so in a market that, as is known, has changed radically over the years".

As Marco Adamo, Area Manager of bfm observes, "The sector has changed a lot in recent years, both in terms of technologies and solutions offered, as well as means of commu-

nication. In the past, we focused on specific markets; today, the strategy is to expand the network globally, diversifying opportunities. With the entry of new competitors, especially from Southeast Asia, China and Korea, customers now have more choice. However, we always focus on the quality and efficiency of our solutions, an approach that has proven successful over time and will continue to be so".

2025 promises to be full of news.

"Absolutely", continues Marco Adamo. "BFM continues to invest in innovation. We have developed new solutions for flexographic machines and new products in line with the extruder, which we will present at the main sector events".

Trade fairs, despite the rise of digital tools, remain essential events: "Human contact is irreplaceable and trade fairs are a precious opportunity to meet customers and develop new ideas. However, at the same time, we are also focusing on internal tools, such as our showroom, where customers can see the machines in person. This approach has proven particularly effective in recent years".

