Profilo del vincitore GFIA

Responsabile relazioni con i media:

Elni Van Rensburg - +1 830 317 0950 – [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)

8 settembre 2022

**Coniugando innovazione e sostenibilità, Teruel-Papéis Amalia si aggiudica il riconoscimento Silver ai Global Flexo Innovation Awards**

***Questa azienda di livello mondiale passa dal rotocalco alla flexo grazie ai vantaggi offerti dal KODAK FLEXCEL NX System***

“I modelli di consumo dei consumatori stanno cambiando, e i proprietari di marchi devono adattarsi. Il nostro lavoro inizia proprio lì, e operiamo mettendo in campo soluzioni innovative”. Nelson Teruel riflette sul Silver Award conquistato dalla sua azienda, la Teruel-Papéis Amalia Ltda, ai Global Flexo Innovation Awards (GFIA) sponsorizzati da Miraclon; questo trasformatore di imballaggi brasiliano è stato infatti premiato per essere passato da altri processi di stampa alla flexo e per il suo impegno a favore di una stampa sostenibile.

Tra le altre cose, è stato premiato l’utilizzo delle lastre FLEXCEL NX da parte dell’azienda per mettere in atto la conversione dal rotocalco alla flexo di imballaggi di prodotti per l’igiene e la cura della persona per il famoso brand Colgate-Palmolive. Gli altri progetti presentati hanno dimostrato il lavoro innovativo dell’azienda condotto in collaborazione con International Paper e Amparo Chemistry. I giudici sono rimasti positivamente colpiti da diversi fattori: l’azienda, oltre ad aver dimostrato a un marchio di livello mondiale in un mercato competitivo che la flexo può essere all’altezza della stampa a rotocalco in termini di qualità, ha anche sviluppato nuovi substrati 100% riciclabili per sostituire gli imballaggi in plastica difficilmente riciclabili e ha messo a punto nuovi flussi di produzione ottimizzati in termini di tempi e costi.

**Caratteristiche distintive**

Innovazione e sostenibilità sono le caratteristiche distintive della Teruel-Papéis Amalia fin da quando Amadeu, padre di Nelson, fondò l’azienda nel 1969, e rappresentano anche uno dei motivi per cui attualmente è entrata a far parte del Gruppo italiano Gualapack, che l’ha acquisita poco dopo il successo ai GFIA.

Negli stabilimenti produttivi della Teruel-Papéis Amalia situati a Jaguariúna e Ouro Fino si stampano fino a otto colori nelle applicazioni su plastica, carta e cartone destinate agli Stati Uniti, all’America latina e all’Europa. “Questi mercati, essendo soggetti a normative e certificazioni internazionali, sono esigenti e interessati alle innovazioni”, spiega Nelson, aggiungendo che “per come la vediamo noi, ciò che è “nuovo” sta appena al di là di ciò che è ormai noto e “acquisito”. Quindi, innovazione significa semplicemente fare qualcosa in modo diverso. Il nostro compito è creare e sviluppare innovazioni basate sulle esigenze dei clienti e sulle sfide che si trovano ad affrontare”.

**Innovazione comprovata da 30 brevetti**

Sono circa 30 i brevetti ottenuti a dimostrazione di queste innovazioni, incentrate per lo più sulla volontà di migliorare la sostenibilità di prodotti e processi. Prendiamo in esame due esempi tipici, che rispondono al nome di “Green Pack” e “Green Touch”. “Green Pack”, una struttura a base di carta per buste e sacchetti, sostituisce la plastica con resine vegetali per produrre imballaggi impermeabili 100% compostabili e riciclabili. “Green Touch” segna un nuovo approccio all’applicazione delle resine sigillanti su imballaggi flessibili, utilizzandole solo dove servono davvero e riducendo costi e consumi. E poi c’è quello che Nelson chiama “un-printing”, un processo attualmente allo studio finalizzato a rimuovere l’inchiostro dal materiale utilizzato durante la configurazione, in modo che possa essere riutilizzato più volte, risparmiando tonnellate di pellicola, riducendo i costi e offrendo vantaggi in termini di sostenibilità.

**Un decennio di sviluppi**

Secondo Nelson, il successo dell’azienda ai Global Flexo Innovation Awards la dice lunga sui progressi compiuti negli ultimi dieci anni sia da Teruel-Papéis Amalia, sia dall’intero settore degli imballaggi flessibili stampati con la flexo. “Il fatto che un marchio leader internazionale come Colgate-Palmolive si sia affidato a noi per convertire gli articoli del proprio inventario (SKU) dalla stampa rotocalco alla flessografica dimostra che, per il mercato, la flexo eguaglia la rotocalcografia in termini di qualità e stabilità, e che addirittura la supera in fatto di economicità e sostenibilità”.

Nelson attribuisce il merito del passaggio alla flexo e del successo dell’azienda alle lastre FLEXCEL NX, con le quali la Teruel-Papéis Amalia lavora dal 2010, dopo aver scoperto questa tecnologia grazie al partner per la prestampa Clicheria Blumenau. “La tecnologia nel settore della prestampa evolve così velocemente che preferiamo lavorare in outsourcing con un partner di fiducia”, afferma Nelson.

Oggi, circa l’85% della produzione dell’azienda si basa sulle lastre FLEXCEL NX. Parlando dell’impatto della tecnologia FLEXCEL NX sulla stampa flessografica nel settore degli imballaggi, Nelson la descrive come una “tecnologia rivoluzionaria” e fa un parallelo con l’impatto del processo CTP (computer-to-plate) sulla produzione litografica. “Nessun altro prodotto offre lo stesso numero e lo stesso livello di funzioni avanzate di patterning superficiale della lastra – retini micro-lavorati sui punti a testa piatta che ottimizzano il trasferimento e la deposizione dell’inchiostro, offrendo qualità e stabilità straordinarie sia nella stampa su substrati tradizionali che su substrati rinnovabili. Inoltre vi sono vantaggi in termini di sostenibilità; ad esempio, un minor consumo di inchiostro e lastre fino al 50% più resistenti rispetto ad altre soluzioni.

“La tecnologia FLEXCEL NX ha rivoluzionato la stampa flessografica, e ce n’era davvero bisogno. All’epoca, pensavamo che nel mondo della flexo si respirasse un certo appagamento, un senso di soddisfazione per gli obiettivi raggiunti, senza che nessuno si interrogasse sui limiti di questo processo. La tecnologia FLEXCEL NX ha cambiato tutto. La rotocalco, invece, non ha saputo adattarsi con la stessa velocità”.

**Il dilemma del proprietario del marchio**

I progetti vincenti ai GFIA — tre in tutto — dimostrano ampiamente cosa è possibile fare con le lastre KODAK FLEXCEL NX. Così come altri marchi, la Colgate-Palmolive si è trovata davanti a un dilemma: come adattare un modello di produzione basato sulla rotocalcografia ai volumi ridotti e alle tirature più basse imposte dalla richiesta dei consumatori di una maggiore varietà di prodotti. “È un problema che riguarda in particolare il settore dei prodotti per l’igiene e la cura della persona”, afferma Nelson, “e che rende la rotocalcografia sempre meno conveniente, sia per motivi di costo - un set di cilindri può costare fino a 3.000 dollari - sia perché i cicli di produzione più lunghi di questa tipologia di stampa rendono difficile soddisfare in tempi rapidi le aspettative dei consumatori, che cambiano velocemente”.

Lavorando fianco a fianco, Teruel-Papéis Amalia e Clicheria Blumenau sono riuscite a convincere Colgate-Palmolive che la flexo è in grado di superare queste problematiche. La prima sfida consisteva nel dimostrare la qualità e l’uniformità della stampa che si possono ottenere, come spiega la responsabile marketing Livia Virgilio: “Gli standard di approvazione di questo brand sono molto rigidi, pertanto abbiamo dovuto affinare il prodotto più volte. Il classico processo di approvazione prevede tre fasi: innanzitutto l’invio di un PDF per approvazione al team marketing del cliente a Città del Messico; in secondo luogo, l’invio di una prova digitale per l’approvazione; infine, l’invio di campioni di produzione. A ogni step, la qualità e l’estetica dovevano essere identiche. Le lastre FLEXCEL NX sono state fondamentali per riuscire a mantenere la stessa - se non migliore - qualità e la stessa uniformità di stampa, il che è stato determinante, visto che stavamo anche passando a substrati rinnovabili, sui quali solitamente è più complesso stampare.”

I risultati ottenuti dall’azienda andavano oltre la qualità e l’uniformità della stampa; ciascun progetto era a suo modo innovativo, in particolare in un’ottica di miglioramento delle credenziali di sostenibilità dei prodotti. Per le confezioni di sapone Palmolive, Teruel-Papéis Amalia ha sviluppato un nuovo substrato per sostituire la carta laminata con la plastica, che poneva problemi nella fase del riciclo. Il nuovo materiale messo a punto è composto da due strati di PET incollati con speciali adesivi prodotti con resine naturali, ed è totalmente riciclabile.

Anche l’imballaggio della carta per fotocopiatrici Chamex di International Paper poneva problemi in termini di riciclo, oltre a rappresentare un’ulteriore complessità nella fase produttiva. Infatti la produzione di questo packaging, realizzato in carta e BOPP, prevedeva la stampa, la laminazione e il riavvolgimento. L’imballaggio pesava intorno agli 80 g/m2, utilizzava colla per sigillatura e, a causa della componente cartacea, si arricciava spesso durante la produzione. Teruel-Papéis Amalia lo ha sostituito con il materiale Microdots brevettato dall’azienda, un involucro in film BOPP monostrato e 100% riciclabile, eliminando quindi la laminazione e guadagnando circa due giorni in termini di tempi di produzione. Lo spessore è stato ridotto a soli 45 gr/m2, con un risparmio del 43,7% in termini di trasporto e rifiuti.

Per le saponette Flor di Amparo Chemicals, Teruel ha sostituito il precedente materiale combinato plastica/carta con una carta flessibile impermeabile che è riciclabile, riducibile in pasta di carta e biodegradabile, utilizzando resine naturali per garantire la resistenza a umidità, acqua, grasso, funghi e batteri. Il processo prevede l’applicazione del polimero solo nei punti di chiusura, pari a meno del 5% della confezione.

**Apporto di capitale pari a 50 milioni di dollari**

Essendo entrata a far parte del Gruppo Gualapack, la Teruel-Papéis Amalia gode di un ottimo trampolino di lancio per lo sviluppo di prodotti e processi ancora più innovativi, e può contare su un apporto di capitale pari a 50 milioni di dollari in due anni da parte della nuova società madre. Nelson, tra l’altro, non vede l’ora di scoprire cosa ha in cantiere Miraclon, perché, come spiega lui stesso, “Miraclon è come noi: sempre pronta a evolvere e innovare”.

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).