

Distretti. Diciotto aziende dell'Alto Tevere hanno creato una rete per essere maggiormente competitive

Un network per la cartotecnica

Tra le commesse quella dell'Eni per materiale di stampa e promozionale

I partner

Le aziende che partecipano al progetto Gpt

Cartoedit	Stampa	F.lli Cenci	Logistica
Litograf	Stampa	Fotolito Eurografica	Prestampa
Pasqui	Stampa	Keen	Grafica
S.I.Cart	Cartotecnica	Polycart	Materiali plastici
Ponti Editoriale	Stampa	Amaprint	Materiali plastici
Europotigrafico	Cartotecnica	Bazzica	Materiali plastici
Litop	Cartotecnica	Umbraplast	Materiali plastici
Big Time Givers	Cartotecnica	Lasac	Shopper
Csm	Logistica	U.jet Materiali	Materiali Tnt
NetValue*/Proman	Servizi	Gepafin Spa**	Finanza

*spin off universitario sulle reti **la finanziaria regionale

Fonte: elab. su dati Gpt

PERUGIA

Giacomo Marinelli Andreoli

«La crisi non risparmia il settore grafico-cartotecnico. Ne sa qualcosa l'Alta valle del Tevere, un tempo definito il "Nord-Est" dell'Umbria: dall'inizio dell'anno la congiuntura parla di un volume d'affari in picchiata del 30-40% per un distretto che conta oltre 180 imprese.

«Talvolta però è proprio la crisi a creare i presupposti per strategie imprenditoriali alternative. Soprattutto se si è partiti in tempo». Parole di Massimiliano Brilli, presidente di Gpt (Gruppo poligrafico tiberino srl) società nata da un network di 20 imprese (18 umbre - più una toscana e una veneta) che partecipano ad un progetto imprenditoriale "figlio" di uno spin off universitario. La culla di Gpt infatti è proprio l'ateneo pe-

rugino dove un gruppo di ricerca - denominato Ip3 - lavora da anni con l'obiettivo di creare, trasferire e valorizzare conoscenze specialistiche in ambito accademico, sviluppando sinergie tra università e mondo delle imprese.

Uno dei modelli sviluppati, si chiama "Net value" ed è stato applicato attraverso l'esperienza di Gpt: tra i risultati concreti più significativi, in questo 2009 pur critico sul fronte del mercato, un'importante commessa ottenuta dal gruppo Eni per la realizzazione e fornitura di materiale di stampa e cartotecnico per negozi (dal volantino, all'espositore personalizzato, dal blocchetto, al materiale identificativo e promozionale). Risultato, un accordo biennale con il primo gruppo nazionale dell'energia da un milione di euro l'anno: «Una commessa che richiede compe-

tenze di varia tipologia su settori diversi e con tempistiche molto stringenti - ha spiegato Brilli - soprattutto sul fronte della logistica. L'integrazione orizzontale di 20 aziende cooperanti, come nel caso del network nato da "Net Value", può esprimere al meglio le potenzialità di ognuna».

Stampa, cartotecnica ma anche packaging e comunicazioni: un circuito orizzontale, dove trovano spazio anche aziende di servizi (trasporti, pallets, grafica). Prodotti e servizi che le stesse singole aziende del network,

da sole, non potrebbero offrire.

Una massa critica, di know-how e strutture ma anche di numeri: complessivamente le 20 aziende che fanno parte del Gpt generano un fatturato superiore ai 150 milioni di euro, con oltre 800 dipendenti. «Oltre a creare opportuni-

tà di business - prosegue Brilli - le diverse esperienze e potenzialità del gruppo permettono anche di fare innovazione reale, sviluppo e ricerca all'interno delle stesse singole aziende».

Dal 2008 vi partecipa anche Gepafin, la finanziaria re-

gionale che supporta i progetti in via diretta e garantisce un ciclo virtuoso dei finanziamenti ad esse destinati. A muovere i primi passi furono tre aziende storiche del segmento grafico-cartotecnico alto tiberino: la Pasqui e la Litograf editor, specializzate nella stampa, e la Litop Europa per la cartotecnica.

La commessa con Eni non è l'unico esempio di come il progetto teorico abbia risposto felicemente anche all'esame del mercato: altre operazioni di rilievo sono già attive per Gpt, ad esempio la fornitura di servizi integrati sulla

realizzazione e postalizzazione dei diplomi universitari per l'ateneo dell'Aquila, analoghe forniture per Enel e per alcune multinazionali a Londra. «Fare sinergia e fare sistema, tra le imprese, è strategico, soprattutto in questa fase - conferma Luigi Merendelli, presidente del sindacato di settore per Confindustria Perugia, e titolare di Vimer, altra azienda altotiberina del settore - la concorrenza può essere meglio affrontata, le singole aziende non avrebbero risorse per stare a galla da sole».