

COMUNICATO STAMPA

Il mondo dell'energia mette in ginocchio le imprese e impone una nuova visione della sostenibilità, non solo ambientale. Un convegno a Bologna il 19 ottobre

Il flessibile cresce ed è sano, ma l'attuale quadro economico impone un grande sforzo per mantenere costi e servizi competitivi a scapito di marginalità e liquidità.

Il convegno di Giflex, edizione autunnale dal titolo "Avvolgiamo il futuro" riunirà, a Bologna il prossimo 19 ottobre, l'industria del flessibile in un momento carico di incertezze e di nuovi nodi da districare su molti fronti.

Il mondo dell'energia sta mettendo a dura prova la tenuta dell'industria. In questo mutato scenario cosa fare e quale ruolo assumerà la sostenibilità, non solo ambientale? A queste e ad altre domande si cercherà di dare risposte grazie a un programma che pone al centro del dibattito emergenza energetica e caro gas, situazione congiunturale, circolarità e valore identitario dell'imballaggio flessibile.

"Il flessibile cresce, è sano e solido ma l'attuale quadro economico impone alle nostre aziende un grande sforzo per mantenere costi e servizi competitivi a scapito di marginalità e liquidità. Fare impresa oggi non è facile se pensiamo all'impatto del caro bolletta sui costi di produzione aziendale. Il costo energetico è ormai superiore al costo del personale. Per non parlare dell'emergenza gas che potrebbe mettere a rischio la sopravvivenza di alcune realtà imprenditoriali", dichiara Alberto Palaveri, Presidente di Giflex. "Inoltre – continua Palaveri – dopo decenni è ritornata l'inflazione e per noi una immediata contrazione dei margini. Il tentativo della GDO di ridurre l'impatto degli aumenti sui consumatori sta rallentando il corretto spostamento a valle dei maggiori costi (incomprimibili) che restano in azienda. Per far fronte ai fabbisogni finanziari in queste condizioni eccezionali serve un'attenzione al nostro settore produttivo per l'accesso al credito", sottolinea il presidente di Giflex.

Secondo l'analisi di Prometeia sui bilanci del flessibile, nel 2021 il settore torna a crescere, +10.5%, con un fatturato che raggiunge i 3.383 milioni di euro. Rispetto ai dati pre-Covid tutte le classi dimensionali, dalle piccole alle grandi imprese, risultano dinamiche, confermando altresì una produttività superiore a quella dei competitor tedeschi e una forza lavoro che, nell'anno preso in esame, supera i 10 mila addetti (+2%). Va tuttavia sottolineato che tale crescita, pur mostrandosi superiore alla media del manifatturiero, appare comunque modesta considerata l'incidenza degli alti costi delle materie prime e dei forti aumenti dei prezzi delle commodity.





“In Giflex siamo convinti che l’attuale complessità del mercato vada gestita con la fiducia che, in primis, si fonda su una chiara percezione del proprio valore. E la percezione del proprio valore corrisponde al riconoscersi nella propria identità e nel contributo che, come settore, vogliamo e possiamo portare alla filiera”, aggiunge Palaveri.

Il valore identitario del packaging flessibile per le sue qualità di sostenibilità, funzionalità, etica e digitalizzazione trova conferma da quanto emerso dalla prima fase della ricerca *La value story dell’imballaggio flessibile* a cura dell’Osservatorio Innovazione Packaging dell’Università di Bologna. Durante il convegno verranno illustrati i dati conclusivi per i quali sono stati analizzati e validati oltre 170 casi studio, 87 siti web specializzati e 145 letture tecnico-scientifiche-divulgative e messe in campo occasioni di progettazione partecipata con gli associati Giflex.

Dall’analisi emergono elementi di innovazione del packaging flessibile riconducibili, da una parte a qualità visibili ed evidenti - come la semplicità e l’essenzialità strutturale - e dall’altra parte a qualità nascoste sotto la superficie e “silenti”, che rivelano tutta la complessità e intelligenza tecnologica di questa tipologia morfologica. “Tali qualità – spiega Clara Giardina, referente della ricerca insieme a Erik Ciravegna - costituiscono il profilo identitario del flessibile, e saranno messe al centro della costruzione di vere e proprie “value stories” dell’imballaggio flessibile: attraverso un metodo generativo emergeranno narrazioni dove l’utente è al centro e il packaging diventa “l’oggetto magico” che permette di superare sfide e ostacoli del quotidiano, proprio grazie alle sue qualità”.

Milano, 12 ottobre 2022

GIFLEX (Gruppo di specializzazione di Assografici, a sua volta parte della Federazione Carta e Grafica) costituita nel 1985, è **l’Associazione Nazionale che raggruppa i produttori di imballaggi flessibili** destinati al confezionamento di prodotti alimentari, farmaceutici, chimici e ad altre applicazioni industriali. Attualmente rappresenta 40 aziende produttrici di imballaggi flessibili e 56 soci simpatizzanti, con un’occupazione in Italia di **oltre 10.000 addetti**, con una produzione intorno alle 400.000 tonnellate e un fatturato di **oltre 3 miliardi di euro**. Giflex con le sue aziende associate rappresenta circa l’80% del settore in Italia sia in volume che in fatturato.

Per informazioni:

Lucia Lamorarca – ufficio stampa Giflex

lamorarca@giflex.it - cel. 335 1382740