

**DISTRETTO
DELLA SCIENZA
E TECNOLOGIA**

PACKAGING. Un'azienda che investe 7 milioni l'anno per nuovi prodotti che trainano il comparto

Gps, una questione di etichetta che porta affari in tutto il mondo

A Schio sforna anche shopping bags e targhette termoretraibili per i big del beverage e non solo

Cinisa Zuccon

Ben 70 milioni di etichette al giorno - che diventeranno presto 80 - un milione di shopping bags personalizzate e 10 milioni di shrink sleeves in plastica (etichette termoretraibili). Impossibile che a casa vostra o in qualsiasi altra casa d'Italia o all'estero non ci sia una busta di carta, un incartamento o un prodotto con un'etichetta stampata in Veneto e più precisamente a Schio. "Gps spa" è una delle aziende che rendono bene l'idea di cosa contraddistinguono quest'area ad elevato tasso di industrializzazione che per iniziativa di industriali schiedesi e del Comune ha avviato un piano per farsi conoscere come "Distretto della scienza e della tecnologia".

RICERCA. Produrre etichette, a dei profani, può sembrare un'attività che non richiede grandi capacità e tecnologie. Profani, appunto. Perché non si conquista la leadership del mercato, né si viene scelti da multinazionali come Nestlé, Coca Cola, Pepsi e Ferrero se non investendo

continuamente in macchinari, in ricerca e in adeguamento delle strutture produttive e certificazioni di qualità. «Negli ultimi due anni - spiega il presidente Daniele Grotto - gli investimenti sono stati pari a 7 milioni l'anno. Per l'alta tecnologia dei macchinari, la qualità di stampa e la capacità produttiva siamo tra i primi in Europa e svolgiamo ricerca continua in collaborazione con le più grandi aziende di macchine etichettrici e film plastici». Gps è nata esattamente 40 anni fa. Nel 1976 produceva borse per lo shopping in plastica personalizzate e, in seguito, è stata tra le prime in Europa a produrre etichette in plastica per il settore beverage. «La svolta - racconta Grotto - è arrivata nell'85. Pepsi cominciava a chiedere etichette in plastica, non tutti erano pronti a cogliere la sfida, e così abbiamo cominciato a lavorare per loro». Oggi Gps raggruppa tre diverse divisioni e stabilimenti: Gps shopping bags (produzione-vendita di borse in carta certificata ecosostenibile e in plastica), Gps packaging, (etichette roll feed, in bobina) e Rotomet per stampa roto-offset di shrink sleeves.

CRESCITA. Il gruppo occupa 250 dipendenti con un fatturato di 70 milioni l'anno e



Daniele e Matteo Grotto, presidente e ad di Gps

L'Italian Popai Award alla shopper Nutella

Prima degli altri, meglio degli altri. Competitività e contenimento dei costi si giocano anche sull'abilità di trovare il perfetto equilibrio tra qualità del prodotto e rapidità di consegna. «I nostri clienti ci scelgono per gli elevati standard produttivi» sottolinea il presidente di Gps Daniele Grotto - e per la capacità organizzativa che ci consente di soddisfare

richieste 'just in time'. E sono proprio i clienti a spingerci al miglioramento continuo con l'introduzione di sistemi di controllo qualità sempre più sofisticati». Gps ha ottenuto diversi riconoscimenti e premi. Tra questi, il prestigioso Italian Popai Award, ottenuto nel 2014 per la realizzazione della shopper più originale d'Italia. Si tratta della shopper realizzata per Ferrero personalizzata "Nutella".

una crescita che tra 2014 e 2015 ha toccato il 15%. Recentemente sono stati ampliati i siti produttivi che oggi occupano 60mila metri quadri (40mila coperti) e negli ultimi due anni sono stati assunti 20 nuovi dipendenti, tutti neodiplomati di istituti tecnici e che si stanno formando per una nuova divisione produttiva. «Anche nel 2015 - continua Grotto - abbiamo investito in innovazione e ricerca creando nuovi articoli e nuovi effetti di stampa nelle shopping bags con combinazioni diverse di colori e materiali con macchinari di nuova generazione. Con la realizzazione di un nuovo ampliamento e la certificazione Bec per il packaging alimentare abbiamo soprattutto aperto la strada ad un nuovo business nell'ambito degli imballaggi flessibili. Oltre a materiale per il confezionamento delle verdure fresche, come Bonduelle, a febbraio produrremo anche packaging per altri alimenti. Un'evoluzione che non creerà nuove opportunità solo a noi, ma a tutto il comparto del packaging che nella zona conta decine di aziende». E appunto la caratteristica del Distretto della scienza e della tecnologia: creare sinergie tra imprese eccellenti per competere a livello internazionale. ■

Progetto triennale

"Oltre il volo" Dalla mostra al Distretto

È un progetto triennale, quello del "Distretto della scienza e della tecnologia", un polo produttivo dell'Alto vicentino basato su un gruppo di industrie di eccellenza ad alto contenuto tecnologico, innovativo e qualitativo che vuole promuovere, oltre a Confedustria (l'aggregamento Schio-Trieste), il Comune di Schio, il primo rilevante passo per rendere visibile il progetto è la mostra temporanea "Oltre il sogno: dal volo allo spazio", ideata e organizzata dal Gruppo Pleiadi, ospitata al Lanificio Conte. La mostra, visitabile fino al 30 marzo, si sviluppa in un percorso per grandi e piccoli sulla storia del volo da una parte, e sullo spazio dall'altra, con modelli e pezzi originali prelevati dal Cnas, come i "gemelli" della telecamera della sonda Rosetta che per la prima volta nella storia ha raggiunto una cometa, e del sensore "Mars", il primo ad aver sbalzato l'atmosfera di una delle lune di Giove, Titano, e della sonda Dream che accompagnerà il robotino europeo ExoMars nella missione sul Pianeta rosso. Il progetto del Distretto vuole da una parte mettere in luce l'identità industriale di Schio e dall'altra coinvolgere imprenditori e cittadini in una trasformazione culturale basata su formazione, ricerca ed innovazione. ■