



ILPOLIGRAFICO 216 • 23 • PRINT RUNNER • **EVENTI** • ILPOLIGRAFICO 216 • 23 • PRINT RUNNER • ILPOLIGRAFICO 216 • 23 • PRINT RUNNER • ILPOLIGRAFICO 216 • 23 •



Il Grand Hotel Regina Palace di Stresa, l'elegante location che il 6 luglio scorso ha accolto gli oltre 300 partecipanti alla Print4All Conference



Print4All Conference 2023, nel segno della *Convergenza*

Un programma intenso per un evento decisamente fuori dagli schemi e vivamente partecipato da un pubblico eterogeneo per paesi di provenienza e profili professionali, la Print4All Conference 2023, che si è svolta lo scorso 6 luglio, ha messo per due giorni l'Italia al centro del mondo del printing e del converting.



Guarda qui il video con il commento delle Associazioni di settore

In platea, nella sala conferenze del Grand Hotel Regina Palace di Stresa il 6 luglio, oltre 300 partecipanti tra rappresentanti delle associazioni di categoria, operatori di stampa e packaging, vendor, brand, retailer, analisti e giornalisti di settore. Tutti accomunati da una apertura al dialogo, alla condivisione di esperienze e alla collaborazione: in una parola Convergenza dei mercati e delle applicazioni.

È stato proprio questo il tema portante della Print4All Conference, evento internazionale organizzato da Acimga e Argi in collaborazione con Fiera Milano e con il supporto di ITA (Italian Trade Agency), che ha centrato l'obiettivo ambizioso di scrivere un nuovo capitolo sul futuro dell'industria grafica e del packaging nel nome della cooperazione tra tutti i player della supply chain della nostra industria.

Il saluto dei presidenti

Presidenti di Acimga e Argi, Daniele Barbui e Antonio Maiorano hanno fatto gli onori di casa accogliendo il pubblico con il loro saluto. I temi emersi dai loro interventi, che rappresentano le attuali tendenze del nostro mercato, sono la crescente richiesta di stampe a effetto su materiali innovativi, utilizzando sistemi che

rispettino i principi di sostenibilità energetica, materiali, inchiostri e la gestione dei rifiuti. Tutti questi elementi sono il risultato dei cambiamenti delle esigenze dei clienti, una situazione che ha portato i fornitori di servizi di stampa a fare scelte che tengano conto sin da subito delle possibilità offerte dai loro investimenti. Per questo motivo, sempre più spesso, gli stabilimenti di stampa ospitano diverse tecnologie: dall'offset al digitale, dalla flexo alla rotocalco. Queste offerte sono ben visibili anche nell'online, stabilimenti che coprono una vasta gamma di prodotti un tempo destinati a mercati completamente diversi, oggi si stanno unificando.

Aspettando Print4All 2025

Sul palco anche Paolo Pizzocaro, exhibitions director della fiera Print4All, che ha ricordato il conto alla rovescia per l'evento, in programma dal 27 al 30 maggio 2025.

Organizzata da Fiera Milano e promossa da Argi e Acimga, Print4All riconferma la propria identità di piattaforma integrata a servizio del mondo del printing e dei suoi professionisti.

“L'edizione 2025 si focalizzerà sulle opportunità offerte dalla crescente convergenza tra tecnologie di stampa e mercati di riferimento per dare voce a tutte le componenti di soluzioni integrate in grado di soddisfare qualsiasi necessità del cliente” ha specificato Pizzocaro. “Saranno tre le parole chiave che identificheranno la kermesse internazionale del printing e del converting: Convergenza, Esperienza e Networking”.

Pizzocaro ha anche presentato il nuovo visual della Print4All che sarà declinato su tutti i suoi canali di comunicazione e che è ha caratterizzato anche l'identità della Conference.

ILPOLIGRAFICO 216 • 23 • PRINT RUNNER • **EVENTI** • ILPOLIGRAFICO 216 • 23 • PRINT RUNNER • ILPOLIGRAFICO 216 • 23 • PRINT RUNNER • ILPOLIGRAFICO 216 • 23 •



Armando Garosci, direttore di Largo Consumo, ha moderato le due tavole rotonde: "Il pack come media: idee per il futuro" (a sinistra) e "A occhi aperti: la comunicazione visiva nel nuovo secolo" (a destra)



Un momento dell'intervento dedicato a "Finanza a supporto della crescita delle imprese e dell'export" moderato da Andrea Spadini, capo redattore della rivista Converter



Italian Trade Agency, l'agenzia governativa che supporta lo sviluppo delle imprese italiane all'estero attraverso attività di promozione e di internazionalizzazione.

Ottimizzazione, automazione e assessment

Nel trattare il tema della convergenza nel mondo del printing, Pat McGrew ha parlato dell'importanza di una gestione basata su processi collaudati che generano un flusso di lavoro automatizzato e flessibile. Secondo l'analista e consulente americana, solo questo tipo di efficienza consente ai fornitori di prodotti stampati di ottimizzare i costi garantendo una sana redditività. Obiettivi che si raggiungono partendo da un'istantanea dello stato dell'azienda, attraverso un assessment che aiuterà a individuare i punti di forza e quelli su cui intervenire raggiungendo una crescita sostenibile.

Il punto di vista dei brand e dei retailer

Print4All Conference ha dato voce anche a una serie di brand e realtà che operano nel mercato della grande distribuzione attraverso due tavole rotonde condotte da Armando Garosci, direttore di Largo Consumo. I panelist hanno offerto alla platea il punto di vista di un importante anello della supply chain dell'imballaggio e della comunicazione stampata, quello dei buyer dei servizi di stampa. Raffaele Bombardieri, responsabile R&D packaging Granarolo, Luca Cheri, direttore commerciale Fonti di Vinadio (Sant'Anna), e Diego Lazzarin, private label manager packaging di Bennet, si sono confrontati in merito al tema "Il pack come media: idee per il futuro". Partendo dall'assunto secondo cui l'imballaggio si consolida sempre più come uno dei gateway preferiti dalle marche per veicolare contenuti, i protagonisti dell'incontro hanno presentato i più recenti progetti dimostrando una chiara tendenza verso gli investimenti nei confronti della sostenibilità e nel rendere i pack sempre più in grado di comunicare i valori aziendali.

Nata nel 1996, Fonti di Vinadio, ha raggiunto rapidamente un importante share di mercato con il brand di



Enrico Barboglio ha chiamato sul palco i delegati delle Associazioni di settore, tutte presenti a Print4All Conference

acqua in bottiglia Sant'Anna, proprio grazie al suo pack. "Mettere l'immagine di un bambino piccolo sull'etichetta, ci ha permesso di conquistare la preferenza delle famiglie" ha rivelato Cheri, che ha anche descritto l'iter di sviluppo e le difficoltà affrontate per portare sullo scaffale la prima bottiglia biodegradabile e compostabile in Italia. "Stiamo vivendo un periodo particolarmente complesso per quanto riguarda lo sviluppo del packaging: - ha spiegato Bombardieri - se per l'imballaggio flessibile ci troviamo a fronteggiare le restrizioni poste dalla Comunità Europea che tendono sempre più verso l'impiego del monomateriale, sul fronte del packaging rigido ad esempio abbiamo operato la sostituzione dei materiali plastici nella produzione dei vasetti dello yogurt a favore della carta, operando un'importante conversione industriale". I prodotti private label di Bennet coprono tutte le merceologie presenti sugli scaffali della catena di ipermercati e includono una linea gourmet e una linea di referenze salutistiche: l'insegna si avvale di cinque agenzie esterne per la creazione del pack design delle proprie linee di prodotto, coordinate da due persone interne all'azienda. "Una delle criticità che ci siamo trovati ad affrontare di recente nel concepire il pack design è stato l'adattamento alle regole dei programmi di acquisizione delle immagini degli imballaggi da caricare sull'e-commerce" ha affermato Lazzarin.

La tavola rotonda intitolata "A occhi aperti: la comunicazione visiva nel nuovo secolo" ha visto l'intervento di Daniele Castagnini, sales director di Frosta, Laura Patrizia Condello, responsabile marketing di Rinaldo Franco, e Laura Bettazzoli, direttore marketing di Bonduelle, che si sono confrontati in merito al tema dell'importanza degli strumenti visual nel nuovo scenario di-

