

tecnologie

Dall'etichettificio alla cantina vinicola, le soluzioni inkjet di Epson per la stampa di etichette vanno incontro alle esigenze di converter e piccoli produttori

Nel print-for-pay e in cantina, l'etichetta vinicola è sempre più digitale



Come il packaging, anche l'etichetta si fa interprete delle sfide che il mercato impone a brand owner e converter. Le parole d'ordine sono basse tirature e personalizzazione spinta. Perché funzioni, l'etichetta deve comunicare in maniera distintiva e accattivante l'immagine e i valori del prodotto. Contestualmente, deve essere in grado di trasmettere un messaggio forte e coerente, pur rivolgendosi a una clientela che si differenzia per età,

nazionalità e abitudini di consumo. Anche settori storicamente floridi come quello vinicolo e oleario puntano quindi a creare nuovi livelli di differenziazione, a beneficio di un mercato che acquisisce una dimensione sempre più globale. La stampa digitale diventa la chiave per far fronte all'esigenza di produzioni sempre più frammentate e abilitare nuovi livelli di personalizzazione. Tra i costruttori di soluzioni per la stampa, Epson ha messo a punto un'offerta tecnologica dedicata al

settore dell'etichetta coerente e modulare, al punto da farsi interprete tanto delle esigenze dell'etichettificio, quanto di quelle di cantine vinicole e oleifici di piccole dimensioni. Nascono così due differenti approcci che vedono impiegate piattaforme per la stampa di etichette diverse per produttività, tipologia di utente, capacità di investimento, ma accomunate dall'impiego della tecnologia inkjet piezo di Epson. Da una parte, Epson SurePress L-4033 AW, la macchina da stampa industriale

a bobina pensata per gli operatori del print-for-pay; dall'altra, la stampante compatta Epson ColorWorks C7500. In questo articolo, abbiamo voluto scoprire queste due tecnologie, simbolo di due approcci distinti e complementari, e raccontarle attraverso

|| In alto, a sinistra, Epson SurePress L-4033 AW installata nel reparto produttivo di Etichettificio Perruccio, a Casarano, provincia di Lecce. A destra, la stampante compatta Epson ColorWorks C7500.

tecnologie

l'esperienza d'uso di due utenti altrettanto diversi: un etichettificio e una grande azienda vinicola.

Il lavoro di squadra è il segreto di un'etichetta vincente

Benché il settore vinicolo non abbia conosciuto crisi significative, i brand owner hanno dovuto ripensare la propria offerta, a partire dagli imballaggi. Packaging ed etichetta devono differenziarsi sullo scaffale, rispecchiare il valore e il prezzo di un prodotto di qualità, ed emozionare attraverso sensazioni visive e tattili. La realizzazione di un'etichetta diventa una sfida che coinvolge diverse professionalità, che concorrono a realizzare un prodotto unico e, al tempo stesso, compatibile sia con gli alti volumi tradizionali che con piccoli quantitativi ed edizioni limitate. Il progetto "Con Vista - Chianti Classico Cecchi"

punta a ricreare questo ecosistema applicativo, mettendo al centro il potenziale della stampa digitale. L'iniziativa nasce dalla volontà di Epson di dimostrare come la propria tecnologia inkjet, abbinata a materiali dedicati e ad un design ad-hoc possano concorrere alla realizzazione di un'etichetta di alta qualità. In collaborazione con Arconvert, leader nella produzione di materiali autoadesivi, Epson ha ingaggiato Mario Di Paolo, designer specializzato nella progettazione di etichette per il settore vinicolo. Il designer, a sua volta, ha coinvolto Famiglia Cecchi, storica azienda vinicola toscana, che ha accolto la sfida di creare una nuova etichetta per il suo prestigioso Chianti Classico. «Volevo che l'etichetta trasmettesse i valori di tradizione e storicità del marchio. - spiega Di Paolo - Allo stesso tempo, ho progettato le diverse parti

affinché tutte le lavorazioni fossero compatibili sia con le tecniche produttive tradizionali che con la tecnologia Epson». Per la realizzazione, si è reso necessario il coinvolgimento di un partner produttivo competente e attento alla qualità, prontamente identificato nell'Etichettificio Perruccio, già utilizzatore della tecnologia Epson SurePress L-4033 AW. La capacità di gestire carte non trattate, l'alta qualità di stampa e l'ampio gamut cromatico della label press di Epson hanno consentito di realizzare un'etichetta elaborata, accoppiando tre tipologie di carte diverse. Per la nobilitazione è stato poi scelto un foil dorato.

Perruccio: specialista dell'etichetta alimentare

Nel 1981 Giovanni Perruccio calzaturiero. Nasce così l'omonimo etichettificio, con sede a Casarano (LE). Complice la fiorente



Massimo Perruccio
Titolare di Perruccio srl

"SurePress è il giusto compromesso per un piccolo converter di etichette, desideroso di integrare il digitale nel proprio flusso produttivo e accrescere la competitività."

calzaturiero. Nasce così l'omonimo etichettificio, con sede a Casarano (LE). Complice la fiorente



1) Un operatore avvia la stampante Epson SurePress L-4033 AW nel reparto di produzione di Etichettificio Perruccio. 2) L'operatore effettua un controllo di qualità sulla bobina di etichette. 3) Le etichette finite, realizzate per il progetto "Con Vista - Chianti Classico Cecchi", frutto della collaborazione tra Epson e Arconvert.

tecnologie



Mario Di Paolo
Graphic designer e titolare di Spazio Di Paolo

“Epson SurePress si presta alla realizzazione di progetti complessi, in cui il creativo può esprimere tutto il suo potenziale.”

industria agroalimentare della regione, nel corso degli anni Novanta Etichettificio Perruccio si

orienta verso la produzione di etichette per vino, olio e prodotti alimentari. Il parco macchine cresce fino a includere ogni tipo di tecnologia: offset, flexo e serigrafica, stampa a rilievo e foil a caldo e a freddo. Oggi l'azienda, con un'estensione di 2.500 m² e 20 dipendenti, produce 150 milioni di etichette l'anno. «Le etichette per il packaging alimentare, normalmente prodotte in alti volumi, necessitano della tecnologia analogica. – spiega Massimo Perruccio, titolare dell'azienda – Nel caso delle etichette per il settore vinicolo, invece, serviamo soprattutto piccoli e medi produttori del Sud Italia, che effettuano piccoli ordini di prodotti personalizzati e talvolta variabilizzati in base alla tipologia di prodotto, la zona di provenienza e il brand del cliente. Per questo motivo, abbiamo sentito la necessità di adottare una

soluzione digitale che permettesse di realizzare efficacemente piccoli quantitativi con un alto livello di personalizzazione».

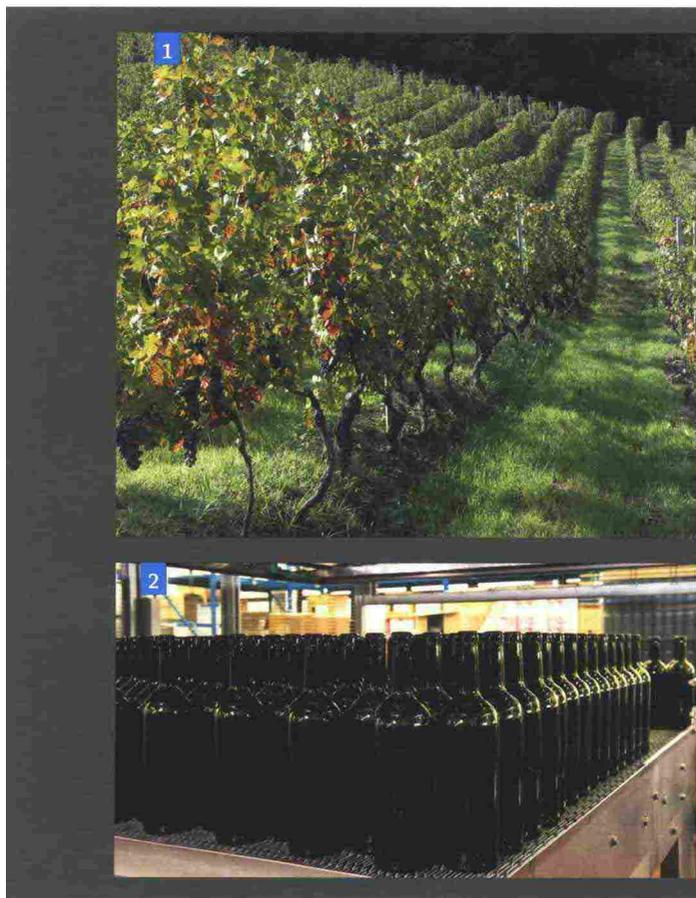
SurePress è la porta d'accesso al digitale

L'esperienza di Etichettificio Perruccio dimostra come l'industria dell'etichetta vada sempre più verso l'ibridazione dei processi di stampa. La sfida sarà piuttosto quella di elaborare progetti compatibili sia con le tecniche analogiche che con il digitale, affinché una piccola campionatura possa trasformarsi, all'occorrenza, in una produzione industriale. Uno dei temi più dibattuti tra gli etichettifici, tuttavia, è quello del costo della tecnologia digitale, sia in termini di valori d'acquisto che di costo dell'etichetta finita. Epson SurePress L-4033 AW

si propone come uno strumento accessibile e abilitante per i piccoli e medi stampatori di etichette desiderosi di integrare il digitale nel proprio flusso di lavoro. L'elevata risoluzione di stampa (720x1.440 dpi) e l'eccellente qualità dell'immagine consentono poi di riprodurre testi di piccole dimensioni, fondi pieni e immagini fotografiche. Con l'ulteriore vantaggio, tipico del digitale, di poter realizzare piccoli lotti senza cliché e forme da stampa. LW-4033 AW utilizza inchiostri SurePress AQ, una chimica base acqua che garantisce elevata adesione e resistenza su diversi tipi di carte autoadesive, anche non trattate.

La stampa di etichette entra in cantina

Se per un etichettificio l'adozione della stampa digitale è



1) I vigneti di Cantine Volpi. 2) Le bottiglie pronte per l'etichettatura. 3) Il frontale di un'etichetta stampato presso un etichettificio esterno. 4) Il retro della stessa etichetta realizzato con l'unità Epson ColorWorks C7500 installata in azienda.

tecnologie



intervista

a **Francesco Civardi**
Responsabile Qualità
di Cantine Volpi

“Epson ColorWorks C7500 ci permette di gestire internamente la produzione di retroetichette, aumentando la flessibilità e riducendo i tempi d’attesa.”

Quali sono i driver che vi hanno convinti ad introdurre la stampa digitale in cantina, e perché proprio Epson?

La nostra produzione media complessiva si aggira intorno alle 25 mila bottiglie al giorno. Un volume composto in prevalenza da grandi lotti per singoli clienti. Tuttavia, la maggior parte dei nostri clienti ordina piccoli quantitativi, talvolta ulteriormente suddivisi in micro-batch, la cui etichetta dovrà differenziarsi in base alla specifica tipologia di vino. Per stampare il fronte, spesso comune a più prodotti all’interno della stessa gamma, esternalizzare a un etichettificio è ancora la soluzione più conveniente. Mentre non è così per la stampa del retro, che contiene dati specifici e richiede un elevato livello di personalizzazione. Epson ColorWorks C7500 ci permette di gestire internamente la produzione delle retroetichette, aumentando la flessibilità e riducendo i tempi di attesa. Ciò che ci ha ulteriormente convinti è la totale corrispondenza cromatica delle retroetichette con i frontali stampati in offset.

ormai più che un’opzione remota, anche le cantine vinicole si interrogano su come rendere più efficienti i propri processi di approvvigionamento e applicazione delle etichette. Complici la frammentazione degli ordinativi e le crescenti richieste di variabilizzazione. Emblematica è l’esperienza di Cantine Volpi, storica azienda vitivinicola piemontese che, per internalizzare la produzione di retroetichette, nel 2016 ha installato la sua prima Epson ColorWorks C7500, una label printer compatta ma straordinariamente produttiva. L’azienda nasce nel 1914 a Tortona, in provincia di Alessandria, e nei decenni si afferma come uno dei produttori di spicco nel panorama regionale e nazionale, sia in termini di prodotto che di impianti. Oggi Cantine Volpi opera su un’area di 13.700 m² e occupa 28 dipendenti, producendo 4 milioni di bottiglie l’anno per una clientela

prevalentemente internazionale. «Esportiamo il 90% della nostra produzione. – racconta Francesco Civardi, Responsabile Qualità di Cantine Volpi – Per noi, variabilizzare l’immagine del prodotto è un’esigenza pratica, soprattutto per quanto riguarda la stampa delle retroetichette, contenenti le informazioni per il consumatore e le indicazioni di legge, che variano per ciascun Paese». In passato, l’azienda si è sempre rivolta a un partner esterno per la stampa delle etichette. Tuttavia, per ammortizzare i costi di impianti e avviamenti, era necessario ordinare e stoccare grandi quantitativi di etichette che, dopo un certo periodo, finivano per essere buttate a causa della loro obsolescenza. L’introduzione di Epson ColorWorks C7500 ha permesso di affiancare e uniformare la stampa delle retroetichette alla linea di imbottigliamento. Con una luce di 108 mm, ColorWorks

Quali nuove competenze ha richiesto l’introduzione di una tecnologia inkjet?

Abbiamo frequentato corsi di aggiornamento per acquisire alcune competenze di base nell’ambito della stampa e del colore, ma devo dire che la macchina è studiata per essere facilmente utilizzabile anche da non addetti ai lavori. Mi occupo personalmente di controllare che i file grafici inviati dalle agenzie creative siano perfettamente corretti e stampabili. Successivamente, procediamo con l’invio in stampa, proprio come su una normale stampante da ufficio. Il grande pregio della macchina è dato proprio dal fatto che non è necessaria la presenza di un operatore dedicato. In pochi

minuti, la bobina di etichette è pronta per essere montata sull’etichettatrice in linea.

Pensate di alzare l’asticella per il futuro? Magari introducendo tecnologie di stampa più produttive e performanti per rendervi completamente autonomi?

Al momento siamo soddisfatti della produttività della macchina e del vantaggio che ci offre. Al punto che presto ne affiancheremo una seconda, così da assicurare ai nostri clienti un servizio ancora più puntuale e personalizzato. Pensare a una produzione di etichette totalmente internalizzata è affascinante, ma senz’altro prematuro.



|| L’unità Epson ColorWorks C7500 installata presso Cantine Volpi

C7500 raggiunge una velocità massima di 300 mm al secondo, sufficienti per produrre fino a 5.000 etichette in un’ora. Le teste inkjet PrecisionCore Micro TFP assicurano una risoluzione massima di 600x1.200 dpi. L’engine di stampa in quadricromia, supportato dagli inchiostri a pigmento Epson DURABrite Ultra, consente di produrre retroetichette della medesima qualità, con le stesse caratteristiche cromatiche e con la stessa durezza e resistenza delle etichette frontali stampate in offset.

Quale futuro per la supply chain dell’etichetta?

Denominatore comune di queste due esperienze è l’utilizzo della tecnologia inkjet piezo di Epson. Pur declinata in due tipologie di macchinari diversi per formato, costo e produttività, essa introduce nuove opportunità, vantaggi

e sfide. Tanto per gli etichettifici quanto per i brand owner e gli operatori della logistica. Ma cosa dobbiamo aspettarci per il futuro? Se da un lato saranno sempre di più le cantine vinicole e le aziende alimentari a introdurre soluzioni di stampa in-plant per piccoli volumi, dall’altro non c’è dubbio che gli etichettifici continueranno ad essere i protagonisti dei grandi volumi. C’è forse da chiedersi quanto utopica, o altamente probabile, possa essere l’introduzione di linee di stampa e converting sempre più produttive direttamente in cantina. Magari proprio una Epson SurePress? In definitiva, osservando le esperienze di Cecchi e Volpi, su una cosa non abbiamo dubbi: quello dell’etichetta è un ambiente di committenza, creatività e produzione estremamente dinamico, tecnico e ricco di professionalità. Un ecosistema affascinante e sempre più, incontrovertibilmente, digitale. ■