

L'industria cartaria-grafica veneta fa squadra - Focus - Il Mattino di Padova

Treviso, Vicenza, Padova, Belluno: le quattro associazioni insieme per innovare in rappresentanza di oltre 150 imprese. La sfida non è solo tecnologica e di mercato, è strategica

19 aprile 2016



da sx Mario Zanetti (Belluno), Giorgio Callegaro (Padova), Silvia Ferraro (Vicenza) e Paolo Santi (T

Cartario, cartotecnico e grafico: un settore in ripresa e in cui il Veneto è protagonista, al centro di grandi trasformazioni produttive e organizzative (con il digitale sempre più protagonista). Un settore che inizia a 'fare sistema' con un'iniziativa congiunta dei Gruppi di settore nelle Associazioni Industriali di Treviso, Vicenza, Padova e Belluno. In totale, 150 imprese.

I dati innanzitutto, illustrati da Silvia Oliva, segretario alla ricerca di Fondazione Nord Est, ci dicono che il settore in questi anni ha registrato a livello nazionale una significativa concentrazione del numero di aziende ma quelle del Veneto, una delle cinque regioni leader, hanno mantenuto e accresciuto il loro peso, nel cartario/cartotecnico (12,5% sul totale italiano) come nella grafica/editoria (9,8%).

Positivo nel campione veneto l'andamento dell'export: dal 2008 al 2015 + 35,3% per il cartario e + 36,4% per il cartotecnico. Cresce il numero delle imprese in utile, pari al 76% (nel 2012 era il 71%), con redditività in aumento. Tra le aziende di Treviso, Padova, Vicenza e Belluno si rileva una crescita della produzione nel 44,6%, particolarmente nel settore cartario e in imprese di grandi dimensioni, mentre il 20,7 segnala un calo. Cauti le previsioni per il 2016. In crescita anche l'internazionalizzazione in un settore finora prevalentemente focalizzato sul mercato domestico ma soprattutto l'innovazione, con ricerca di nuovi segmenti come il packaging personalizzato per il cartotecnico e digitalizzazione e web per i grafici. In crescita quindi nel 2016 gli investimenti, + 6,1%, più accentuati nelle aziende grafiche e cartotecniche, con rinnovo di macchine e impianti, dell'infrastruttura IT e l'adozione di procedure all'insegna della sostenibilità.

Su questa volontà di investire e innovare si è inserito il progetto presentato stamani a Treviso.

"Dobbiamo cambiare e ripensarsi – ha detto **Paolo Santi**, che presiede gli industriali del settore a Unindustria

Treviso - . La sfida non è solo tecnologica e di mercato, è strategica: oggi come non mai contano i modelli di business che permettono ad una azienda di muoversi e rimanere in equilibrio in spazi sempre più ristretti”.

Innovativa anche la tecnica per stimolare nuove idee con la metodologia People Branding di **Cristiano Nordio e Gianluca Fiscato**, che utilizza elementi legati al gioco, la gamification, nel processo di ridefinizione del modello di business per pensare liberamente e testare, inventare

e scegliere il futuro della propria azienda. I Presidenti dei Gruppi cartari delle quattro Associazioni - con **Paolo Santi, Silvia Ferraro** (Vicenza), **Giorgio Callegaro** (Padova) e **Mario Zanetti** (Belluno) - si sono anche 'messi in gioco'. 19 aprile 2016