**Profilo del vincitore GFIA**

Responsabile relazioni con i media:

Elni Van Rensburg: +1 830 317 0950 or [elni.vanrensburg@miraclon.com](mailto:elni.vanrensburg@miraclon.com)

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

14 giugno, 2022

**La tecnologia KODAK FLEXCEL NX consente a Victory Graphics e Caps Cases di conquistare il riconoscimento Silver ai Global Flexo Innovation Awards**

"Incantevole, splendido, sorprendente ed entusiasmante". Sono questi i quattro aggettivi scelti dalla giuria dei Global Flexo Innovation Awards, sponsorizzati da Miraclon, per descrivere lo straordinario progetto presentato da Victory Graphics e dallo stampatore di cartone ondulato Caps Cases.

Realizzato per il marchio di moda di lusso The Rake, il progetto è valso alle britanniche Victory e Caps un Silver Award per l'utilizzo creativo del design grafico in una conversione di successo dalla stampa offset alla flessografia. Inoltre, Victory ha utilizzato una sola lastra KODAK FLEXCEL NX per creare un'immagine in bianco e nero di eccezionale qualità fotografica, con una combinazione estremamente complessa di alte luci e ombre scure.

Il progetto è un esempio perfetto del fenomeno conosciuto come "unboxing" che sta assumendo un ruolo sempre più importante nei settori del retail e del packaging a partire dal primo video dedicato al telefono Nokia E61, un successo di YouTube del 2006. Video sempre più elaborati illustrano la fase di apertura dell'imballaggio dei prodotti e sono un componente fondamentale delle campagne marketing rivolte ai clienti da parte dei diversi marchi.

**L'imballaggio ha una funzione diversa**

L'imballaggio pensato per l'unboxing e l'e-commerce svolge un ruolo diverso dall'imballaggio utilizzato nell'ambiente retail fisico e deve saper conciliare un esterno anonimo, perché il pacco può essere lasciato fuori dalla porta di casa in fase di consegna, a un interno di grande impatto, visibile quando la confezione del prodotto viene aperta. Per il giudice Ken McGuire, di Procter & Gamble, Victory e Caps hanno ottenuto entrambi i risultati in modo brillante: "L'esterno della scatola utilizzata per la spedizione è molto semplice, ma l'artwork all'interno è un'incantevole immagine in bianco e nero di altissima qualità e di grande impatto. Mostra il valore del marchio e sorprende il cliente quando apre la confezione. È entusiasmante per i proprietari del marchio perché offre un'esperienza difficilmente ottenibile in altri modi."

Karl Pampus, proprietario e Managing Director di Victory Graphics, spiega che i centri stampa dei clienti dell'azienda hanno subito capito questa nuova opportunità per il cartone ondulato: "Alcuni hanno investito in presse specificamente progettate per questo tipo di lavoro, capaci di stampare, in un unico passaggio, due o tre colori su un lato e uno o due sull'altro, per risparmiare tempo e materiali di consumo."

La riduzione dei costi di produzione è stata fondamentale nel progetto di packaging di The Rake, spiega Dean Darby, Graphics Operations Director di Victory. "Macfarlane Packaging ci aveva chiesto di esplorare insieme a Caps Cases la fase di post-stampa flessografica come alternativa alla laminazione litografica, ritenuta troppo costosa. Anche il digitale era stato escluso per lo stesso motivo. Conoscevano i vantaggi della flessografia come costi ridotti, tempi più brevi e maggiore flessibilità per ordini più piccoli. Restava ancora da capire se la flessografia fosse in grado di offrire un prodotto con lo stesso impatto visivo della stampa litografica."

Victory e Caps hanno affrontato la sfida con grande sicurezza. Come spiega Dean: "Avevamo collaborato con Caps su altri lavori simili, costruendo un solido rapporto con loro. Anche il loro print manager, Wayne Booker, è un appassionato di flessografia e ama sfidare i limiti conosciuti quando si tratta di post-stampa. La combinazione del lavoro sul file digitale, delle caratteristiche delle lastre FLEXCEL NX e dell'esperienza di Caps in fase di stampa ci ha consentito di ottenere risultati eccezionali, come in questo caso."

Per quanto riguarda i vantaggi della flessografia, il progetto costa il 30% in meno dell'equivalente litografico e i tempi per i ri-ordini sono dimezzati, da sei giorni a solo tre. "In questo modo, possiamo offrire al marchio la flessibilità di ordinare quantitativi ridotti, una condizione essenziale per quei design per i quali è difficile fare previsioni precise. Ad esempio, il packaging The Rake è stato ordinato più e più volte." Inoltre, Caps ha inserito l'elemento sostenibilità nel progetto grazie all'utilizzo di inchiostri a base vegetale. Com'era prevedibile, da allora Macfarlane ha dato fiducia ad altri progetti di conversione dalla litografia alla flessografia scegliendo ancora Caps e Victory.

**Un segmento di mercato distinto**

In origine fornitore di lastre di rivestimento, Victory Graphics ha mosso i primi passi nel mercato della flessografia su cartone ondulato nel 2014. Nel 2016 ha installato KODAK FLEXCEL NX System, con unità di imaging di grande formato da 50x80 pollici. Secondo Karl Pampus, grazie alla tecnologia FLEXCEL NX, l'azienda ha potuto rivolgersi a un segmento di mercato distinto, quello degli "operatori indipendenti che utilizzano fogli di cartone ondulato e desiderano stampare lavori di qualità premium con un margine più elevato. In molti casi, le presse in loro possesso sono modelli vecchi, con specifiche tecniche inferiori ma, grazie alle lastre FLEXCEL NX, copertura eccellente nelle zone in tinta unita, reverse out nitidi e tonalità perfette si combinano egregiamente. Con il nostro lavoro, riusciamo a consentire loro di competere per lavori di qualità precedentemente considerati fuori dalla loro portata, senza dimenticare i vantaggi in fase di stampa come un ottenimento del colore più rapido e intervalli più lunghi tra le interruzioni necessarie per la pulizia della lastra."

**Attenzione alle etichette**

Con il successo ottenuto da Victory nella post-stampa di cartone ondulato, Karl e Dean si sono dedicati con nuovo entusiasmo alle etichette flessografiche di alta qualità utilizzando un nuovo flusso di lavoro automatizzato e specificamente progettato per questo tipo di clienti. Il sistema ha due scopi principali: semplificare l'invio e il monitoraggio dei lavori, rendendoli il più trasparenti possibile, e ridurre al minimo gli interventi manuali e i possibili errori. Denominato *Print Pilot*, ha ricevuto ottime critiche da parte dei clienti in occasione dei test ed è attualmente nelle prime fasi di un roll-out controllato, inizialmente dedicato ai clienti dotati di studio di produzione.

Come spiega Dean: "I clienti si limitano a inviare l'artwork e i parametri del progetto in un'unica fase attraverso il portale. Da quel momento in poi, possono seguire l'avanzamento in tempo reale attraverso i vari reparti e ricevere aggiornamenti in diretta via smartphone. I progetti vengono seguiti automaticamente fase per fase e i clienti possono controllare i file separazione dopo separazione, prima della produzione delle lastre."

"La qualità e l'affidabilità della tecnologia FLEXCEL NX sono fondamentali per questa soluzione," aggiunge Karl Pampus. "Le lastre consentono di aggiungere finiture premium fondamentali per il settore delle bevande. Inoltre, l'affidabilità e l'uniformità in fase di stampa rende possibile un flusso di lavoro coerente, dalla progettazione iniziale da parte del marchio fino al prodotto finito."

**L'automazione è essenziale**

L'automazione dei processi è fondamentale per la strategia aziendale di Victory, prosegue. "Operiamo in un mercato nel quale i costi di input sono in aumento, ma dove il prezzo è un fattore fondamentale nelle decisioni di acquisto dei clienti. Per questo, un aumento dell'automazione fa tutta la differenza del mondo."

Guardando al futuro, vede enormi opportunità per la flessografia che potrà guadagnare campo rispetto alla litografia e alla stampa rotocalco, nonostante il lieve calo causato dalla pandemia da Covid-19. "Comprensibilmente, molte aziende sono state in modalità di sopravvivenza negli ultimi due anni, restando a galla solo grazie allo status quo. Ma la domanda era ben presente prima della pandemia e ci sono ottimi segnali che stia tornando. Grazie alla tecnologia FLEXCEL NX, abbiamo ottimi argomenti a favore della flessografia che rimane la miglior tecnologia delle lastre e offre una qualità di stampa sempre elevata a fronte di una significativa efficienza di produzione e un notevole risparmio sui costi".

**FINE**

**Informazioni su Miraclon**

Miraclon è dove nascono le KODAK FLEXCEL Solutions, che da oltre un decennio contribuiscono a trasformare la stampa flessografica. La tecnologia, che comprende i sistemi leader del settore FLEXCEL NX e FLEXCEL NX Ultra System e la FLEXCEL NX Print Suite per l'utilizzo di PureFlexo™ Printing, consente di massimizzare l'efficienza di stampa e ottenere una qualità superiore e i risultati complessivi migliori della categoria. Focalizzata su scienza d'immagine pionieristica, innovazione e collaborazione con partner e clienti, Miraclon è impegnata nel futuro della stampa flessografica e vanta le competenze necessarie per guidare la trasformazione di questo settore. Per maggiori informazioni, visita [www.miraclon.com](http://www.miraclon.com) e seguici su [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/miraclon-corporation/) e [YouTube](https://www.youtube.com/channel/UCAZGpziB6Lq_Kx8ROgoMdCA/featured).