

COMUNICATO STAMPA

Milano, 22 giugno 2023

Congresso di Primavera Gipea 2023 “Orizzonte futuro: innovazione, sostenibilità e resilienza”: due giorni dedicati a sfide e opportunità del settore, tra scenari complessi e sviluppo sostenibile.

Affrontare l’ormai necessario percorso di transizione ecologica, rispondendo al contempo alle sfide legate agli scenari economici complessi che hanno caratterizzato gli anni passati, e che ancora influenzano il mercato: questo il focus del Congresso di Primavera Gipea 2023, tenutosi lo scorso 15 e 16 giugno a Lazise (VR). Durante i due giorni di evento, è stato possibile approfondire sia le difficoltà legate allo scenario attuale, sia gli strumenti e le risorse per fronteggiarle.

Preceduto dall’assemblea annuale dei soci, il Congresso è stato occasione sia per fare il punto sull’andamento del mercato, in un 2021 e 2022 non privi di complessità, sia per analizzare le prospettive del settore nel prossimo futuro, con l’intervento di apertura tenuto dalla **Presidente Gipea Elisabetta Brambilla**. “Sul nostro comparto ha inciso particolarmente l’aumento dei prezzi della carta e delle materie plastiche nel 2022 e 2023, in assestamento solo nella prima metà del 2023, così come il costo energetico”.

La Presidente ha inoltre sottolineato come, in generale per i settori grafico e cartotecnico, il 2022 sia stato un anno anomalo in cui fatturato e produzione non sono cresciuti insieme. “Rispetto al 2021, si è visto fatturato in aumento di diversi punti percentuali (influenzato dal forte aumento di costi energetici e materie prime) e una produzione che si attesta in negativo. Secondo un sondaggio interno al settore condotto all’inizio dell’anno, per il settore etichette si prevede una crescita del 2% nel 1° trimestre e del 4% per il 1° semestre sia per il fatturato sia per la produzione”.

Il Congresso è proseguito con l’intervento di **Francesca Ricupero**, Sales Manager Italy di BOBST, con un focus sulle innovazioni tecnologiche volte a raggiungere obiettivi che, oggi, risultano particolarmente importanti: la sostenibilità e riciclabilità dei materiali, e la standardizzazione dei processi, per un aumento della competitività.

A seguire, due interventi hanno permesso di accendere i riflettori su una declinazione pratica del concetto di transizione ecologica, ovvero la certificazione B Corp: “Non si tratta soltanto di una certificazione, ma di un vero e proprio strumento di gestione aziendale per mobilitare una crescita significativa, integrando organicamente i principi di sostenibilità nelle attività produttive”, ha spiegato **Valentina Zanini**, Evolution Guide presso NATIVA Srl SB. Con **Domenico Tessera Chiesa**, membro



del Direttivo Gipea e Managing Director di SALES Srl, B Corp dal 2018 e oggi società benefit, abbiamo poi potuto approfondire il percorso di certificazione B Corp attraverso il caso concreto di un etichettificio. “Con il B Corp Assessment, abbiamo scoperto un sistema che ci permetteva di misurare in modo oggettivo gli aspetti legati all’impatto ambientale dell’azienda”.

Ma non servono solo innovazioni tecnologiche e strumenti di rendicontazione, ciò che oggi è fondamentale nella cassetta degli attrezzi dell’imprenditore è anche un ampio set di soft skill: ne ha parlato **Alessandro Garofalo**, fondatore di Garofalo & Idee Associate, con un approfondimento sulle 7 caratteristiche che hanno reso Leonardo da Vinci “creativo e geniale”. “In uno scenario complesso e in rapido cambiamento, a fare la differenza è la capacità di pensare oltre i confini dati per assodati”.

La seconda giornata si è aperta con l’intervento di **Erik Ciravegna** - PhD in Design, Osservatorio Innovazione Packaging, Advanced Design Unit, Università di Bologna – dedicato alle sfide e alle opportunità della sostenibilità del packaging. “Il packaging è un oggetto complesso, dalle molteplici e articolate funzionalità. Per vincere la sfida della sostenibilità, è fondamentale considerarlo non solo come un involucro, ma come un ponte che mette in contatto differenti contesti”. Ha aggiunto Ciravegna: “Occorre adottare un approccio sistemico ed etico alla progettazione degli imballaggi, per avere una comprensione più profonda ed equilibrata dei loro impatti, sia negativi che positivi, non solo sul prodotto, ma anche sul mercato, sulla società e sul pianeta”.

Marco Costanzo (Head of Sales) e **Anna Magon** (Sustainability Manager, di Ayming Italia Srl SB, parte di Ayming Group), hanno poi portato sul palco l’importanza dello strumento del Rapporto di sostenibilità e un ulteriore caso concreto. I relatori hanno illustrato il percorso e l’impegno di Eurolabel srl nello stendere il proprio rapporto di sostenibilità. L’azienda ha fatto un primo assesment con FpS tool (il tool di rendicontazione di Federazione Carta e Grafica disponibile per le aziende associate) per capire a che punto erano nel loro percorso di rendicontazione. In un secondo momento, affiancata da Ayming, ha poi completato il suo report: importante step per l’adozione di un modello di business sempre più responsabile. Il messaggio: anche per piccole e medie aziende come gli etichettifici questi strumenti sono accessibili e aiutano a perseguire lo scopo di garantire uno sviluppo sostenibile, orientato a ridurre il proprio impatto ambientale, e al contempo di assicurare il benessere sociale ed economico della comunità e del territorio in cui si opera.

L’evento si è chiuso con una sessione interattiva, che ha visto la partecipazione di tutti i presenti al Congresso, chiamati a esprimere opinioni e punti di vista discussi poi nel corso della tavola rotonda conclusiva moderata da **Stefano Salvemini, Vice Presidente Gipea**.

Si ringraziano le aziende **BOBST, AB Graphic International, Cartes e Domino printing/NTG Digital** che, credendo nell’importanza dell’evento, hanno scelto di sostenerlo in qualità di sponsor.

Per informazioni: gipea@gipea.net