

GRAFICHE FILACORDA 70 anni e non sentirli

di Carlo Tomaso Parmegiani

Settant'anni e non sentirli.

È la realtà della Grafiche Filacorda, fondata nel 1954 a Udine da Enzo Filacorda con una prima "bottega" in via Gemona e una macchina da stampa a pedale acquistata a 24 anni, con la liquidazione da 100mila lire ottenuta dopo dieci anni di collaborazione con la storica tipografia udinese "Marioni & Sassi". Trasferitasi negli anni '80 nel moderno stabilimento di viale Palmanova, l'azienda è guidata da diversi anni dalla figlia Anna, che vi entrò negli anni '90 e divenne, poi, socia acquistando le quote dello zio Mario che fin dagli inizi aveva collaborato con il padre. Grazie a una continua attenzione all'innovazione, alla qualità e al servizio, l'impresa ha saputo crescere in uno dei settori che maggiormente hanno sofferto le ripetute crisi degli ultimi anni, divenendo un punto di riferimento nel mondo tipografico regionale. Nota a tutti per il magnifico calendario in grande formato (50x70) che crea ogni anno in copie limitate, la Grafiche Filacorda si è affermata per la realizzazione di cataloghi, libri, stampati commerciali, così come per la progettazione grafica e la creazione di siti web, per molte importanti aziende regionali e nazionali, ma anche per alcune prestigiose collaborazioni con istituzioni e editori internazionali.



Anna Filacorda, quali sono i segreti che vi hanno permesso di arrivare ai 70 anni di attività, in un settore che ha visto decine di aziende andare in crisi e chiudere?

Certamente la passione per il nostro lavoro, l'aiuto dei nostri collaboratori, molti dei quali sono entrati in azienda giovanissimi e sono rimasti con noi sino alla pensione, ma anche la capacità di investire nel miglioramento continuo e nella convinzione che la "carta" rimanga sempre d'attualità.

Nel corso degli anni, in particolare, sono stati fatti notevoli investimenti che hanno permesso alla nostra azienda di essere all'avanguardia grazie all'utilizzo di macchinari di ultima generazione.

Quali sono, oggi, l'andamento e le prospettive del settore?

Purtroppo, l'andamento del settore continua a non essere positivo. C'è stata una desertificazione del comparto con la chiusura di molte aziende. Negli ultimi anni, poi, le aziende si devono confrontare con uno

scenario macroeconomico profondamente mutato: l'emergenza Covid-19 e il delicatissimo quadro socio-politico internazionale hanno destabilizzato globalmente le economie. Ciò si è tradotto, fra l'altro, in aumenti vertiginosi del costo delle materie prime (e nelle difficoltà di reperimento delle stesse) e dei prodotti del comparto "energia".

A seguito del progresso tecnologico, si è assistito, inoltre, a un progressivo spostamento della comunicazione, da cartacea a digitale e di conseguenza le tirature di stampa sono decisamente diminuite.

Il settore, dunque, è ancora in crisi, ma ritengo che questi frangenti possano essere comunque stimolanti per un miglioramento continuo che ci sproni a superare anche la difficile congiuntura.

Come affrontate le tante difficoltà del comparto?

Facendo il possibile per diversificare l'offerta verso il cliente. Qualche anno fa, intuendo la probabile evoluzione della domanda dei

prodotti grafici e giocando d'anticipo sui più immediati competitors, la Grafiche Filacorda è stata la prima azienda in regione a dotare le proprie macchine della tecnologia Huv e successivamente di quella a Led. Abbiamo, inoltre, investito sulla tecnologia digitale. Lo scorso anno è stata installata in azienda una stampante digitale (la prima in Europa così configurata), che oltre ad avere un'ottima qualità di stampa, permette di ottenere il prodotto finito: rifilato, piegato e cucito, consentendoci di gestire in tempi brevissimi le basse tirature a una qualità assolutamente paragonabile alla stampa offset.

Prevedete possibili acquisizioni per crescere?

Il processo tecnologico necessiterebbe di continui investimenti nell'ottica di restare sempre aggiornati ai tempi. In generale valutiamo di volta in volta quali sono le priorità che riteniamo strategiche in termini di investimenti tecnologici; per questo puntiamo sempre a instaurare proficue collaborazioni con aziende e professionisti del settore grafico. Sono convinta che le sinergie possano portare ottimi risultati.

In relazione all'attualità della carta cos'è cambiato rispetto all'intervista che ci concesse per il vostro 60ennale?

Abbiamo assistito, negli anni, a scenari di cambiamento molto evidenti e la pandemia Covid ne ha accelerato tutti i processi. In particolare, la comunicazione tramite web e social ha sottratto una gran fetta della comunicazione che veniva fatta tramite la carta stampata.

A questo ci dobbiamo inevitabilmente adeguare, ma io sono convinta che la carta stampata non morirà mai! La stampa di qualità è stata, e sarà, sempre apprezzata. Sono certa che i prodotti editoriali, quali libri e cataloghi di pregio, non potranno mai essere sostituiti da un'immagine in video o, peggio, da una foto che passa su uno smartphone (spero tanto di non sbagliarmi!).

L'utilizzo del 4.0 e dell'Intelligenza artificiale come impatta sull'azienda e sul settore?

L'integrazione delle tecnologie digitali nei processi produttivi ha agevolato la creatività e l'efficienza. L'intelligenza artificiale è, appunto, al centro della quarta rivoluzione industriale. Indubbiamente sta rivoluzionando la grafica e la comunicazione visiva. A partire da un semplice input testuale, si possono, infatti, creare nuove immagini con differenti stili, dalle illustrazioni alle fotografie. È comunque importante prendere in considerazione le implicazioni di queste tecnologie e adattarle nelle misure adeguate a garantirne un utilizzo responsabile ed etico. L'aumento della produttività potrà togliere posti di lavoro, ma sono convinta che per il nostro mestiere servirà sempre la creatività dell'essere umano, in quanto al centro si trova sempre l'esperienza dell'operatore. Per quanto ci riguarda, ci siamo ampiamente documentati sulla materia e riteniamo che, pur rimanendo probabilmente necessario confrontarsi concretamente nel futuro prossimo con questa realtà, al momento manteniamo un approccio graduale e prudente, trattandosi appunto di un sistema che, nella nostra realtà produttiva, impatterebbe in maniera significativa.

A proposito di operatori, avete difficoltà a trovare manodopera?

Purtroppo sì. Come molti altri settori ci confrontiamo con la difficoltà di reperire manodopera specializzata. Difficile dire come uscirne. Dalle scuole, infatti, di rado arrivano ragazzi e ragazze con la preparazione che ci servirebbe e noi, come molte altre aziende, dobbiamo investire molto in formazione, il che mal si concilia con la poca disponibilità dei giovani d'oggi a lavori a orari fissi e a rimanere legati a un'azienda per lunghi periodi.

Da anni si sente molto parlare di sostenibilità ambientale. Come affronta questo tema la Grafiche Filacorda?

Siamo molto attenti a questo aspetto e abbiamo ottenuto le importanti certificazioni Fsc e Pefc che garantiscono che i prodotti contenenti

legno provengano da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali. Inoltre, i macchinari sempre più moderni che utilizziamo riducono sia il consumo di energia, sia quello di inchiostri che, comunque, sono prodotti in modo sempre più consapevole e ambientalmente responsabile.

Uno dei nostri Calendari affrontava appunto il tema della Sostenibilità, prendendo spunto dalla frase del celebre designer Enzo Mari "Siate umani e progettate per il mondo".

A proposito del vostro ambizioso calendario, giunto alla 14esima edizione, come nacque e quali sono le sue prospettive future?

L'idea del Calendario Grafiche Filacorda nacque nel 2010. Decidemmo di coinvolgere alcune figure che ruotano nel nostro mondo: grafici, designer, illustratori, artisti, dando loro un unico concetto da interpretare, mettendo in opera le loro capacità creative. I temi trattati in questi anni sono stati di diversa natura: dal valore dei Diritti Umani, al concetto del Carpe diem, dal valore dell'Amicizia all'importanza del Cambiamento. Ci siamo ispirati alle frasi del Dalai Lama, di Nietzsche, di Camus e via dicendo. Nel 2018 si è creata l'opportunità di collaborare con gli studenti dell'Università del Design Isia di Roma e il Consorzio Universitario di Pordenone. Il nostro orientamento è quello di dare spazio ai giovani e questa è stata per noi e per gli studenti una bellissima opportunità, da loro accolta con estremo entusiasmo. I giovani creativi hanno lavorato al progetto facendone materia di studio e approfondimento. La particolarità del progetto ha attirato l'attenzione degli imprenditori Andrea Cumini e Marco Bortolin, i quali mi supportano in questa mia iniziativa ormai da diversi anni. Tra di noi si è creata una sinergia che ritengo importante per fare rete di impresa e per valorizzare il territorio. La novità è che la realizzazione delle nuove immagini che comporranno il Calendario Grafiche Filacorda 2025 verrà riportata a Udine. È ufficiale, infatti, la nuova collaborazione con l'Accademia delle Belle Arti di Udine, che vede coinvolta la docente Linda Pilar Zanolla.

