

Investendo in competenze e tecnologie di nobilitazione sofisticate e modulari, il gruppo italiano consolida la crescita e si prepara a conquistare i mercati esteri

Imoco cambia le regole del gioco e punta su etichette più complesse con Cartes GT360

di Lorenzo Villa



Se molti converter di stampa e packaging devono una certa celebrità al loro particolare modello di business, a prodotti unici e tecnologie inusuali, Imoco gioca in una categoria a sé. Al di là delle sue eccellenze produttive, il gruppo è noto al grande pubblico per i successi della squadra di pallavolo femminile di cui è proprietaria, fondata nel 2012 e rapidamente giunta a dominare la serie A1,

forgiando o ingaggiando campionesse del calibro di Paola Egonu, Isabelle Haak, Ekaterina Antropova e Anna Danesi. Se in pochi anni Imoco Volley ha vinto cinque titoli di campione d'Italia e due di campione del mondo, l'ambizione all'eccellenza di Imoco Group non è inferiore a quella delle sue atlete. Nata nel 1980 come tipografia per la stampa di moduli continui, l'azienda ha progressivamente ampliato il business a stampa commerciale, grande formato,

editoria, materiali per l'immagine coordinata, cartotecnica ed etichette autoadesive, arrivando a contare quattro siti produttivi in tre regioni. Del gruppo fanno parte la capogruppo Imoco di Villorba (TV), Europrint di Quinto di Treviso (TV), Arti Grafiche Friulane di Fagagna (UD) e Label Glass di Paternò (CT), per un fatturato complessivo che sfiora i 40 milioni di euro (2023). Forte della sua appartenenza al territorio del Prosecco DOC, che è anche spon-

sor di Imoco Volley, il gruppo ha fatto del vino e dell'etichetta il suo cavallo di battaglia, e l'area di maggiore crescita. Per potenziare la capacità produttiva, a settembre 2022 Imoco ha installato una linea Cartes GT360 presso lo stabilimento di Fagagna, ed è già pronta a introdurre un'unità gemella entro la fine del 2024.

|| In alto, a sinistra la linea Cartes GT360 installata da Imoco Group. A destra, la sala stampa dell'etichettificio veneto.



Dall'idea alla stampa, per "coccolare" clienti premium

Il 90% delle etichette prodotte da Imoco è destinata al mercato enologico e alle acque minerali di lusso, e il restante 10% è suddiviso tra cosmesi, alimentazione e industria. Il gruppo è presente nei distretti vinicoli italiani più prestigiosi, tra cui la Franciacorta e il Trentino, e nei mercati emergenti di Puglia e Sicilia. Tutto è realizzato internamente, dai prototipi alle preserie, fino alle tirature da milioni di pezzi per la GDO.

«Il packaging gioca un ruolo cruciale per i nostri clienti, perché distingue il loro prodotto sullo scaffale», afferma Moretto. «Anche su vini di qualità mediocre, un'etichetta impreziosita produce un aumento delle vendite». Sia nel 2022 che nel 2023, il solo Prosecco DOC ha superato i 600 milioni di bottiglie/anno prodotte da circa 700 aziende, di cui 150 riunite nel Consorzio Tutela di Conegliano-Valdobbiadone. Oltre l'80% del prodotto è esportato verso Stati Uniti e UK (che assorbono ciascuno oltre il 20% del volume), seguiti da Germania, Francia e altri mercati minori. Numeri da capogiro che, uniti a una buona valorizzazione economica della bottiglia e a migliaia di varianti linguistiche e di marca, rendono l'idea del volume di etichette che ruota attorno alle bollicine veneto-friulane. Per

la realizzazione grafica, Imoco si affida ad agenzie grafiche esterne, cui offre consulenza sui materiali e le tecniche utilizzabili.

Un sito produttivo progettato per etichette top di gamma

Fondata nel 1922 come casa editrice e stabilimento grafico, entrata in Imoco Group nel 2006, Arti Grafiche Friulane è la punta di diamante del gruppo. L'azienda, che nel 2013 si è trasferita in un nuovo stabilimento costruito ad-hoc, è specializzata nella produzione di etichette in bobina con tecnologia offset, serigrafica, flexo e digitale. Nel suo parco macchine Imoco annovera moderne macchine da stampa Gallus Label-

master 440 a 6 e 12 colori per le lunghe tirature, tre HP Indigo 6900 per medi quantitativi ed etichette speciali con layout variabili, e una Epson SurePress per la produzione di poche centinaia di pezzi e test di mercato. Il sito di Fagagna, che in un decennio è già stato ampliato due volte, è concepito per garantire una qualità totale. Per prevenire shock termici ad esempio, il sito è dotato di tunnel condizionati per l'ingresso e l'uscita dei mezzi, e di zone di carico, scarico e stoccaggio delle bobine a temperatura controllata.

La sfida di Imoco è realizzare etichette premium, riducendo tempi e scarti di avviamento, assecondando la crescente domanda di

1) Il dispositivo Label On Label (LOL) consente di applicare a registro etichette prefustellate su una bobina di etichette stampate. 2) Un'etichetta realizzata con la tecnologia LOL.

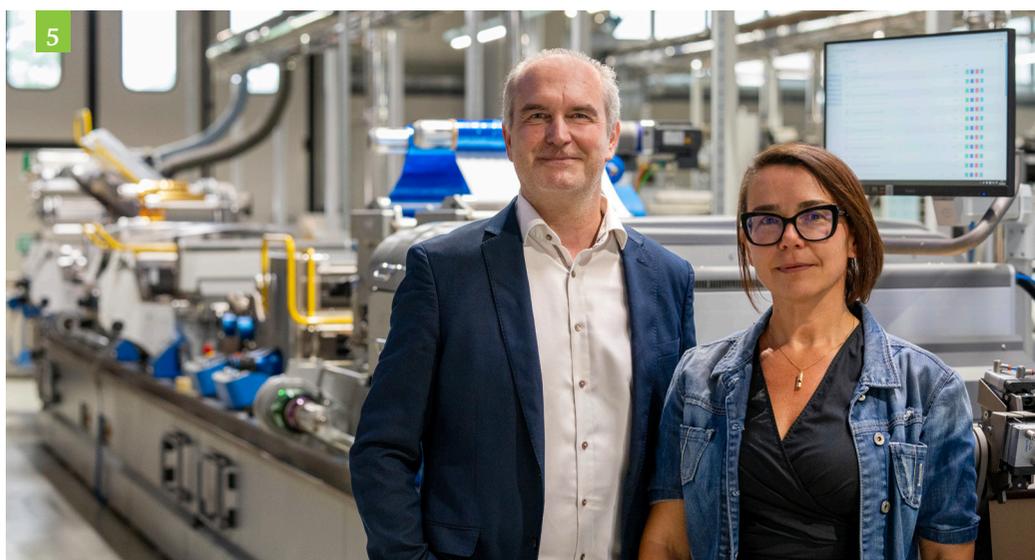
ordinativi frammentati e tempi di consegna sempre più stretti

«I clienti ci scelgono per qualità, servizio e capacità di fare proposte uniche», spiega Moretto. «Per ogni nuovo progetto elaboriamo nuove idee e, prima di andare in produzione, ne realizziamo più varianti, fino alla perfezione».

Il beneficio della nobilitazione all-in-one con Cartes GT360

A spingere Imoco verso Cartes è l'esigenza di rimuovere finestre fustellate su sagome molto piccole e a velocità molto elevate. Dopo una lunga ricerca, la soluzione arriva dalla tecnologia di Depastillage del costruttore italiano, che incoraggia il team di Imoco ad approfondire l'offerta di Cartes anche su altri fronti. L'esplorazione, e i risultati sorprendenti ottenuti, si traducono nel progetto di una linea complessa, equipaggiata con verniciatura flexo semirotativa, due gruppi serigrafici, unità di foiling a caldo e a freddo, fustellatura semirotativa, dispositivo Label On Label (LOL) per l'applicazione di etichette a registro sul materiale prestampato, stazione di embossing e depastillage, e nobilitazione digitale Jet D-Scre-





|| 3) e 4) Due etichette da vino su carte di pregio realizzate in un solo passaggio sulla linea Cartes GT360. 5) Luca Moretto con Enrica Lodi di Cartes.



Luca Moretto
Direttore Generale, Imoco

“Il nostro obiettivo è spostare la competizione da mere logiche di prezzo a dinamiche tecniche più complesse, così da stare un passo avanti ai concorrenti”.

en in linea. Una configurazione estremamente completa, che consente di realizzare in un solo passaggio etichette complesse.

Dalla gara sul prezzo alla competizione tecnica

Imoco disegna la sua nuova linea di nobilitazione sfruttando l'estrema modularità della piattaforma GT360, e integrando gli elementi che rendono unica l'offerta di Cartes. Tra gli altri, la tecnologia di nobilitazione digitale Jet D-Screen, che consente di realizzare verniciature selettive, effetti braille e lamine metalliche piatte e a rilievo, senza eseguire telai e cliché. «Jet D-Screen produce una qualità e uno spessore che la serigra-

fia non può raggiungere», afferma Moretto. «Poter applicare sedici diversi spessori di vernice sulla stessa etichetta ci permette di realizzare progetti straordinari, altrimenti non fattibili per ragioni tecniche ed economiche» Grazie alla combinazione delle esclusive tecnologie Image Distortion System (IDS) e Air Gap System (AGS), GT360 consente poi di allungare o accorciare il lamierino di fustellatura fino al 20% e di regolare con precisione la profondità del taglio, riducendo il ricorso a nuove fustelle e gli sprechi di materiale in fase di avviamento e cambio lavoro. «Il nostro obiettivo è spostare la competizione da mere logiche di prezzo a dinamiche tecniche com-

plesse, così da stare un passo avanti ai concorrenti», sottolinea Moretto. «Grazie a Cartes, e alle nostre competenze, possiamo creare prodotti difficilmente replicabili». Imoco ha spostato su GT360 larga parte delle lavorazioni eseguite su macchinari fuori linea, aumentando la complessità media dei lavori e accrescendo il livello di soddisfazione dei clienti. La linea, che oggi opera su due turni completi, verrà affiancata da un'unità gemella entro la fine del 2024, e supporterà i nuovi investimenti in tecnologia di stampa digitale di Imoco.

Pronta a sbarcare in borsa e a conquistare nuovi mercati

Con un portafoglio clienti consolidato e prestigioso, tecnologie all'avanguardia e nuove acquisizioni all'orizzonte, Imoco Group ha posto le condizioni per una crescita vigorosa nel prossimo decennio. Tra i suoi obiettivi, l'azienda punta alla quotazione in borsa e ad accrescere la sua presenza nei mercati esteri più attenti alla qualità, inclusi Asia e Nord America. In quest'ottica, Imoco considera la presenza globale di Cartes e la sua capillarità tecnica e commerciale come un asset strategico per i propri piani di sviluppo. ■