

RELAZIONE SUI FABBISOGNI FORMATIVI DEI SETTORI GRAFICO, CARTOTECNICO E PACKAGING IN TOSCANA



1. ANALISI DEL COMPARTO GRAFICO IN TOSCANA

Negli ultimi cinque anni il comparto grafico in Toscana – includendo stampa, grafica e cartotecnica ha attraversato significative trasformazioni.

Di seguito se ne analizzano la situazione attuale (dimensioni, tendenze, tecnologie, diffusione territoriale e settori serviti), i bisogni formativi emersi (innovazione, digitalizzazione, sostenibilità, nuove normative), i principali profili professionali coinvolti, le competenze da aggiornare e le nuove skill richieste, e infine alcune ipotesi di intervento formativo, in coerenza con le priorità del Programma Regionale FSE+ della Toscana.

1.1. Situazione attuale del comparto grafico toscano

Il settore grafico toscano comprende l'industria della stampa (stampa editoriale e commerciale, arti grafiche) e l'industria cartotecnica (packaging e trasformazione carta).

In Toscana operano circa 921 imprese grafiche nel ramo stampa (~7% del totale nazionale) con circa 4.438 addetti (6,2% del totale Italia). Nel comparto cartotecnico e packaging si contano circa 360 aziende (11,5% del totale italiano) con 8.032 addetti (12,6% del totale nazionale).

La Toscana ha quindi un peso importante soprattutto nel packaging cartaceo, grazie alla presenza del distretto cartario di Lucca, uno dei più grandi in Europa: esso comprende circa 244 stabilimenti con oltre 7.500 addetti e produce circa l'80% della carta tissue italiana e quasi il 40% del cartone ondulato nazionale.

Questo distretto altamente specializzato genera una forte concentrazione di attività packaging nella zona di Lucca (imballaggi, cartone, carta tissue), con un indotto che coinvolge meccanica e servizi collegati.

Altrove in regione, le imprese grafiche e di stampa sono diffuse soprattutto nelle aree urbane (Firenze, area pratese, costa) servendo settori come l'editoria libraria e periodica, la stampa commerciale, la comunicazione visiva e pubblicitaria, la stampa di etichette e packaging per il settore moda, alimentare e vinicolo.

1.2. Trend tecnologici e di mercato

Il comparto grafico sta vivendo una transizione strutturale: la digitalizzazione della comunicazione ha ridotto la domanda di stampati tradizionali, inducendo una progressiva riorganizzazione del settore. A livello nazionale ed europeo, la produzione grafica è in calo strutturale.

Tuttavia, alcuni segmenti mostrano maggiore tenuta o crescita: la domanda di packaging stampato e la stampa digitale a basso tiraggio.

Le aziende stanno investendo in tecnologie digitali (stampa inkjet e laser, controllo digitale), automazione e workflow integrati.

La Toscana, con la sua base manifatturiera diversificata (moda, alimentare, vino, lusso, turismo), genera domanda per vari tipi di prodotti grafici: etichette di qualità, packaging creativo, materiale promozionale e pubblicazioni editoriali.

La specializzazione, la qualità e i servizi innovativi sono le chiavi su cui il comparto toscano sta puntando per mantenere competitività: le sfide principali sono transizione digitale e sostenibilità ambientale.

1.3. Analisi SWOT del settore (Toscana)

Punti di Forza (Strengths):

- Vocazione territoriale e settoriale: presenza di importanti distretti (vino, olio, moda) che assicurano una domanda locale costante di etichette di qualità, favorendo relazioni B2B di lungo periodo. La Toscana gode di un'immagine di eccellenza che si riflette anche sul packaging dei suoi prodotti tipici, spingendo i produttori a investire in etichette accattivanti.
- Flessibilità e personalizzazione: aziende di piccole-medie dimensioni, a gestione snella, capaci di adattarsi rapidamente alle esigenze del cliente (tirature piccole, varianti multiple) e di offrire un servizio su misura. L'orientamento artigianale consente grande cura del dettaglio e possibilità di sperimentare soluzioni innovative caso per caso.
- Competenze specialistiche e qualità del prodotto: lunga tradizione grafica e tipografica regionale; maestranze qualificate in stampa e finitura. Produzione di etichette con elevati standard qualitativi, forte attenzione al design (molte aziende collaborano con studi grafici o hanno reparti interni di progettazione creativa). Le certificazioni di qualità (ISO 9001, FSC, ecc.) diffuse tra gli operatori attestano questa solidità.
- Networking associativo: adesione attiva a associazioni di settore (GIPEA, Assografici, ecc.) che forniscono aggiornamento continuo, osservatori economici e formazione. Ciò aiuta le PMI toscane a colmare gap informativi, adottare best practice e fare fronte comune su problematiche condivise.

Debolezze (Weaknesses):

- Dimensione medio-piccola e frammentazione: la maggior parte degli operatori toscani ha scala ridotta rispetto ai competitor nazionali; ciò può comportare minori economie di scala, potere negoziale più basso con i fornitori (prezzi materie prime più alti) e minori risorse finanziarie da investire in nuovi impianti. La frammentazione regionale (molte aziende piccole) porta anche a una certa sovrapposizione dell'offerta locale e difficoltà a presentarsi uniti verso grandi clienti.
- Capacità produttiva limitata per grandi commesse: legata al punto sopra, le strutture esistenti potrebbero faticare a gestire ordini di grandissima tiratura o multi-territorio (es. etichette per una multinazionale food con milioni di pezzi) senza dover subappaltare fuori regione. Questo rischia di far perdere opportunità su clienti di scala nazionale/internazionale.
- Ritardo nell'innovazione tecnologica: non tutte le aziende hanno ancora investito nelle più recenti tecnologie (es. macchine digitali industriali, sistemi di gestione del flusso automatizzati). Alcune realtà più tradizionali potrebbero offrire un portafoglio di lavorazioni limitato (solo stampa analogica) e risultare meno competitive su certe richieste moderne.
- Dipendenza da settori ciclici: sebbene vino e moda siano punti di forza, essi sono anche soggetti a cicli economici e trend di consumo variabili. Una scarsa diversificazione del portafoglio clienti/settori (ad esempio concentrato troppo sul vinicolo) può esporre le aziende locali a cali di domanda improvvisi in quel settore specifico. Inoltre, la stagionalità delle campagne (vendemmia, festività) può creare picchi di lavoro seguiti da periodi di sotto-utilizzo degli impianti.

Opportunità (Opportunities):

- Ripresa del mercato e nuovi segmenti emergenti: il ritorno a una crescita globale (prevista +7,4% nel 2024 per le etichette adesivestampamedia.net) offre uno scenario favorevole. In particolare, l'aumento della domanda di etichette premium (cosmetica green, alimentare artigianale, pharma tracciabile) crea spazio per servizi a maggiore marginalità. I cambiamenti di consumo post-pandemia (orientamento verso prodotti locali e di qualità) possono generare nuovi clienti per gli stampatori toscani, data la vocazione regionale in queste nicchie.

- Innovazione tecnologica e ampliamento servizi: possibilità di investire in nuove tecnologie (digitale, sistemi ibridi integrati) sfruttando incentivi 4.0 e finanziamenti regionali, così da migliorare efficienza e ampliare l'offerta (es. stampa di dati variabili, soluzioni anti-contraffazione avanzate). Inoltre, opportunità di integrare servizi complementari come packaging, consulenza normativa, o gestione logistica delle etichette (consegne just-in-time, magazzino per i clienti). Le aziende che evolvono in partner completi per il packaging informativo potranno distinguersi dalla concorrenza.
- Sostenibilità come leva competitiva: le crescenti richieste ambientali possono premiare chi innova in questa direzione. Offrire etichette ecosostenibili (materiali riciclati, compostabili, liner riciclato, adesivi bio) e comunicare un impegno "green" può attirare brand attenti alla CSR, differenziando l'azienda. La Toscana, anche a livello istituzionale, promuove l'economia circolare: le imprese locali possono accedere a bandi per progetti di riduzione rifiuti e innovazione verde, trasformando gli obblighi normativi in opportunità (es. sviluppo di etichette facilmente staccabili per il riuso dei contenitori, ecc.).
- Collaborazioni e aggregazioni: come discusso, fare rete tra imprese toscane può aumentare la competitività verso l'esterno. C'è l'opportunità di creare consorzi per promuovere il brand "Packaging Toscano", condividere clienti (ad es. presentandosi insieme a fiere internazionali come Vinitaly o Labelexpo) e magari sviluppare poli tecnologici comuni (un centro di eccellenza regionale per il digitale e le nobilitazioni). Ciò potrebbe anche facilitare il ricambio generazionale in aziende familiari, garantendo continuità attraverso partnership anziché chiusure.

Minacce (Threats):

- Concorrenza intensa e pressione sui prezzi: l'arrivo di player nazionali o esteri sul mercato locale può innescare guerre di prezzo, soprattutto su produzioni standard. I grandi gruppi, potendo produrre a costi inferiori, minacciano di sottrarre clienti industriali se le PMI toscane non offrono sufficienti vantaggi distintivi. Anche la concorrenza delle tipografie online low-cost erode i margini su segmenti basic. Questa pressione competitiva rischia di comprimere i profitti e richiede continue ottimizzazioni interne.
- Volatilità dei costi e difficoltà di approvvigionamento: il settore è molto legato alle materie prime (carta, film plastici, adesivi) il cui costo è soggetto a oscillazioni marcate. Nel 2021-22 si sono visti rincari e scarsità di carta senza precedenti, e sebbene la situazione si sia stabilizzata su stampamedia.net, rimane l'incertezza geopolitica (costi energetici, trasporti) che potrebbe riproporre shock di fornitura. Aumenti repentini dei prezzi dei materiali o difficoltà a reperirli mettono in crisi le piccole aziende meno capitalizzate, che non possono ribaltare facilmente i costi sui clienti vincolati da listini annuali.
- Rallentamento economico e calo di alcuni mercati: un'eventuale recessione o contrazione dei consumi interni impatterebbe direttamente la domanda di etichette, essendo queste un bene derivato. Ad esempio, il rallentamento dell'e-commerce (dopo il boom pandemico) sta già togliendo un vento in poppa al settore delle etichette logistichestampamedia.net. Ulteriori cali nei settori chiave (es. export vinicolo in flessione, crisi nel fashion retail) avrebbero un impatto immediato sugli ordini, innescando potenzialmente una nuova fase di sovracapacità produttiva come nel 2023.
- Evoluzione normativa sfavorevole: se alcune proposte regolatorie europee dovessero tradursi in obblighi stringenti (ad esempio quote di imballaggi riutilizzabili che ridurrebbero il consumo di etichette monouso, o divieti di certi materiali adesivi non compostabili), gli stampatori dovrebbero adeguarsi rapidamente con costi non trascurabili. Anche l'introduzione della Plastic Tax o l'aumento del contributo ambientale CONAI sulle etichette in plastica rappresentano fattori di erosione dei margini o di calo competitivo rispetto a soluzioni alternative (come stampa diretta sull'imballo). Inoltre, il perdurare di iter burocratici complessi per le conformità (es. nuove norme su etichettatura nutrizionale, ecc.) può pesare sulle piccole strutture meno attrezzate dal punto di vista amministrativo.

In conclusione, il comparto toscano delle etichette adesive e delle nobilitazioni per la stampa si presenta vivace e ricco di competenze, sebbene sfidato da trasformazioni tecnologiche e di mercato. La SWOT analysis evidenzia come le opportunità – legate all’innovazione, alla qualità e ai trend favorevoli nei settori di riferimento – possano essere colte dalle aziende regionali facendo leva sui propri punti di forza territoriali, mentre occorre mitigare le minacce con strategie di cooperazione, diversificazione e investimenti mirati. Un approccio proattivo e consapevole dei cambiamenti (normativi, digitali, di domanda) permetterà agli operatori toscani di consolidare la propria posizione in questo settore in evoluzione, continuando a coniugare la tradizione artigianale con le sfide dell’industria moderna

2. BISOGNI FORMATIVI NEL SETTORE GRAFICO TOSCANO

2.1. Innovazione tecnologica e Industria 4.0

- Aggiornamento su macchinari e sistemi di stampa digitale avanzata.
- Formazione su automazione, sensori, manutenzione predittiva e gestione dati.
- Transizione da approccio artigianale a metodologie digitali e scientifiche.

2.2. Digitalizzazione dei processi

- Competenze in progettazione grafica computerizzata, pre stampa CTP, workflow PDF.
- Gestione di workflow digitali, MIS/ERP e sistemi web-to-print.
- Alfabetizzazione digitale avanzata per tutti i ruoli aziendali.

2.3. Sostenibilità ambientale

- Competenze su green design, materiali sostenibili, gestione rifiuti e risparmio energetico.
- Formazione per ottenere e gestire certificazioni ambientali (FSC®, ISO 14001, EMAS).
- Sviluppo di una cultura aziendale orientata alla sostenibilità.

2.4. Competenze normative e tecniche

- Conoscenze aggiornate su normative ambientali, MOCA, privacy, sicurezza.
- Applicazione di standard tecnici (ISO 12647, PDF/X, tracciabilità).
- Implementazione di sistemi qualità e compliance normativa.

3. PROFILI PROFESSIONALI E COMPETENZE DA AGGIORNARE

Profili principali coinvolti

- Operatore di stampa (offset, digitale, flessografica).
- Tecnico di pre stampa e RIP/workflow specialist.
- Grafico e progettista grafico (tradizionale e digitale).
- Addetto al finishing (rilegatura, piega, fustellatura, confezione).
- Addetto commerciale e marketing.
- Responsabile qualità e produzione.
- Titolare/imprenditore/manager di PMI grafiche.

Competenze da aggiornare

- Padronanza software grafici e tecnologie 3D e AR.
- Gestione di flussi digitali e tracciabilità.
- Competenze su stampa digitale, dati variabili e VDP.
- Automazione industriale, IoT e diagnostica.
- Conoscenza normativa e certificazioni ESG.
- Soft skill: creatività, project management, teamwork, inglese tecnico.

4. IPOTESI FORMATIVE

4.1. Percorsi per giovani e disoccupati

- Corsi professionalizzanti (es. IFTS) per “Tecnico grafico 4.0” o “Operatore grafico packaging”.
- Stage in azienda, laboratori CAD, pre stampa, stampa digitale, finishing.

4.2. Moduli tecnici per occupati

- Workshop su automazione, stampa digitale, pre stampa PDF, packaging design sostenibile.
- Formazione con supporto di fornitori tecnologici e ENIP-GCT.

4.3. Laboratori di innovazione e training on the job

- Centri territoriali attrezzati (es. presso ITS, poli tecnologici).
- Training on the job su nuove tecnologie con tutor aziendali.

4.4. Aggiornamenti manageriali e normativi

- Seminari su trasformazione digitale e marketing B2B.
- Workshop su direttive ambientali, compliance MOCA, CSRD e ESG.

4.5. Approccio integrato e rete regionale

- Reti tra agenzie formative, scuole, ITS, università, associazioni, imprese.
- Accesso a fondi FSE+, interprofessionali e collaborazioni con enti tecnologici.

5. STRATEGIA DI ATTUAZIONE FORMATIVA

Il comparto grafico-cartotecnico toscano, pur attraversando una fase di trasformazione strutturale, dispone di potenzialità elevate legate alla qualità, all'innovazione e alla sostenibilità. Una strategia formativa regionale basata su percorsi qualificanti, aggiornamento continuo, laboratori di innovazione e supporto al management rappresenta la chiave per accompagnare il settore nella transizione digitale e verde.

L'agenzia formativa proponente si impegna a:

- sviluppare un'offerta formativa modulare e integrata;
- coinvolgere le imprese nel disegno dei percorsi;
- rispondere tempestivamente ai fabbisogni emergenti;
- monitorare i risultati e garantire l'occupabilità delle persone formate.

Formare oggi i professionisti della grafica significa gettare le basi per un settore competitivo, sostenibile e capace di generare valore sul territorio, in coerenza con le politiche regionali e comunitarie.

Arezzo, 3 giugno 2025