

Nuova Erreplast rilancia su bio e digitale: ecco il progetto

Il converter campano segna un nuovo record - l'installazione della prima digitale "ibrida" Sapphire Evo, sviluppata da Uteco e Kodak su un progetto di nuova concezione - **e rilancia a livello internazionale**, sostenuto da una crescita oversize. Le idee, le tecnologie e i mercati di un'azienda di giovani che indicano la strada.

EP

Un 2018 senz'altro speciale quello di Nuova Erreplast, che consolida la preminenza nella stampa flexo conquistata in tempi rapidissimi, e stabilisce nuovi obiettivi. Alla base della crescita, due fattori vincenti: la leadership trascinate e lungimirante di Domenico, "Mimmo", Raccioppoli, il 37enne AD della società campana, e la scelta di tecnologie capaci di aprire nuove strade.

Quest'anno si concretizzano in un nuovo stabilimento da 55mila mq - quasi quattro volte la precedente area di Casalnuovo - ormai pressoché ultimato a Marcianise, e gli investimenti che mirano a potenziare entrambe le BU dell'estrusione di polimeri e della trasformazione di packaging flessibile. La novità più eclatante riguarda l'acquisto - come primo utilizzatore assoluto - della nuova macchina da stampa ibrida flexo+digitale sviluppata da Uteco e Kodak, oggi impegnata nei beta test e annunciata per il lancio durante l'Innovation Alliance. Ma non è la sola.

In questa intervista esclusiva Domenico Raccioppoli ci parla della Sapphire Evo e dei clienti che la aspettano, della laminatrice hi-tech in arrivo, degli investimenti sui polimeri compostabili e biodegradabili e altro ancora.



La macchina messa a punto in Uteco con teste inkjet Kodak è stata presentata come prototipo alla scorsa drupa del 2016, dove ha colpito soprattutto l'altissima velocità (300 m/min e oltre). Ora si annuncia il compimento di un progetto che ha suscitato interesse e attese e di cui sarete i primi

utilizzatori. Perché avete aperto al digitale?

La stampa digitale nasce per servire le esigenze di packaging personalizzato e interattivo che in questo momento dominano il mercato e cresceranno sempre più. Hanno iniziato i grandi brand ma ora è diventata esigenza diffusa e lo constatiamo ogni gior-

Nuova Erreplast re-launches on bio and digital: here is the project

The Campania based converter chalks up a new record - the installation of the first Sapphire Evo "hybrid" digital, developed by Uteco and Kodak around a new concept - and relaunches internationally, supported by high growth. The ideas, technologies and markets of a company of thirty-year-olds who are paving the way.

EP

In a 2018 that indeed proved special for Nuova Erreplast, which is consolidating its pre-eminence in flexo printing which it conquered extremely rapidly, while setting itself new goals. Two successful factors lie at the basis of its growth: The compelling and forward-looking leadership of Domenico "Mimmo" Raccioppoli, the 37-year-old company CEO from Campania, and the choice of technologies capable of opening new paths.

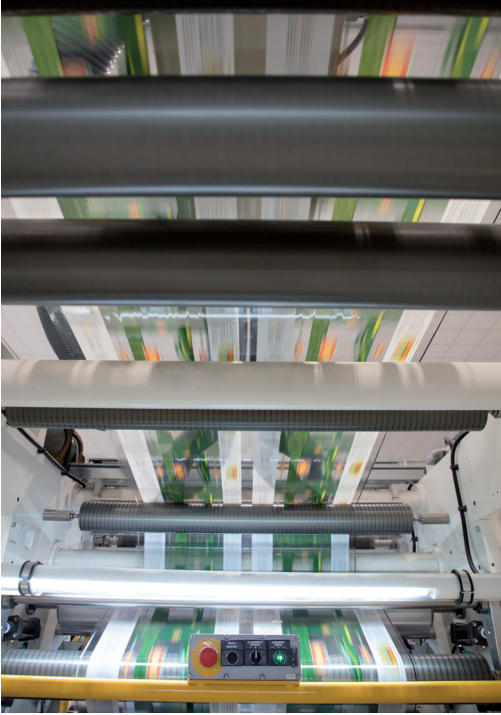
This year sees the commissioning of a factory of 55 thousand square meters - almost four times the previous area at Casatenuovo - now almost completed in Marcianise, and investments aimed at enhancing both the polymer extrusion BU and flexible packaging converting. The most striking news is the purchase - as the first absolute user - of the new Uteco and Kodak hybrid flexo + digital printing machine, today engaged in beta tests and that should be launched during the

Innovation Alliance. But that is not the only news.

In this exclusive interview Domenico Raccioppoli talks to us about the Sapphire Evo and the customers who are eagerly waiting for it, about the new hi-tech laminator, investments in compostable and biodegradable polymers and more.

The machine developed by Uteco with Kodak inkjet heads was presented as a prototype at the last drupa in 2016, where observers were above all struck by the extremely high speed (300 m/min and above). Now the fulfilment of a project that has aroused interest and expectations and of which you will be the first users has been announced. Why did you open to digital?

Digital printing was created to serve the needs of customized and interactive packaging that now dominates the market, the growth of which is ongoing. The big brands started it but now it has become a widespread need, something we witness every day: special packaging for special occasions, small runs to test the popularity of new lines of products, the constantly changing series of mandatory information



no: la confezione dedicata per le ricorrenze speciali, la piccola tiratura per testare il gradimento di una nuova linea di prodotti, la serie nutrita delle informazioni obbligatorie che cambiano in continuazione e contribuiscono a frammentare i lotti del packaging stampato... sono moltissimi i motivi che suggeriscono al converter di attrezzarsi per soddisfare questa domanda. Con la nuova macchina siamo in grado di fare questo e altro ancora, offrendo ai nostri clienti nuove opportunità di differenziare la propria offerta e distinguere la propria immagine.

Di che macchina si tratta? In cosa si distingue dalle altre proposte per la stampa digitale di packaging?

È una macchina che monta elementi flexo, roto e digitali per stampare, con la massima flessibilità e ad alta velocità grafiche a 6 colori, e con la possibilità di spalmare un bianco come base, un primer a rapida essiccazione e la vernice. Tutto questo la rende adatta ai lotti piccoli e grandi, senza contare che adotta inchiostri ad acqua per il contatto alimentare indiretto, aprendo le porte delle applicazioni più sensibili. Supera dunque una serie di



that constantly contributes to fragmenting the batches of printed packaging ... there are many reasons that encourage the converter to gear up to meet this kind of demand. With the new machine we are able to do this and more, offering our customers new opportunities to differentiate their offer and make their image stand out.

What kind of a machine is it? How does it stand out from other proposals for digital packaging printing?

It is a machine that mounts flexo, roto and digital print elements, offering maximum flexibility and high-speed graphics in 6 colors, and with the possibility of laying a white primer as a base, a fast drying primer and varnish. All this makes it suitable for small and large batches, not to mention it adopts waterbased inks for indirect food contact, opening the doors for the most sensitive applications. Hence it overcomes a series of typical digital limitations, besides assuring the typical advantages, starting obviously from the absence of plates: you can start by simply inserting a key with the PDF of the job to be printed.

All this simplicity requires expert and accurate prepress work, as well cutting edge engineering assisted by advanced electronics ...

Yes, Uteco and Kodak have asked us to collaborate in the development of the project precisely because it is something new, where different technologies and the related know-how has to be harmonized. We accepted the commitment with enthusiasm: we

Trentenni d'assalto

Un'azienda familiare fondata nel 1980 nel settore dell'estrusione di polimeri e del flexible packaging per l'industria e la moda, poi traghettata nel food per intuizione felice della seconda generazione di imprenditori che, intanto, già guarda a nuovi settori di sbocco. Oggi opera con sessanta dipendenti, tra cui molti giovani, e le due unità di business assestate con pari importanza dopo il rilancio del ramo "converter" avviato nel 2010 con una robusta iniezione di tecnologia flexo a marchio Uteco.

Questa azione, che ha generato un'impennata di fatturato da 4 a 24 milioni in poco più di sei anni, è emblematica della gestione dell'amministratore delegato, Domenico Raccioppoli. I collaboratori parlano di lui come un "ciclone di idee", creativo e concreto al tempo stesso, capace di coinvolgere tutti e ciascuno sui progetti grandi e piccoli, a beneficio del clima lavorativo e, soprattutto, dell'efficacia ed efficienza del lavoro. La stessa chiave relazionale ispira i rapporti con fornitori e clienti, spesso partner di lungo corso, con cui "si cresce insieme", come testimonia il coinvolgimento nel progetto flexo+digitale di Uteco-Kodak.

La "sua" Nuova Erreplast è ispirata al rispetto delle norme a tutela della salute, dell'ambiente e della corretta gestione delle risorse naturali. Ed è fortemente export oriented: il 35% del business è già oggi realizzato all'estero ed è in forte incremento, soprattutto nel Nord del mondo, «dove il mercato è più disposto ad apprezzare il valore dei nostri prodotti e la capacità di trovare soluzioni ad hoc, con la flessibilità e la creatività che solo in Italia abbiamo».

Dynamic thirty-year-olds

A family company founded in 1980 in the field of polymer extrusion and flexible packaging for industry and fashion, then ferried into the food sector thanks to a happy intuition of the second generation of entrepreneurs who, meanwhile, are already looking for new outlet sectors. Today the company operates with sixty employees, among which many young people, and the two business units ended up by acquiring equal importance after the return to the "converter" branch launched in 2010 with a robust injection of Uteco brand flexo technology.

This action, which generated an increase in turnover going from 4 to 24 million in just over six years, is emblematic of the management of managing director Domenico Raccioppoli. His co-workers speak of him as a "cyclone of ideas", creative and matter-of-fact at the same time, capable of involving each and everyone on large and small projects, to the benefit of the work climate and, above all to the effectiveness and efficiency of work proceedings. The same approach inspires relationships with suppliers and customers, often long-term partners, with whom "we grow together", as the Uteco-Kodak flexo+digital project bears witness to.

"His" Nuova Erreplast is inspired by the respect of the rules to protect health, the environment and the correct management of natural resources. And it is strongly export oriented: the 35% of the business is already made abroad today and tomorrow it will be even more so. «Above all in the North of the world, where the market is more willing to appreciate the value of our products and the ability to find ad hoc solutions, with the flexibility and creativity that can only be found in Italy.

are learning how to operate an integrated system where the various technologies are complementary and not competing, all the while training the related professional figures. The support from our suppliers is total and the results are fast in coming: the first tests comply with the specifications. If all goes well, the machine will be in the factory in June, after the fair, and we hope it will be fully operational in six months or

limiti tipici del digitale, oltre ad assicurarne i vantaggi tipici, a partire ovviamente dall'assenza di lastre: possiamo partire inserendo semplicemente una chiavetta con il Pdf del lavoro da stampare.

Tanta semplicità richiede un lavoro di pre stampa esperto e accurato, oltre a un engineering di tutto rispetto assistito da un'elettronica avanzata...

Sì: Uteco e Kodak ci hanno chiesto di collaborare alla messa a punto del progetto proprio perché si tratta di qualcosa di nuovo, dove vanno armonizzate diverse tecnologie e i relativi know how. Noi abbiamo accettato l'impegno con entusiasmo: stiamo imparando a far funzionare un sistema integrato, dove le varie tecnologie sono complementari e non concorrenti, e formando le relative figure professionali. Il supporto dei nostri fornitori è totale e i risultati molto positivi: i primi test sono conformi alle specifiche. Se tutto andrà bene, la macchina sarà in stabilimento a giugno, dopo la fiera, e speriamo che stampi a regime in sei mesi o poco più: i clienti scalpitano e le idee sono tante.

Che vantaggio competitivo ne ricaverete?

Nuova Erreplast offre al mercato un servizio a 360° che, a seconda della struttura e delle esigenze dei nostri interlocutori, può "limitarsi" alla perfetta riproduzione del file consegnato dal cliente o partire dalla consulenza sui materiali, la struttura e le grafiche del packaging, con il coinvolgimento diretto, fin dalle prime riunioni, di tutte le funzioni aziendali necessarie, che possono così capire quale sia l'obiettivo del cliente e come contribuire a raggiungerlo con efficacia. Ora, con la Sapphire Evo possiamo mettere in campo anche la gestione delle personalizzazioni e dei dati variabili, maturando nuove competenze in collaborazione con imprese ad alta tecnologia e aprendo nuovi orizzonti, a noi stessi e ai nostri clienti. E mi permetto di sottolineare che di imprese come la nostra non ce ne sono molte.



Quali altri investimenti state facendo in area stampa?

Stiamo completando il reparto stampa con l'introduzione di un nuova flessografica Uteco - l'azienda con cui siamo partiti nel 2010 e che da allora ci ha sempre affiancati nel percorso di crescita. Dopo la prima Onyx a 8 colori, nel 2013 abbiamo preso una Crystal con luce 1400. Negli ultimi due anni ci siamo riorientati sui 10 colori con luce 1000, che è grande abbastanza per far girare tutti i lavori

«La luce 1000 assicura un migliore controllo dei parametri che concorrono alla qualità dello stampato»

«A web width of 1000 is better to ensure the control of all parameters that contribute to print quality»

che servono ma più piccola e compatta, per meglio assicurare il controllo di tutti i parametri (tensione, stabilità, registro eccetera) che concorrono alla qualità dello stampato. La prima sostituisce la 8 colori delle origini, e la seconda, che è da poco stata installata, comprende un undicesimo elemento roto reversibile per le vernici a registro e ci apre nuove opportunità in segmenti di nicchia. Come ad esempio il lavoro premiato al BestInFlexo del

2016, nato per la roto a 8 colori e realizzato da noi in flexo a 5 colori, abbattendo i costi e l'impatto sull'ambiente.

E per il converting in senso stretto?

Stiamo decidendo gli ultimi dettagli della nuova e terza accoppiatrice che stiamo acquistando per poter seguire strutturati al meglio nuovi segmenti del food, come quello delle carni, e del non food, ad esempio il farmaceutico, per i quali stiamo installando anche una camera bianca. Anche in questo caso ci siamo affidati a un fornitore storico, Nordmeccanica, con cui abbiamo consolidato un bellissimo rapporto di fiducia e consulenza, che ci ha aiutati a crescere.

E se nell'ultimo decennio ci siamo dedicati con particolare impegno a lanciare il business nel converting, ora torniamo a prenderci cura dell'attività delle origini - l'estrusione dei polimeri che vengono poi convertiti dall'altra BU aziendale - che tutt'oggi rappresenta una buona metà del nostro giro d'affari.

Con quali progetti?

Vogliamo sviluppare la tecnologia e il mercato dei polimeri biodegradabili e compostabili a base di amido di mais. La domanda c'è, anche nei Paesi dove gli shopper "eco" non sono imposti per legge, e grazie a 3 nuovissimi impianti Reifenhäuser siamo in grado di produrre le quantità e la qualità che chiede il mercato. Puntando soprattutto al Nord del mondo, dove si è più disposti ad attribuire il giusto valore al packaging che tutela l'eco sistema.



so: Our customers are keen and there are many ideas.

What competitive advantage do you derive from it?

Nuova Erreplast offers the market a 360° service that, depending on the structure and needs of our interlocutors, can "limit itself" to the perfect reproduction of the file delivered by the customer or in our offering advice on materials, structure and packaging graphics, with the direct involvement, from the first meetings, of all the necessary business functions, which can thus understand what the customer's goal is and how to contribute to achieving it effectively. Now, with Sapphire Evo we can also field customization and variable data management, maturing new skills in collaboration with high-tech companies and opening new horizons for ourselves and for our customers. And I would like to point out that there are not many companies like ours capable of doing that.

What other investments are you making in the printing press area?

We are completing our printing press yard introducing a new Uteco flexo - the company with which

we started in 2010 and that since then has always supported us in our path towards growth. After the first 8-color Onyx, in 2013 we took in a Crystal with a 1400 web width. In the last two years we have redirected towards 10 colors with a web width of 1000, which is large enough to run all the jobs you need but smaller and more compact, to better ensure the control of all parameters (voltage, stability, register etc.) that contribute to print quality. The first replaces the 8 colors print machine we had at the outset, and the second one, which we have just ordered, includes an eleventh reversible gravure element for register varnishes and opens up new opportunities for niche segments. Such as the award-winning work at BestInFlexo in 2016, born from the 8-color roto and made by us in 5-color flexo, reducing costs and and environmental impact.

And for converting in the strictest sense?

We are deciding the latest details for the new and third laminator that we are buying in order to best structure up to follow the new segments of food, such as meat, as well as non-food, such as phar-

maceuticals, for which we are also installing a clean room. Here too we relied on a timehonored supplier, Nordmeccanica, with whom we have consolidated a great relationship of trust and advice, which has helped us to grow.

And if in the last decade we have dedicated ourselves with particular effort to launching the business in converting, we can now go back to the activity of our origins - the extrusion of polymers that are then converted by the other business BU - which still represents a good half of our turnover.

With what plans for the future?

We want to develop the technology and the market of biodegradable and compostable polymers based on corn starch. The demand is there, even in countries where "eco" shoppers are not imposed by law, and thanks to 3 brand new Reifenhäuser systems we are able to produce the quantity and quality that the market demands. Focusing aboveall on the northern part of the world, where people are more willing to attribute the right value to packaging that protects the ecosystem.