

LA PROVINCIA DI VARESE

24 Novembre 2012

Diffusione: 12.000

14 **Varese** economia

LA PROVINCIA
SABATO 24 NOVEMBRE 2012

L'imballaggio conta E le aziende varesine sanno fare squadra

Viene lanciato il nuovo **consorzio degli scatolifici**
Arruolate anche due imprese della provincia
«Oggi il packaging può fare davvero la differenza»

FRANCESCA AMENDOLA

Condivisione, etica e sostenibilità sociale, questi i tre punti principali su cui punta il nuovo il Cis, Consorzio italiano scatolifici. Sono 60 le aziende che hanno aderito finora, dieci in Lombardia e tra di loro anche varesine.

L'unione

Le imprese trasformatrici, che producono cioè gli imballaggi veri e propri, hanno sentito l'esigenza di riunirsi in un sistema che sensibilizzi produttori e consumatori.

Tra i promotori c'è anche Fabrizio Bianchi di Busto Arsizio, dello scatolificio Da.Ra. che ha sede a Castano, oggi vicepresidente del Cis: «L'idea era nata nel 2010 - spiega l'imprenditore - per trovarci e scambiare idee tra noi concorrenti-amici, dare valore al settore e ci siamo dati un codice etico. Questa sinergia va a beneficio del cliente. L'imballaggio viene considerata l'ultima problematica, siamo gli ultimi di una

filiera che dà valore aggiunto al prodotto. Se si lavora correttamente, con macchine rinnovate e personale motivato si ottiene un prodotto che alla fine fa l'immagine del nostro cliente».

E spiega: «La differenza tra noi e aziende multinazionali del nostro settore è che il dipendente per loro è un numero, da noi è come se fosse una membro della famiglia, il dipendente è un mio partner. Il consorzio serve anche a trovare il modo più congruo per resistere sul mercato, che il prodotto sia pagato il giusto e venduto correttamente».

Il plusvalore

«Oggi c'è una riscoperta dell'utilizzo del cartone ondulato ed è un plusvalore all'eco-compatibilità e al riciclo» spiega Filippo Sereno che guida la Norda Imballaggi di Somma Lombardo, azienda di famiglia alla seconda generazione, con la sorella Marianna, neolaureata con una tesi su scopi e campi di applicabilità del packaging.

«La maggior parte delle azien-

de è a struttura familiare - spiega Sereno - ma il 90% dei titolari ci lavora, in produzione, ufficio vendite e clientela, perché da noi c'è bisogno di flessibilità estrema. Viviamo quasi in simbiosi con l'azienda e la fidelizzazione del servizio fa la differenza. Spesso abbiamo commesse "oggi per oggi", il packaging è un settore è un po' bistrattato, considerato solo al termine del ciclo produttivo. Il nostro è un settore povero che alla fine ha le potenzialità per lavorare sempre, ma ha un grandissimo valore aggiunto, quello di vendere un servizio più che un prodotto. La nostra bravura è capire la tipologia giusta di imballaggio da produrre per l'esigenza del cliente. Dicono che la pubblicità sia l'anima del commercio, ma io vedo che i budget si sono ridotti, mentre un packaging accattivante fa la differenza nella vendita di un prodotto».

«Lavoriamo tutti su commessa - dice Bianchi - e non c'è cliente che mi chiedi scatola uguale a quella di un'altro, sono tutte su misura». Imballaggi ma anche design: Norda ha sviluppato una confezione per un cliente per il Salone del Mobile di Milano. ■



La Norda di Somma Lombardo è una delle varesine arruolate nel nuovo consorzio

Il primo credo del Cis «Le piccole hanno valore»

L'obiettivo del neonato Cis è anche quello di essere stimolo all'emulazione nel difficile periodo di crisi, le piccole e medie imprese rappresentano una forza del sistema economico italiano e non una debolezza: «Le Pmi hanno fatto l'economia in Italia negli ultimi cento anni, dobbiamo far riconoscere la qualità del nostro lavoro e farci conoscere - ha spiegato il presidente del Cis, Andrea Cornelli - far conoscere i valori con cui da

anni lavoriamo, sostenibilità etica, sociale ed ecologica».

Non solo: «Un titolare che sa rinunciare ai suoi emolumenti per salvaguardare i dipendenti, senza utilizzo di aiuti statali né cassa integrazione, sono nostri valori innati, utili alla ripresa, perché le Pmi producono ricchezza. Inoltre le aziende hanno l'obiettivo di condividere le conoscenze e di collaborare». Difende a spada tratta le piccole imprese Enrico Finzi, esper-

to di sociologia e marketing e presidente di Astra Ricerche: «Sono la forza dell'economia. Io, da visiting professor alla Bocconi so che alcuni economisti le ritengono una "palla al piede" anche se si guardano bene dal dirlo. È un'errata diagnosi, cui in genere segue un'errata terapia».

Dieci ragioni-chiave: «Sono flessibili, lavorano in rete, operano in organizzazioni "orizzontali", hanno agilità relazionale, sono portatrici della cultura dell'appartenenza, creano valore nella società, producono innovazione, garantiscono una maggiore "customer satisfaction", sono un modello di sviluppo imitabile e sviluppano il senso dell'orgoglio». ■ **F. Ame.**