

Il caro energia condiziona anche il settore degli imballaggi flessibili

Si è recentemente tenuto a Bologna il convegno di Giflex – l'Associazione Nazionale che raggruppa i produttori di imballaggi flessibili destinati al confezionamento di prodotti alimentari, farmaceutici, chimici e ad altre applicazioni industriali – intitolato "Avvolgiamo il futuro", che ha cercato di rispondere agli interrogativi posti dall'impennata dei costi energetici e sul suo effetto sulla sostenibilità, non solo ambientale.

Al centro del dibattito, quindi, emergenza energetica e caro gas, situazione congiunturale, circolarità e valore identitario dell'imballaggio flessibile, un settore che cresce, è sano e solido ma che sta soffrendo considerando che il costo energetico è ormai superiore a quello del personale. Per non parlare dell'emergenza gas, che potrebbe mettere a rischio la sopravvivenza di alcune realtà imprenditoriali.

Si aggiunge l'inflazione, che comporta una immediata contrazione dei margini, poiché 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.

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 mate-

di progettazione partecipata con gli associati Giflex.

Dall'analisi sono emersi 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



rie prime e dei forti aumenti dei prezzi delle commodity.

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 sono stati 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

superficie e "silenti", che rivelano tutta la complessità e intelligenza tecnologica di questa tipologia morfologica. "Tali qualità – ha spiegato Clara Giardina, referente della ricerca insieme a Erik Civravegna – 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".