**Case Study**

Media Contact:

Miraclon: [PR@Miraclon.com](mailto:PR@Miraclon.com)

AD Communications: [iwoods@adcomms.co.uk](mailto:iwoods@adcomms.co.uk) - +44 (0) 1372 464 470

Luglio 21, 2020

**UNA MENTALITÀ COMPETITIVA CHE STIMOLA L’INNOVAZIONE FLEXO**

“Non abbiamo timore di mettere in discussione e stimolare i nostri clienti. Secondo noi è una parte veramente importante del processo di instaurazione e mantenimento dei rapporti — è così che scopriamo nuovi modi di lavorare.” A parlare è Chris Rigby, e l’azienda a cui si riferisce è Pulse Media, l’azienda britannica con sede a Stockport che lo scorso anno ha ricevuto un Silver Award in occasione dei Global Flexo Innovation Awards di Miraclon in riconoscimento dell’efficienza del flusso di lavoro e della conversione offset-flexo.

Dove necessario, Pulse può stimolare i clienti in diversi punti della filiera degli imballaggi flexo, grazie al suo portafoglio di servizi che include ogni aspetto, dall’iniziale progettazione alla gestione del colore e del brand, passando per l’affidabilita delle macchine, fino alla gestione dei progetti e della consulenza. Siamo molto lontani dal processo di produzione lastre litografiche step-and-repeat che nel 1982, anno in cui Pulse è stata fondata, era l’unico servizio offerto dall’azienda. All’epoca, i clienti erano le tipografie locali ubicate nelle immediate vicinanze dell’azienda; oggi, Pulse è un’agenzia di gestione di stampa che ha come clienti brand globali del settore FMCG (prodotti di largo consumo).

La presenza dell’azienda nel settore FMCG risale alla fine degli anni ‘80, anche grazie all’esplosione della produzione di “marchi propri” da parte dei rivenditori. Rigby, Technical Director di Pulse, ha dichiarato: “Ai clienti servivano fornitori in grado di garantire imballaggi uniformi in ogni formato — cartone litografico, sacchetti flexo, scatole ondulate e etichette UV. Pulse ha visto l’opportunità e l’ha colta, e 30 anni dopo, garantire l’uniformità è ancora l’essenza del business.”

**Al centro di un triangolo**

Per Rigby, Pulse è una “agenzia di gestione di stampa. Ci troviamo al centro di un triangolo, con designer, brand owner e stampatori agli angoli, e il nostro lavoro consiste nel garantire l’uniformità del brand. Per riuscirci, le altre tre parti devono fidarsi di noi, del fatto che utilizzeremo le nostre competenze per agire nel loro migliore interesse e ottenere i risultati migliori.” Il lavoro che ha assicurato a Pulse l’Innovation Award è un ottimo esempio di questa collaborazione. La scatola della birra era già stata realizzata in stampa litografica, con risultati poco soddisfacenti, e il brief di Pulse prevedeva di migliorare sia la qualità di stampa dell’imballaggio che l’uniformità cromatica. Un team tecnico composto da Pulse, dallo stampatore, dal fornitore delle lastre e da un tecnico del laboratorio inchiostri ha riesaminato il design per decidere l’approccio migliore, tenendo presenti vari fattori, come le separazioni dei colori.

Ecco cos’ha raccontato Rigby: “Al momento della stampa, non appena il lavoro è stato messo a registro, il cliente ha firmato la prima tiratura di stampa che ha avuto come ulteriore vantaggio un avviamento più rapido. Nel complesso, la versione flexo presentava migliori livelli di registro, controllo delle alte luci e uniformità della stampa, con tinte unite di elevata densità — e questo su una grande superficie e per tutta la tiratura. Il risultato? Il brand ha subito voluto realizzare in flexo tre altri design precedentemente stampati in accoppiata.”

Grazie a questo genere di successi, Pulse continua a crescere nonostante un mercato che, secondo Rigby, è “molto difficile” e nel quale vige fin troppo spesso il criterio del prezzo più conveniente. Con 50 dipendenti nella sede centrale, e altri cinque presso i clienti, Pulse “si colloca decisamente nella categoria delle piccole-medie imprese, e quindi non abbiamo il potere d’acquisto dei grandi operatori. Dobbiamo invece competere in termini di qualità e servizio, conquistando regolarmente nuovi clienti tra coloro che abbandonano i fornitori a basso costo per cercare un fornitore che garantisca un ottimo rapporto qualità/prezzo.”

**Massima dinamicità**

A tutto questo contribuisce anche il fatto che Pulse opera in un settore industriale — flexo — che Rigby ha definito “di gran lunga il settore più dinamico nell’odierna stampa di imballaggi, e che nell’ultimo decennio ha fatto vedere i massimi miglioramenti in termini di innovazione e qualità.” A questo proposito, ha attribuito molto merito a Kodak Flexcel NX. “Dieci anni fa, per la flexo era difficile ottenere gli stessi risultati della stampa rotocalco e offset, ma NX ha dato un enorme impulso — anche perché ha incoraggiato altri produttori a investire nel processo flexo, migliorando ancor più la qualità, il controllo in macchina e gli inchiostri. Di pari importanza è stata la volontà degli stampatori di spingersi oltre i limiti del momento.”

Sul breve-medio periodo, questo sforzo innovativo ha determinato tecnologie come la gamma cromatica estesa (ECG) e la palette colore fissa (FCP), considerato che i brand cercano di ridurre costi e impatto ecologico mediante la riduzione del colore. Inoltre, per i consumatori sono sempre più importanti la sostenibilità e l’utilizzo di materiali riciclabili, soprattutto la plastica, e oggi, di conseguenza, Pulse sta effettuando molti test su nuovi substrati. “La flexo ha dato un forte impulso”, ha affermato Rigby. “Considerate la qualità e l’uniformità che garantiamo, e la riduzione dei tempi di commercializzazione, non ci sono molte ragioni per rimanere ancorati alla stampa rotocalco per gli imballaggi flessibili. Spesso l’unico motivo è la lunghezza della tiratura, ma anno dopo anno le tirature si riducono e con il passar del tempo diventerà meno importante anche quello che ora sembra un vantaggio.”

FINE

**Informazioni su Miraclon**

Nell’ultimo decennio le KODAK FLEXCEL Solutions hanno contribuito a trasformare la stampa flessografica. Le KODAK FLEXCEL Solutions create da Miraclon, tra cui FLEXCEL NX System e FLEXCEL NX Ultra System leader del settore offrono ai clienti miglioramenti globali quanto a qualità, efficienza dei costi, produttività e risultati rispetto alla categoria. Focalizzata su scienza d’immagine pioneristica, innovazione e collaborazione con partner e clienti del settore, Miraclon è impegnata nel futuro della flessografia ed è posizionata per guidare la trasformazione.

Scopri di più su [www.miraclon.com](http://www.miraclon.com). Seguici su Twitter [@kodakflexcel](https://twitter.com/KodakFlexcel) e mettiti in contatto con noi su LinkedIn; [Miraclon Corporation](https://www.linkedin.com/company/miraclon-corporation/).