

In termini di volumi il mercato cresce, ma è sempre più frammentato

speciale

rotocalco

Massimiliano Luce

GEOGRAFIA DI UNA CRESCITA

Dal Nord America al Sud-Est Asiatico passando per l'Europa, la stampa rotocalco per il packaging sta vivendo un momento di mercato favorevole. Grazie alle innovazioni tecnologiche che l'attraversano per rispondere alle esigenze anche di brevi tirature e di sostenibilità

Quando si parla di stampa rotocalco, da casa **Uteco** arrivano buone notizie sull'andamento del settore. «Per noi il 2019 è stato un anno importantissimo, perché sostanzialmente abbiamo venduto a grandi gruppi del Nord America e dell'Asia conquistandone la fiducia», racconta **Alessandro Bicego**, **rotogravure chief product manager** dell'azienda. Un grande merito va

ascritto sia a quanto Uteco ha seminato negli anni passati, ma anche alla nuova gamma di prodotto, che è riuscita a farsi apprezzare in modo particolare dall'altra parte dell'Oceano. «Grazie alle sue caratteristiche di affidabilità, prestazioni e capacità di rispondere alle esigenze dei clienti, è riuscita a fare breccia tra i grandi gruppi». Bicego si riferisce precisamente

alla neonata NXS 300, adatta per le brevissime tirature. «In aggiunta al mercato Nordamericano», prosegue Bicego, «abbiamo registrato dei livelli di vendite importanti anche nel Sud-Est Asiatico, dove abbiamo raccolto i favori di un grande gruppo di Taiwan e abbiamo installato macchine rotocalco in Vietnam, con piena soddisfazione dei clienti, che hanno riconosciuto nelle nostre proposte un alto tasso di tecnologia».

Vince il mix di piccole e grandi tirature

Per conquistare nuovi mercati e meglio penetrare territori già perlustrati in passato, per Uteco è perciò risultato decisivo rinnovare l'offerta,



Alessandro Bicego, rotogravure chief product manager di Uteco



UN FUTURO SEMPRE PIÙ IBRIDO

arricchendola – come anticipato – di nuovi macchinari. «Nell'ampliare la nostra gamma, la parola chiave è stata innovazione, non fine a se stessa, ma a partire dalla corretta lettura delle esigenze del mercato», spiega Bicego. «Abbiamo svolto analisi approfondite e sondaggi; in più abbiamo avuto un attento confronto con referenti e influencer. Tutte queste conoscenze le abbiamo applicate alla gamma NX5 300, l'ultima nata tra i nostri macchinari di stampa rotocalco».

Grazie a questo puntuale lavoro di confronto e dialogo, Uteco ha tratto delle indicazioni estremamente importanti sulle attuali evoluzioni del mercato, preparandosi a soddisfarle adeguatamente. «Attraverso le nostre analisi abbiamo capito che in termini di volumi il mercato indubbiamente cresce, ma è sempre più frammentato. Ciò comporta la necessità di cambi lavoro rapidi e velocità di stampa, dal momento in cui non esiste più lo stampatore che trova nelle grandi tirature o, viceversa, nelle piccole la sua peculiarità. Ormai vince il mix di questi due business, anche tra i clienti grandi e storici. Proprio con l'ultima gamma di prodotto che abbiamo sviluppato, riteniamo di avere raggiunto il target che ci eravamo prefissati di soddisfare in un colpo solo entrambe le esigenze».

Cosa succede in Italia e in Europa

Se nell'analisi del mercato ci avviciniamo più a casa nostra, interrogandoci sulle tendenze in corso in Italia e in Europa, Bicego ci fornisce qualche elemento in più di riflessione. «In Italia abbiamo molti clienti storici e qui, come in Europa, oggi uno stampatore non può più essere legato a una singola tecnologia. Abbiamo stampatori, infatti, che in passato erano solo ed esclusivamente flessografi, tuttavia, per aumentare il proprio portafoglio clienti, hanno scelto di ampliare l'offerta avendo in dotazione tutte le tecnologie possibili, ovvero inserendo in azienda con il tempo anche le macchine rotocalco, al fine di aggredire un nuovo segmento di mercato. Gli stessi clienti flexo hanno perseguito il medesimo scopo investendo anche in macchine digitali. Qualcuno, infine, ha deciso di lavorare con tutte e tre le tecnologie di stampa contemporaneamente: flexo, rotocalco e digitale. Proprio nel nostro Paese, dove di per sé abbiamo molti clienti che hanno recentemente investito in macchine rotocalco, ne segnaliamo uno in particolare di grandi dimensioni che ne ha acquistate due, che saranno aggiunte alle molteplici macchine da stampa flexo già in uso».

Una seconda tendenza emergente corrisponde alla **sensibilità ambientale** sempre più diffusa, non solo sul mercato, ma persino nella società nel suo insieme. «Recentemente abbiamo riscontrato la necessità dei clienti di diversificare, utilizzando per esempio inchiostri a base acqua. Abbiamo lavorato molto ultimamente su questa nicchia, dove abbiamo installato in Gran Bretagna una macchina rotocalco che stampa alluminio

L'innovazione tecnologica procede senza sosta, anzi corre. Come si apre un nuovo scenario, un altro se ne profila già all'orizzonte. Nuove sfide incalzano incessantemente. Per questo è importante avere uno sguardo lungo sul mercato, immaginando cosa potrà accadere anche in un futuro non proprio così vicino a noi. «È un esercizio che facciamo come azienda, dal momento che lavoriamo molto in questa direzione», conferma Bicego. «Per quanto possiamo proiettarci in là con lo sguardo, manteniamo sempre la certezza che la stampa rotocalco continuerà a esistere. Probabilmente in futuro sarà diversa da quella che conosciamo oggi. Immaginiamo che sarà molto intuitiva e snella, sapendo adattarsi alle esigenze del converter». Infine, come già sta accadendo, difficilmente opererà in modo solitario. «Il futuro potrebbe essere più ibrido, con macchine da stampa caratterizzate dall'integrazione di rotocalco, flexo e digitale».



con inchiostri water-based. Parliamo, peraltro, di alluminio 7 micron, qualcosa di complesso e destinato all'imballaggio alimentare». Il valore del concetto di innovazione spicca prepotentemente anche nel Vecchio Continente, insomma, e non solo in Nordamerica e Asia. «Del resto», sottolinea infatti Bicego, «un alto tasso di innovazione è l'unica chiave di lettura che porta il cliente a giustificare l'investimento effettuato». Proprio per questo motivo, i clienti della stampa rotocalco non si accontentano più soltanto della macchina in sé. «Non per nulla abbiamo lavorato molto sul supportarli anche con i servizi legati alla vendita, per esempio aiutandoli a calcolare il ritorno sull'investimento oppure, ancora, a ottenere una tecnologia allineata a un mercato oggi sensibile come non mai agli aspetti ambientali».

In questo modo, Uteco arriva a condividere con i clienti il proprio know how. «In pratica cerchiamo di lavorare in questa direzione per offrire le nostre conoscenze, maturate su specifici progetti dedicati al water-based o alla stampa di materiali innovativi come i compostabili derivati dai vegetali». Siamo di fronte a una consulenza a 360°, percepita

1 La macchina rotocalco Next 350 mantiene altissime le qualità di stampa riducendo i costi operativi per ogni tiratura

2 NX5 300 è caratterizzata da un design modulare e ultracompatto, adatta per brevissime tirature

3 Next 450 è stata progettata per corte e medie tirature nell'imballaggio flessibile



come imprescindibile da una larga porzione di clientela. «Oggi il macchinario di per sé è sicuramente importante», conferma Bicego, «tuttavia il cliente cerca anche un'azienda che lo supporti con un servizio che gli sia di aiuto per penetrare meglio nel mercato».

Quando la rotocalco fa la differenza

A questo punto, la domanda sorge spontanea: alle aziende che hanno in dotazione la stampa flexo, quali vantaggi porta il successivo inserimento della stampa rotocalco? La risposta di Bicego è pronta. «Ci sono delle applicazioni che si realizzano solo in rotocalco, per esempio un numero non indifferente di nobilitazioni del packaging che oggi come oggi sono molto richieste». Gli esempi pratici non mancano, anzi sono numerosi. «Possiamo portare l'esempio della vernice rugosa, dal momento che attualmente è di moda l'effetto carta, proprio nell'ottica della lotta alla plastica e con l'obiettivo di assecondare il desiderio di ottenere un pack più naturale al tatto. Si va anche a lavorare sul concetto di riciclabilità totale, nel senso che si vanno a mettere insieme materiali che siano completamente riciclabili, quindi si tende a non realizzare con differenti substrati, se non proprio quando sia strettamente necessario. Per raggiungere questi traguardi, si cerca di nobilitare o strutturare l'imballaggio in un altro modo».

Secondo Bicego, in questo scenario incalzante «la stampa rotocalco è la regina. Oltre alle vernici rugose che donano un effetto tridimensionale che consente di percepire al tatto la rugosità, si può portare l'esempio della vernice mattata, con la possibilità di stampare fronte e retro. Siamo di fronte a una versatilità», insiste Bicego, «data principalmente dalla stampa rotocalco, trattandosi di una macchina in linea».

Infine, un vantaggio particolare discende anche dal possedere in azienda sia la stampa flexo sia la rotocalco. «Avendo entrambe le tecnologie», sottolinea Bicego, «il converter riesce ad apprezzare i pregi dell'una e dell'altra, scegliendo di volta in volta con quale stampare un determinato pack con maggiore competitività. Nel momento in cui si hanno sia la stampa flexo sia la rotocalco, si può capire quale delle due permetta in quel momento di fornire un migliore servizio al cliente».

Oltre la macchina: servizi e know how

Le possibilità sono molte, insomma, a fronte di una tecnologia che ha imboccato sì con decisione la strada dell'innovazione, senza però dimenticare il valore della sua facilità d'uso. «Le macchine rotocalco sono sempre più intuitive, infatti stiamo andando verso modelli in grado di autosettarsi e avviarsi in base al lavoro da svolgere. Sono macchine ormai



quasi dotate di una loro intelligenza: non solo comunicano l'ora in cui va eseguita la manutenzione, ma un pop up localizza persino l'area di intervento a vantaggio dell'operatore. In pratica, si tratta di sistemi di misurazione e controllo della produzione legati all'Industria 4.0, che rende la macchina sempre più interattiva, autonoma e utilizzabile da chiunque».

Ciò, che sarebbe già molto, a Uteco ancora non basta. «Per quelle che sono le tecnologie su cui andremo a lavorare, come la già segnalata stampa all'acqua, creiamo dei consorzi dove, come azienda, possiamo lavorare sulla macchina in collaborazione con chi sviluppa le resine, i cilindri e gli inchiostri. In questo modo, ogni attore del mercato attinge dall'altro, per arrivare insieme a un risultato da proporre al cliente che sia in alternativa a quanto usualmente proposto, per esempio al solvente».

Non è ancora tutto: i consorzi permettono di arrivare a conoscenze che vanno oltre il proprio core business, dimodoché diventa possibile sapere indirizzare il cliente su dove andare ad attingere le informazioni necessarie. «Per esempio, per un cliente in Inghilterra, abbiamo effettuato un test sulla stampa all'acqua. Abbiamo coinvolto i partner del progetto prima di arrivare alla scelta definitiva, mostrando al cliente che vi erano i presupposti per abbracciare una tecnologia più sostenibile. Ciò è stato possibile perché avevamo delle conoscenze che andavano oltre alla macchina di stampa in sé. La stessa procedura, ora, la seguiamo con i brand owner». D'altra parte, anche questi ultimi hanno bisogno di un supporto più evoluto e articolato. «Viviamo tutti in un'epoca molto veloce e competitiva. Peraltro, i nostri clienti lavorano alacremente sulla quotidianità, quindi diventa più difficile per loro trovare tempo da dedicare alle attività di ricerca e sviluppo oppure fare prove con gli inchiostri ad acqua. Perciò li invitiamo nel nostro Technology Center, dove scambiamo informazioni, trasmettiamo know how e organizziamo anche delle open house, giornate in cui mostriamo le potenzialità delle innovazioni che stiamo portando sul mercato non solo ai converter, ma anche ai brand owner. In queste occasioni», conclude Bicego, «il nostro interlocutore scopre che la nostra attività di ricerca e sviluppo non è solo legata alla macchina, ma anche al prodotto finale. Un aspetto notevolmente apprezzato, facendo percepire l'innovazione ritagliata sulle loro esigenze».