

Geni di Lombardia/Grifal

Gli imballaggi ecosostenibili sono a Bergamo

DINO BONDAVALLI

■ Se la loro ultima invenzione, un nuovo imballo in cartone ondulato speciale in grado di rappresentare un'alternativa ecosostenibile al polistirolo, ai film a bolle, ai sacchetti d'aria, alle schiume poliuretatiche e al poliuretano espanso,

riuscirà a imporsi come nuovo standard globale in un settore degli imballaggi che sta disperatamente cercando alternative alle plastiche, lo dirà solamente il tempo. Ma, al di là del singolo prodotto e della fortuna che potrà avere

Geni di Lombardia/Grifal

Gli imballaggi ecosostenibili che fanno il giro del mondo

Nata nel 1969, l'azienda fin dal suo esordio si è caratterizzata per il suo spirito innovativo. L'ultimo brevetto è un packaging senza plastica che abbatte la Co2

cArtù*, questo il nome del sistema sviluppato nel 2016 grazie al quale è possibile ridurre drasticamente l'impiego di cartone, la produzione di CO2 e l'impatto ambientale dei packaging, l'azienda orobica Grifal è comunque destinata a lasciare la propria impronta in un comparto che, complice l'esplosione del commercio online, fa oggi più che mai parte della nostra quotidianità.

L'azienda, nata nel 1969 come semplice scatolificio a Cologno al Serio (Bergamo), oggi è una realtà specializzata nel packaging che studia e sviluppa imballaggi innovativi all'insegna della sostenibilità. E lo fa al Kilometro Rosso di Bergamo, il parco scientifico-tecnologico che rappresenta uno dei prin-

cipali distretti europei dell'innovazione.

Un approccio unico per un settore "maturo" come quello degli imballaggi, caratterizzato da grandi volumi e poca varietà di prodotti. Con ben 21 brevetti registrati e l'ambizione di imporsi a livello globale, Grifal rappresenta il leader nell'innovazione di un comparto nel quale l'ultima vera novità, il film a bolle, risale a oltre mezzo secolo fa.

«In realtà si tratta di un orientamento che abbiamo preso un po' per caso», racconta Fabio Gritti, amministratore delegato

nell'azienda fondata dalla madre. «A un certo punto un nostro cliente ci chiese una soluzione di imballo in cartone ondulato che fosse trattato in modo da diventare una gabbia di Faraday (quindi in grado d'isolare l'ambiente inter-

no da un qualunque campo elettrostatico presente al suo esterno, ndr) e lì cominciammo a innovare».

«Inventammo un nuovo processo per la realizzazione di scatole in cartone conduttivo, cosa che ci diede modo di fare un salto qualitativo notevole e di capire che offrire innovazioni in un campo già maturo rappresentava un grande vantaggio competitivo», prosegue Gritti. Da lì a un nuovo modello operativo che puntasse a sviluppare prodotti sempre nuovi il passo fu breve. Così come l'acquisizione di clienti top per i quali quel primo imballo innovativo rappresentò una svolta, a partire da Ibm e Hp.



Oggi tra i suoi clienti ci sono Philips, De Longhi, ABB, Lonati, Enel X e i principali produttori europei di grandi e piccoli elettrodomestici. Quando in casa disimballiamo la nuova tv o la lampada di design e ci stupiamo di non trovare alcun materiale plastico nell'imballaggio, molto probabilmente abbiamo tra le mani una delle creazioni di Grifal. I suoi contenitori vengono, infatti, utilizzati in tantissimi ambiti: elettrodomestici, prodotti industriali, campo alimentare. «Il nostro cArtù® è così innovativo

da prestarsi a qualsiasi utilizzo», assicura Gritti. «Inoltre, alle caratteristiche tecniche uniche e al fatto di essere green unisce un rapporto costo-prestazioni vantaggioso».

«L'obiettivo è che diventi un nuovo standard nel mondo dell'imballaggio, come nel tempo lo sono diventati il container in metallo, il pallet, le scatole in cartone ondulato e poche altre cose», prosegue Gritti, il cui gruppo si è quotato in Borsa nel 2018 e si è ampliato lo scorso anno con l'acquisizione di due so-

cietà strategiche nel settore del packaging e dell'incollaggio, arrivando a superare quota 160 dipendenti. «Siamo presenti in una ventina di mercati, tra Europa e Cina, ma puntiamo a farci strada a livello internazionale attraverso sinergie con altre aziende produttrici

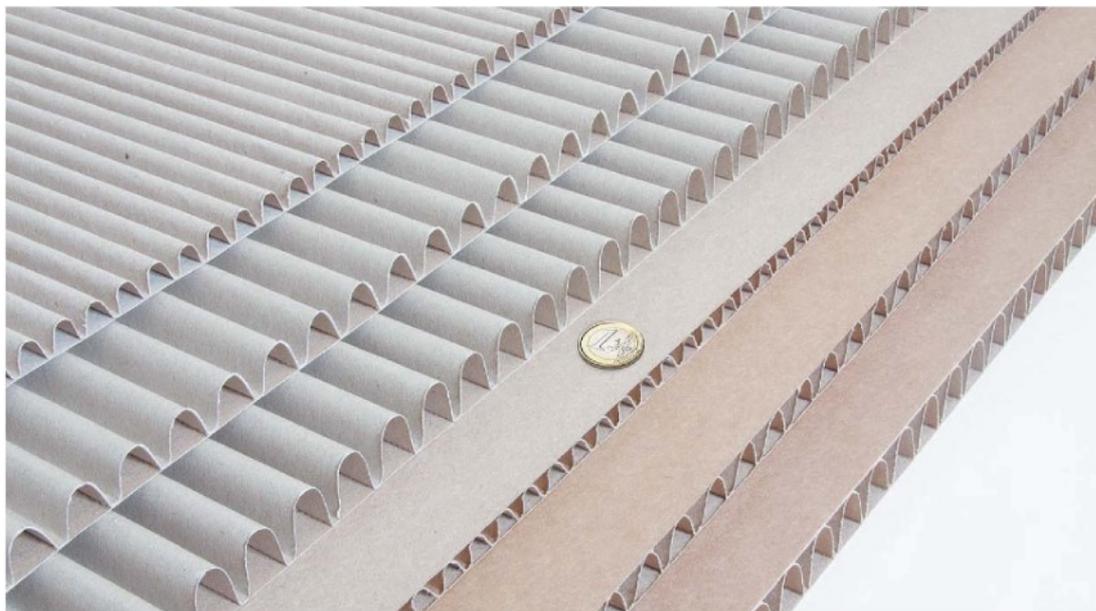
di imballaggi e alla realizzazione di una rete internazionale di siti di produzione», spiega l'amministratore delegato.

Il tutto con un occhio all'innovazione e l'altro al territorio di origine. Perché la forza di un'azienda familiare, un terzo dei cui dipendenti ha scelto di acquistare azioni al momento dell'offerta pubblica iniziale, resta soprattutto nei valori. Anche quando compete su scala globale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'ad Fabio Gritti (Bond)



L'imballaggio innovativo che ha eliminato la plastica e ha rivoluzionato il mondo del packaging (Bond)