

n° 5-6 • 15 luglio - 15 agosto 2023



Flexo Gravure & Converting
magazine

Proposte di legge
sull'imballaggio
ambientale

*Environmental
packaging law
proposals*

8



Nuovo capitolo
di un successo
globale

*New chapter
of a global
success*

28



L'eccellenza
dell'industria
delle etichette

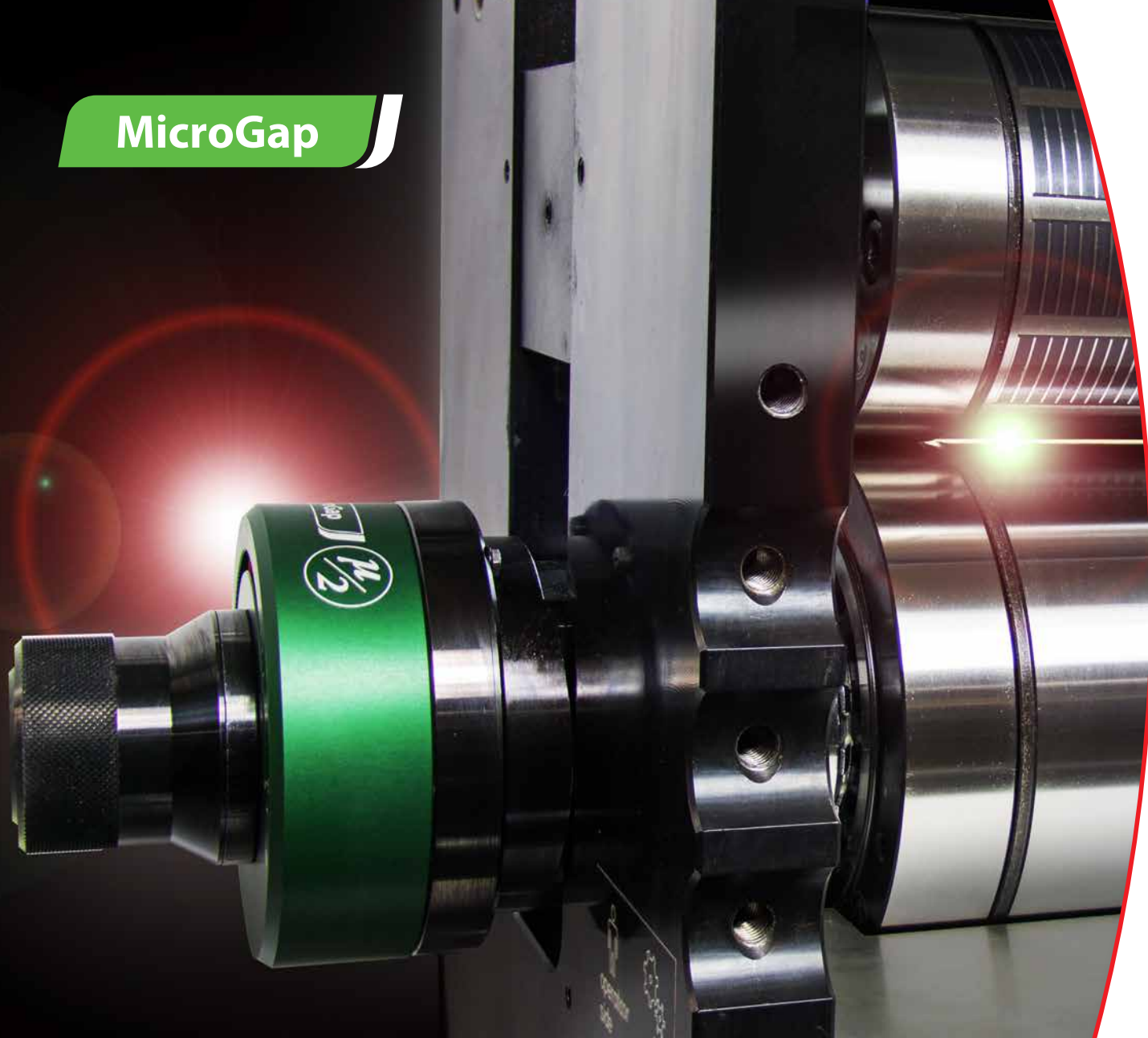
*The excellence
of the label
industry*

40





MicroGap



MicroGap - Manovra assolutamente precisa e semplice

- Regolazione del gap più fine per la regolazione dell'impronta di stampa sul supporto
- Facile scambio con il cilindro di contropressione esistente
- Compensazione di diversi spessori di supporto
- Maggiore durata di servizio degli utensili di taglio



www.spilker.it


NEW

Sleeve MASTER AUTO

Registrazione ed applicazione "hands free" del cliché per ottenere la massima produttività del reparto pre stampa, affidabilità e ripetibilità CAMIS incluse.

"Hands free" plate registration and application to gain the maximum productivity of the pre-press department. CAMIS repeatability and reliability included.



DMTS Flexo plate demounter

Smontaggio cliché e applicazione biadesivo in un dispositivo, creato per aumentare la produttività del reparto pre-stampa.

Plate demounting and tape application in one device, designed to enhance the productivity of the flexo pre-press department.

**Innovative
solution**



CONTROLLO TOTALE DEL MONTAGGIO CLICHÉ

TOTAL WORK FLOW CONTROL IN FLEXO PLATE MOUNTING

CAMIS

CAMIS srl - Via Guido Rossa, 9
20037 Paderno Dugnano (MI) - T +39 02.9982188
info@camissrl.com - www.rotocamis.it



i&C Conselvan
Innovative Converting Technology

I&C sas - Via Pordenone, 13 - 20132 Milano
T +39.0226417365 - info@gamaiec.com
www.gamaiec.com



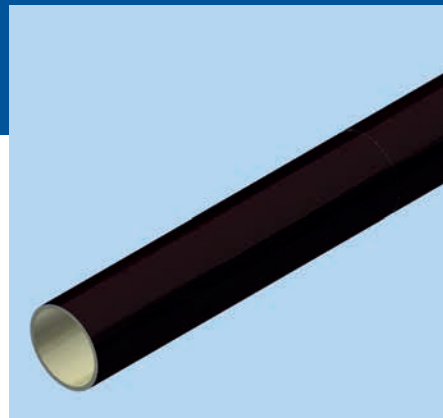
Leader nella produzione di cilindri per flexografia e rotocalco



Tamburi Centrali
Cilindri Riscaldati o
Raffreddati
Chill Roll



Mandrini ad aria
Mandrini in fibra di carbonio
Cilindri gommati
Rulli folli di precisione



Sleeve anilox
Sleeve clichè
Adattatori in fibra di vetro o
fibra di carbonio
Ingranaggi

“EPR”, ma con norme molto più semplici

È stata diffusa una bozza di regolamento, elaborata a livello europeo, in materia di rifiuti derivanti dall’imballaggio. Nonostante la proposta in discussione sia articolata, e tratti molteplici aspetti del riciclo, riutilizzo, riduzione dei consumi, selezione e raccolta dei rifiuti, i 27 Paesi dell’Ue non convergono unanimemente sulla formulazione del documento. In Italia, l’Associazione Scatolifici Cis ha presentato una ‘memoria’ alla commissione Ambiente e Attività Produttive della Camera dei Deputati per chiarire la posizione dei trasformatori di imballaggi in cartone ondulato. È importante considerare le specificità delle diverse filiere e questo deve essere recepito a livello Eu. “L’Italia è leader in Europa – afferma il documento Cis – nel riciclo di carta e cartone”. È un primato che dà il diritto all’Italia di esprimere un parere autorevole sull’argomento.

Tra le tante criticità evidenziate in ambito europeo, una fa riferimento a una sorta di area grigia riguardante il commercio elettronico, dove riesce difficile fare delle stime, trattandosi di un fenomeno molto redditizio che si sviluppa sempre più a livello planetario. Ma nonostante tutte le difficoltà, sembra ci sia la volontà di mettere a punto un regolamento EPR (responsabilità estesa al produttore) che raccolga il consenso unanime di tutti i Paesi che aderiscono all’Unione Europea. Sulle problematiche poste dai singoli Paesi bisognerà mediare.

È il caso della Danimarca che ha varato una legge che entrerà in vigore alla fine del 2024 e che non sembra in linea con l’Eu. La Francia ha espresso una posizione chiara, prevedendo che le aziende che svolgono l’attività, fisicamente sul proprio territorio, siano tenute a rispettare le leggi francesi. I Paesi Bassi lamentano la difficoltà di poter osservare le norme EPR alle aziende che operano in più nazioni. Nel Regno Unito, che è fuori dall’Eu, sono state varate nuove norme per i mercati elettronici, che hanno l’obbligo di dichiarare il dettaglio del tipo di imballaggio impiegato.

In questo contesto, teso a regolamentare un settore molto importante qual è l’imballaggio, si inserisce la presa di posizione del leader mondiale del commercio elettronico eBay, che giudica l’attuale proposta come irrealistica, al punto da mettere in pericolo l’attuale sistema di riciclo. Sempre eBay invita i Paesi dell’Eu a collaborare per arrivare ad una esemplificazione delle normative.

È importante che la Commissione europea riesca ad agire con una politica unificata tenendo conto di tutti i protagonisti di questa importante sfida globale.

“EPR”, but with much more simple rules

A draft regulation has been released, developed at European level, on packaging waste. Despite the proposal under discussion is complex and deals with multiple aspects of re-cycling, reuse, reduction of consumption, selection and rubbish collection, 27 countries of the European Union do not agree unanimously on the wording of the document. In Italy the Box Manufacturers Association “CIS” filed a “statement” to the Environment and Production Activities Commission of the Chamber of Deputies to clarify the position of corrugated packaging converters. It is important to consider the peculiarities of the various supply chains and this must be implemented at European level. “Italy is leader in Europe – states the document CIS – in paper and cardboard re-cycling”. It is a record that gives Italy the right to express an influential opinion on the subject.

Among the many critical issues highlighted in Europe one refers to a sort of grey area regarding electronic commerce, where it is difficult to make estimates since it is a very profitable phenomenon, increasingly developing on a global level. But despite all the difficulties there seems to be the will to develop a regulation EPR (responsibility extended to the manufacturer) that collects the unanimous approval of all the countries of the European Union. It will be necessary to mediate on the problems posed by individual countries. This is the case of Denmark which has passed a law that will come into force at the end of 2024 and does not appear to be in line with the European Union.

France has expressed a clear position by expecting that companies carrying out their activity, physically on their territory, are required to comply with French laws. The Netherlands complains about the difficulty of being able to comply with the EPR rules for companies operating in several countries. In the United Kingdom, out of the European Union, new rules have been launched for electronic markets which have to declare in detail the type of packaging used.

In this context, aimed at regulating a very important sector such as packaging, it is important to consider the position taken by the world leader in electronic commerce Ebay, judging the current proposal as unrealistic to the point of endangering the current re-cycling system. Always Ebay invites the European Union countries to collaborate to arrive at an exemplification of the regulations. It is important that the European Commission is able to act with a unified policy, taking into account all the protagonists of this important global challenge.

La testata è rivolta agli stampatori e convertitori.
Tratta le tecniche di nobilitazione di carta
e cartone ondulato e tutti i sistemi
di personalizzazione di imballaggi flessibili e rigidi

Rivista mensile

La nostra società edita anche "Stampare",
rivista delle arti grafiche e della comunicazione

Anno XXXVI - n° 5-6
15 luglio - 15 agosto 2023

Iscritta al Registro Nazionale
della stampa n. 2228
Autorizzazione Tribunale
di Milano n. 492 del 19-6-1987

DIRETTORE RESPONSABILE

Roberto Fronzuti

VICE DIRETTORE

Giovanni Abruzzo

CAPOREDATTORE

Emanuele Carlo Ostuni

**DIREZIONE, AMMINISTRAZIONE
E PUBBLICITÀ**

Via Saccardo 37, ang. Via Conte Rosso
20134 Milano
Tel. 02 36.50.45.09
rfeditore@libero.it
www.fcmagazine.it

STAMPA E IMPAGINAZIONE

In proprio

ABBONAMENTI

Italia: € 70,00
Esteri: € 100,00
Edizione digitale: € 35,00



SOMMARIO

5 EDITORIALE - EDITORIAL

"EPR", ma con norme molto più semplici
"EPR", but with much more simple rules

8 PRIMO PIANO - GENERAL NEWS

Proposte di legge sull'imballaggio ambientale
Environmental packaging law proposals

Sviluppo di campagne di marketing complete 13
Development of comprehensive marketing campaigns

Transizione verso una nuova struttura di governance 16
Transition to a new governance structure

20 FIERE - FAIRS

Un'esposizione da ricordare
An exhibition to remember

Focus tecnologie UV LED: massima integrazione 24
Focus on UV LED technologies: maximum integration

Nuovo capitolo di un successo globale 28
New chapter of a global success





32



36



32 NEWS PRODOTTI - PRODUCTS NEWS

Soluzione di etichettatura trasformativa
Transformative labelling solution

Pulizia automatica delle lastre da stampa
Automatically cleaning printing plates

36

40 EVENTI - EVENTS

L'eccellenza dell'industria delle etichette
The excellence of the label industry

Nuove soluzioni per la trasformazione digitale
New solutions to power a digital transformation

46

52 INFO

Abbonamento alla nostra rivista
Subscribe to our magazine



40



46



Proposte di legge sull'**imballaggio** **ambientale**

La bozza di regolamento dell'UE sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio è accusata di non avere una politica uniforme per quanto riguarda l'eCommerce

www.ecoveritas.com

Attesa, eccitazione e persino confusione hanno colpito il mondo degli imballaggi quando, lo scorso aprile, è trapelata online l'ultima bozza di proposta sulle norme UE in materia di imballaggi e rifiuti di imballaggio. Sebbene la proposta sia sfaccettata e approfondita, e incoraggi l'azione legislativa in aree vitali come il riutilizzo, il riciclo, la riduzione dei consumi, la selezione e la raccolta dei rifiuti, l'etichettatura e le tariffe modulate, il commercio elettronico rimane un'area grigia. La bozza di proposta sollecita un'azione collettiva, più o meno uniforme, da parte degli Stati membri dell'UE per quanto riguarda i divieti, i sistemi di restituzione dei depositi, l'etichettatura e gli obiettivi di riduzione. Sebbene la proposta contenga suggerimenti particolari sul commercio elettronico e sul marketing digitale, non fa riferimento alla necessità di una politica unificata in questo settore, né incorpora esplicitamente il commercio elettronico nelle regole generali dell'EPR. Ciò è particolarmente sorprendente in quanto la gestione di mercati elettronici sta diventando un'attività sempre più diffusa tra le imprese che ne riconoscono la redditività. La bozza di proposta non omette del tutto il ruolo degli imballaggi nel marketing elettronico. Estendendo l'autorizzazione dell'UE 2022/2065 ai contratti di vendita a distanza, la proposta chiede che i fornitori di piattaforme di marketing online siano vincolati agli obblighi ambientali che gravano sui produttori. In particolare,



Elena Rotzokou

i fornitori di piattaforme online devono rispettare gli obblighi EPR stabiliti dall'UE 2022/2065, a meno che non dimostrino che i produttori che distribuiscono imballaggi ai consumatori nell'Unione europea hanno rispettato tali obblighi.

I produttori devono dimostrare la loro conformità ai fornitori di piattaforme online. Queste norme sono destinate a consentire la tracciabilità dell'attività di imballaggio digitale, come previsto dall'UE 2022/2065, oltre a essere coerenti con la risoluzione dell'UE del 10 febbraio 2021 sul Nuovo Piano d'Azione per l'Economia Circolare (2020/2077), che incoraggia tutti i venditori digitali ad aderire ai requisiti essenziali EPR e agli obblighi di rendicontazione per contribuire finanziariamente ai regimi EPR nell'UE.

Nonostante la proposta riconosca il coinvolgimento delle piattaforme online nelle attività di commercializzazione degli imballaggi, alcune aziende hanno affermato che la proposta di legge non è in grado di fornire una regolamentazione concreta e uniforme in materia di commercio elettronico. Il gigante del mercato elettronico eBay ha risposto alla bozza trapelata, suggerendo che l'emendamento rappresenta un'opportunità straordinaria per la Commissione europea di semplificare e armonizzare i regolamenti EPR tenendo conto di tutti gli attori coinvolti, compresi i piccoli e grandi venditori digitali.

eBay ha incoraggiato la comunità dei venditori europei a partecipare alla consultazione della Commissione europea sulla bozza di proposta, aperta ai commenti del pubblico fino al 24 aprile 2023. In particolare, la risposta di eBay si è inserita in una raffica di critiche da parte dell'industria dell'imballaggio e del riciclo, che hanno messo in evidenza come la bozza di proposta preveda obiettivi di riciclo irrealistici e comprometta i sistemi di riciclo esistenti.

La mancanza di un'azione legislativa armonizzata da parte della Commissione europea nei confronti del commercio elettronico ha portato diversi Stati membri a varare leggi indipendenti per garantire che i venditori online contribuiscano ai loro sistemi EPR nazionali.

Un recente aggiornamento della legge tedesca sugli imballaggi del 2019 (VerpackG) ha imposto, a partire dal 1° luglio 2022, ai mercati elettronici che vendono a utenti finali in Germania, ma che non gestiscono una struttura fisica nel Paese, di registrarsi presso il Registro degli imballaggi dell'Agenzia centrale e di avere il proprio numero di produttore, accanto ai produttori regolari.

Un'aggiunta al decreto austriaco sugli imballaggi del 2014, entrata in vigore il 1° gennaio 2023, prevede che i venditori a distanza e le società di vendita per corrispondenza che vendono a clienti con sede in Austria nominino un rappresentante autorizzato nel Paese per gestire gli obblighi a loro nome. Nel frattempo, secondo la legge sull'economia circolare del 2021, le imprese che vendono prodotti consumati dalle famiglie ai consumatori finali in Francia sono tenute a rispettare gli stessi requisiti finanziari e di registrazione dei venditori con una presenza fisica nel Paese. La riforma dell'EPR nel Regno Unito introduce anche nuovi obblighi per i mercati online; in particolare, i mercati online saranno tenuti a fornire informazioni dettagliate sul tipo di imballaggi che immettono sul mercato insieme ai produttori, agli importatori e ai riempitori regolari. Sempre più schemi EPR esistenti in Europa stanno rivedendo i regolamenti per

coinvolgere i venditori a distanza. Per esempio, un emendamento alla legge danese sulla protezione dell'ambiente, che dovrebbe essere applicato entro la fine del 2024, prevede disposizioni relative all'EPR non solo per i distributori di prodotti confezionati, ma anche per coloro che commercializzano apparecchiature elettriche ed elettroniche, batterie e persino automobili e furgoni ai consumatori finali in Danimarca.

L'elevato numero di leggi recenti e future sul commercio elettronico in questo decennio fa sembrare che l'unione tra marketing online e conformità ambientale sia una novità. Ma è tutt'altro che così: fin dalla sua entrata in vigore nel gennaio 2015, il decreto sulla gestione degli imballaggi dei Paesi Bassi ha imposto agli imprenditori stranieri che vendono agli utenti finali nei Paesi Bassi gli stessi regolamenti EPR dei produttori e degli importatori regolari.

Le iniziative di digitalizzazione esistono da tempo e la legislazione ambientale non è rimasta indifferente. Alla luce delle critiche di eBay, è ancora più sorprendente che la bozza di regolamento dell'UE sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio non proponga misure chiare e uniformi per regolamentare i rifiuti di imballaggio derivanti dalle attività di marketing online.

La rapidità con cui si evolve la bozza di regolamento dell'UE sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio può essere frustrante per le aziende che cercano di capire come potrebbero essere influenzate da una potenziale legge così sfaccettata come questa. Considerando la mancanza di una politica uniforme, le aziende che gestiscono servizi di marketing digitale potrebbero anche non essere sicure di come le loro pratiche di distribuzione potrebbero essere influenzate. Inoltre, le norme EPR relative al commercio elettronico variano da un Paese europeo all'altro, rendendo difficile per le aziende che vendono in più Paesi rimanere al corrente di tutti i loro obblighi. Ecoveritas ha continuato e continuerà a seguire e interpretare le bozze di regolamento dell'UE e tutte le leggi che riguardano l'EPR. ■

Elena Rotzokou, ricercatrice globale EPR di Ecoveritas



Environmental packaging law proposals

EU Packaging and Packaging Waste draft regulations accused of falling short of uniform policymaking regarding eCommerce

www.ecoveritas.com

Anticipation, excitement, and even confusion came upon the packaging world when the most recent draft proposal on EU rules on Packaging and Packaging Waste was leaked online this past April. Although the proposal is multi-faceted and thorough, encouraging legislative action across vital areas like reuse, recycling, consumption reduction, sorting and waste collection, labelling, and modulated fees, eCommerce remains a grey area. The draft proposal urges collective, more or less uniform action on the part of EU Member States regarding bans, deposit return schemes, labelling, and reduction targets.

Although the proposal makes particular suggestions concerning eCommerce and digital marketing, it does not refer to the need for unified policymaking in this area, nor does it explicitly incorporate eCommerce into general EPR rules. This is particularly surprising as the operation of electronic marketplaces is becoming an increasingly popular activity among businesses that recognise its profitability.

The draft proposal does not altogether omit packaging's role in electronic marketing. Extending EU 2022/2065's authorising of distance marketing contracts, the proposal urges that providers of online marketing platforms be bound by environmental obligations in-



cumbent on producers. In particular, providers of online platforms must comply with EPR obligations laid down by EU 2022/2065, unless they prove that producers distributing packaging to consumers in the European Union have been complying with these obligations.

Producers must prove their compliance to online platform providers. These rules are meant to enable the traceability of digital packaging activity as envisaged by EU 2022/2065, in addition to being consistent with the EU's resolution of 10 February 2021 on the New Circular Economy Action Plan (2020/2077), which encourages all digital sellers to adhere to EPR essential requirements and reporting obligations to contribute financially to EPR schemes in the EU. Notwithstanding the proposal's acknowledgement of online platforms' involvement in packaging marketing activities, a few businesses have claimed that the draft law falls short of gesturing at remotely concrete, let alone uniform, regulations regarding eCommerce. No other than electronic marketplace giant eBay has responded to the leaked draft, suggesting that the amendment poses an outstanding opportunity for the European Commission to simplify and harmonise EPR regulations by taking account of all involved players, including small and big digital sellers. eBay encouraged the European seller community to participate in the European Commission's consultation on its draft proposal,

which was open to feedback from the public until 24 April 2023. Notably, eBay's response was among a barrage of criticism from the packaging and recycling industries directed at the draft proposal's purportedly unrealistic recycling targets and undermining existing recycling schemes.

The European Commission's lack of harmonised legislative action vis-à-vis eCommerce thus far has led several Member States to launch laws independently to ensure online sellers contribute to their domestic EPR systems.

A recent update to Germany's 2019 Packaging Act (VerpackG) has required, since 1 July 2022, electronic marketplaces selling to end-users in Germany but not operating a physical facility in the country to register with the Central Agency Packaging Register and have their producer number, alongside regular producers.

An addition to Austria's 2014 Packaging Ordinance enforced on 1 January 2023 mandates that distance sellers and mail order companies selling to Austrian-based customers appoint an authorised representative in the country to handle their obligations on their behalf. Meanwhile, per the 2021 Circular Economy Law, businesses selling products consumed by households to end-consumers in France are obligated under the same financial and registration requirements as sellers with a physical presence in the country.

The reformed EPR in the UK also introduces new obligations to online marketplaces; in particular, online marketplaces will be required to report detailed information on the type of packaging they place on the market alongside regular producers, importers, and fillers.

More and more existing EPR schemes across Europe are revising regulations to involve distance sellers. For instance, an amendment to Denmark's Environmental Protection Act that is expected to be enforced by the end of 2024 makes EPR-related provisions not only for distributors of packaged products but also for those marketing electrical and electronic equipment, batteries, and even cars and vans to end-consumers in Denmark.

The sheer number of recent and forthcoming legislation around eCommerce in the present decade makes it seem as if the marriage between online marketing and environmental compliance is a novel affair. But this is far from so: ever since its enforcement in January 2015, the Netherlands' Packaging Management Decree has made foreign entrepreneurs selling to end-users in the Netherlands obligated under the same EPR regulations as regular producers and importers.

Digitisation initiatives have been around for a while, and environmental legislation has not remained blind to them. In light of eBay's criticism, it is all the more startling that the EU's draft rules on Packaging and Packaging Waste do not propose clear and uniform steps towards regulating the packaging waste resulting from online marketing activities.

The rapid rate at which the EU's draft regulations on Packaging and Packaging Waste are evolving can be frustrating for businesses that seek to make sense of how they might be affected by a potential law as multi-faceted as this one. Considering the lack of uniform policymaking, companies operating digital marketing services might likewise be unsure how their distribution practices may be impacted. Moreover, EPR rules regarding eCommerce vary from one European nation to another, making it difficult for businesses selling to multiple countries to stay abreast of all their obligations. Ecoveritas has and will continue keeping track of and interpreting the EU's draft regulations and any law involving EPR. ■

Elena Rotzokou, Global EPR Researcher at Ecoveritas





 mewa

Sostenibilità: migliorare non solo l'immagine ma anche l'ecobilancio con Mewa.

Mewa

Sviluppo di campagne di marketing complete

SCREEN Europe
nomina Juan Cano
Direttore Marketing

www.screeneurope.com

SCREEN Europe ha nominato Juan Cano Direttore Marketing per promuovere la crescita continua del produttore giapponese leader nel mercato europeo della stampa digitale inkjet. Juan supervisionerà un team internazionale giovane e di talento che si concentrerà sulla promozione delle tre principali gamme di prodotti SCREEN: Truepress JET per la stampa commerciale, Truepress LABEL per le etichette e Truepress PAC per le applicazioni di imballaggio.

In qualità di direttore marketing, Cano guiderà lo sviluppo e l'esecuzione di campagne di marketing complete.

“In questo ruolo, Juan sfrutterà la sua profonda conoscenza del settore della stampa digitale e delle dinamiche di mercato. La sua esperienza nel comunicare efficacemente la proposta di valore di SCREEN ai principali stakeholder, unita alle sue eccezionali capacità di parlare in pubblico, rafforzerà ulteriormente la presenza del marchio dell'azienda, l'immagine percepita e ne sosterrà la continua crescita nel mercato europeo della stampa digitale – afferma Akihiro Fujii, Presidente di SCREEN Europe –. Siamo entusiasti di avere Juan alla guida delle nostre attività di marketing in Europa”, aggiunge.

Juan combinerà il suo nuovo ruolo con quello di direttore dello sviluppo commerciale di SCREEN Europe per l'imbal-



laggio flessibile, che ricopre dal 2020. Il suo duplice ruolo gli consentirà di comprendere a fondo le esigenze dei clienti e le dinamiche del settore, mettendolo in condizione di guidare strategie di marketing d'impatto con risultati misurabili.

Cano commenta: “Sono onorato di assumere l'ulteriore ruolo di direttore marketing in un momento in cui SCREEN non solo sta registrando una forte crescita nei suoi mercati principali, ma sta anche entrando in nuovi mercati, come quello del packaging. Non vedo l'ora di migliorare ulteriormente la nostra presenza sul mercato attraverso strategie di marketing di successo e mi impegno a guidare il coinvolgimento dei clienti, rafforzare la percezione del marchio e alimentare la crescita di SCREEN nel mercato europeo”.

Con la nomina di Juan Cano a direttore marketing, SCREEN è ben posizionata per consolidare la propria leadership di mercato e continuare a superare le aspettative dei clienti grazie a innovative soluzioni di stampa inkjet e a un'eccezionale assistenza post-vendita. ■

Development of comprehensive marketing campaigns

SCREEN Europe appoints Juan Cano as Marketing Director

SCREEN Europe has appointed Juan Cano as Marketing Director to help drive continued growth for the leading Japanese inkjet manufacturer in the European inkjet digital print market. Juan will oversee a young and talented international team that focuses on driving the promotion of SCREEN's three main product ranges – Truepress JET for Commercial Printing, Truepress LABEL for labels and Truepress PAC for packaging applications. As Marketing Director, Cano will spearhead the development and execution of comprehensive marketing campaigns.

"In this role, Juan will leverage his deep understanding of the digital printing industry and market dynamics. His expertise in effectively communicating SCREEN's value proposition to key stakeholders, combined with his excep-

tional public speaking skills, will further strengthen the company's brand presence, perceived image and support its continued growth in the European digital print market – says Akihiro Fujii, President of SCREEN Europe –. We are thrilled to have Juan leading our marketing efforts in Europe," he adds.

Juan will combine his new role with the position of SCREEN Europe's Business Development Director for Flexible Packaging that he has held since 2020. His dual role will provide him with an in-depth understanding of customer needs and industry dynamics, positioning him to drive impactful marketing strategies that deliver measurable results.

Cano comments: "I am honoured to take on the additional role of Marketing Director at a time when SCREEN is not only showing strong growth in its core markets but is also breaking into new ones, like packaging. I look forward to further enhancing our market presence through compelling marketing strategies and am committed to driving customer engagement, strengthening brand perception, and fuelling the growth of SCREEN in the European market."

With Juan Cano's appointment as Marketing Director, SCREEN is well-positioned to solidify its market leadership and continue to exceed customer expectations through innovative inkjet printing solutions and exceptional aftermarket service. ■

www.screeneurope.com



Bamanow 2023

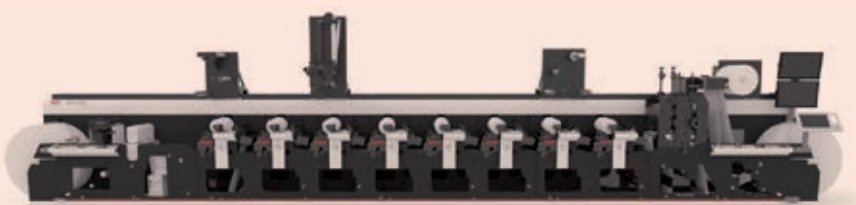
BAMANOW srl



Flexless 350 servo

Semirotativa flexo per piccole medie tirature di etichette personalizzate e nobilitate che richiedono consegne just in time

www.bamanow.it



www.mps4u.com



Mps ef next generation

Rotativa flexo con il massimo livello di automazione che integra anche un sistemi di efficienza della produttività

AV Flexologic
We innovate!

Samm usd 800

Montacliché automatico per montaggi precisi e ripetibili di qualsiasi cliché



www.flexologic.nl/it/

RHYGUAN

Rhyguan plus 420

Macchina semirotativa per la finitura e nobilitazione fuori linea di qualsiasi etichetta autoadesiva



www.rhyguan.eu/



<http://en.wanjievyj.com.cn/>

WJPA
万杰印刷机械

Wenjie 450 offset

Semirotativa offset per piccole e medie tirature di etichette dedicate al mercato food wine & spirits

KDS
KINGSTON DATA SYSTEMS

Kds quantum emu

Sistema di raccolta e gestione dati di produzione per il miglioramento dell'efficienza operativa di qualsiasi macchinario

www.kingstondatasystems.com



www.bamanow.it

Transizione verso una nuova struttura di governance

Cambiamenti organizzativi in FINAT: insediato il nuovo Consiglio dell'Associazione Europea dell'industria delle etichette

www.finat.com

In occasione dell'Assemblea generale della FINAT, tenutasi il 31 maggio a Vienna, si è insediato il nuovo Consiglio direttivo dell'Associazione Europea dell'industria delle etichette.

L'elezione coincide con la transizione di FINAT verso una nuova struttura di governance che si allinea alla strategia dei "4 pilastri" di FINAT.

In tre fasi, il Consiglio di amministrazione di FINAT sarà ampliato da 15 a 25 membri per consentire una più ampia rappresentanza dei soci lungo tutta la catena del valore. All'interno del Consiglio, anche il numero dei membri del Comitato esecutivo è stato aumentato da sei a otto, di cui quattro posti sono ora riservati ai presidenti della nuova struttura di comitati basata sui workstream.

Ogni workstream riflette ora uno dei quattro pilastri della strategia di FINAT:

- **Comunità:** responsabile di tutte le comunicazioni e le piattaforme interne ed esterne della FINAT, supportando anche gli altri workstream nelle loro comunicazioni.
- **Conoscenza:** responsabile della creazione e del coordinamento della conoscenza per i membri della FINAT, in modo che tutti i membri possano ottenere risposte semplici alle loro domande.
- **Collaborazione:** guida i progetti guidati da FINAT insieme a parti esterne e stakeholder interni per rafforzare la posizione del settore delle etichette.

- **Advocacy:** rappresentare il settore delle etichette monitorando e influenzando gli sviluppi delle normative e delle linee guida che hanno un impatto sugli interessi del settore.

Ciascuna delle quattro linee di lavoro comprende una serie di gruppi di lavoro permanenti per gestire i programmi in corso e task force temporanee per svilupparne di nuovi.

FINAT ha salutato alcuni membri di lunga data del Consiglio direttivo che hanno concluso il loro ultimo mandato: Jakob Landberg (Nilpeter, Danimarca), Francesc Egea (IPE Labels & Sleeves, Spagna), Ferdinand Rüesch (Gallus, Svizzera), Alfredo Pollici (Notarianni, Italia), Thomas Vainio (UPM Raflatac, Finlandia) e Aydin Okay (Canpas, Turchia).

Benvenuti

Contemporaneamente, i soci hanno eletto alcuni nuovi membri del Consiglio di amministrazione e hanno insediato un nuovo Comitato esecutivo.

Dal 1° giugno, il Consiglio direttivo è così composto:

- Philippe Voet (Etivoet, Belgio, Presidente)
- Dana Kilarska (Purgina Labels, Slovacchia, Vicepresidente)

- Chris Ellison (OPM Group, Regno Unito, Past President)
- Noël Kasmi (Avery Dennison, Paesi Bassi, Tesoriere)
- Marika Knorr (CCL Label, Germania, Presidente Workstream Community)
- Harald Wallner (Herma, Germania, presidente Workstream Knowledge)
- Alex Knott (Dow, Belgio, presidente Workstream Collaboration)
- Päivi Knihti (UPM Raflatac, Finlandia, presidente Workstream Advocacy)
- Tom Schouten (Geostick, Paesi Bassi, copresidente Comunità)
- Nanette Thomas (Synthogra, Danimarca, copresidente Knowledge)

- Uwe Düsterwald (BASF, Germania, copresidente Collaborazione)
- Jonathan Sexton (Sun Chemical, Francia, copresidente Advocacy)
- Jens von der Brüggen (Gruppo Schreiner, Germania)
- Uwe Boerner (Gallus, Svizzera)

Nel corso del 2023, FINAT annuncerà altri candidati per occupare gli attuali posti vacanti.

Il Presidente FINAT Philippe Voet (ri-letto per un secondo mandato) commenta: “Nel pressante contesto economico odierno, è di fondamentale impor-

tanza che le associazioni come FINAT siano in grado di rispondere alle esigenze e alle sfide dei loro membri. Con questa nuova struttura, puntiamo a combinare la visione, il know-how e l’esperienza dei leader aziendali lungo la catena del valore con l’eccellenza operativa e l’agilità dei leader dei workstream e dei nostri partner professionali. Sono molto soddisfatto dello slancio che si è creato durante i vertici del Comitato dello scorso febbraio e qui a Vienna prima del Forum europeo del marchio. Non vedo l’ora di continuare questo slancio e di lavorare insieme come industria sugli obiettivi e i risultati che abbiamo fissato per i prossimi anni”. ■

PhotoStudioVercammen



11 - 14 September • Brussels

**LABELEXPO
EUROPE 2023**

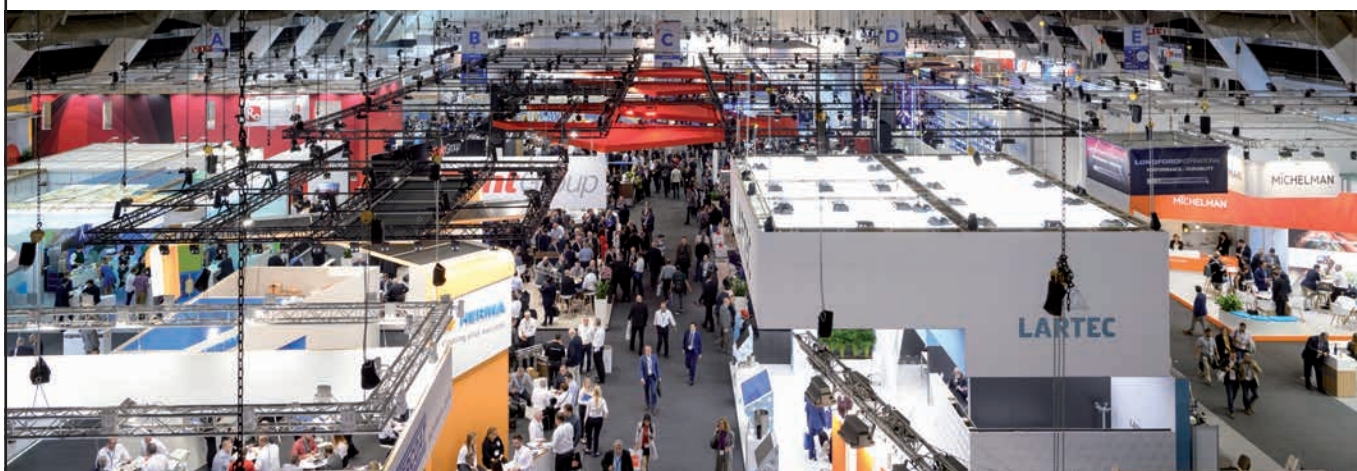
www.labelexpo-europe.com

Con le nostre pubblicazioni F&C Magazine e Stampare Vi attendiamo al nostro stand 11F31 pad. 11

With our publications F&C Magazine and Stampare We are waiting for you at our stand 11F31 hall 11

F&C
Flexo Gravure & Converting
magazine

Stampare
MAGAZINE
TECNOLOGIE DELLA STAMPA E DELLA COMUNICAZIONE



Transition to a new governance structure

Organisational changes at FINAT: new Board of the European label industry association installed

At FINAT's General Assembly on 31 May in Vienna, the new Board of the European label industry association was installed.

The election coincides with FINAT's transition to a new governance structure that aligns with FINAT's '4 Pillar' strategy.

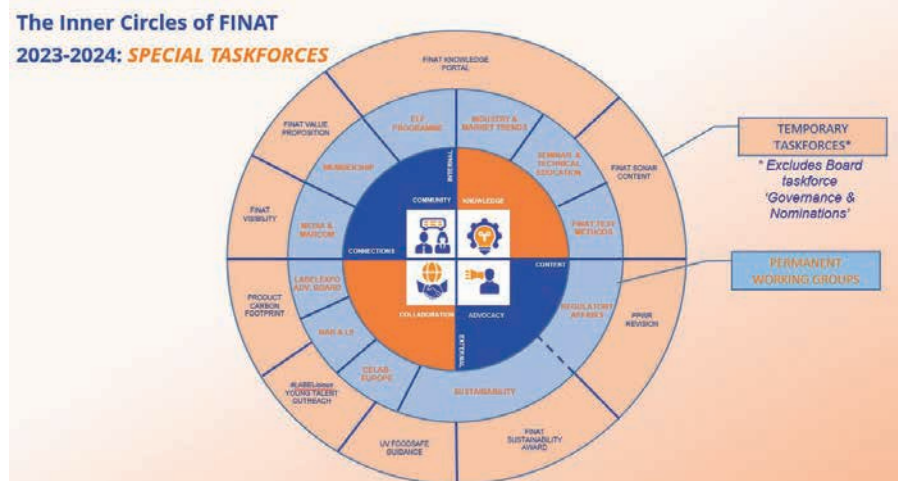
In three steps, the Board of FINAT will be expanded from 15 to 25 members to enable a broader representation of the membership across the value chain. Within the Board, the number of Executive Board members has also been increased from six to eight, of which four seats are now reserved for the chairs of the new, workstream based committee structure.

Each workstream now reflects one of the four pillars of FINAT's strategy:

- **Community:** responsible for all FINAT internal and external communications and platforms, also supporting other workstreams in their communications.
- **Knowledge:** responsible for creating and co-ordinating knowledge for the FINAT membership so all members get easy answers to their questions.
- **Collaboration:** driving FINAT-led projects together with external parties and internal stakeholders to strengthen the position of the label industry.
- **Advocacy:** representing the label industry by monitoring and influencing developments in regulations & guidelines impacting the interests of the industry.

Each of the four workstreams includes a number of permanent Working Groups to

www.finat.com





The old and new Board together on stage at the European Label Forum 2023 in Vienna

manage the on-going programmes, and temporary Taskforces to develop new ones.

FINAT said farewell to a number of long standing Board members who completed their final term:

Jakob Landberg (Nilpeter, Denmark), Francesc Egea (IPE Labels & Sleeves, Spain), Ferdinand Rüesch (Gallus, Switzerland), Alfredo Pollici (Notarianni, Italy), Thomas Vainio (UPM Raflatac, Finland) and Aydin Okay (Canpas, Turkey).

Welcome

At the same time, members elected a number of new Board members, and installed a new Executive Board.

As of the 1st of June, the Board is composed as follows:

- Philippe Voet (Etivoet, Belgium, President)

- Dana Kilaraska (Purgina Labels, Slovakia, Vice President)
- Chris Ellison (OPM Group, United Kingdom, Past President)
- Noël Kasmi (Avery Dennison, Netherlands, Treasurer)
- Marika Knorr (CCL Label, Germany, Chair Workstream Community)
- Harald Wallner (Herma, Germany, Chair Workstream Knowledge)
- Alex Knott (Dow, Belgium, Chair Workstream Collaboration)
- Päivi Knihti (UPM Raflatac, Finland, Chair Workstream Advocacy)
- Tom Schouten (Geostick, Netherlands, Co-chair Community)
- Nanette Thomas (Synthogra, Denmark, Co-chair Knowledge)
- Uwe Düsterwald (BASF, Germany, Co-chair Collaboration)
- Jonathan Sexton (Sun Chemical, France, Co-chair Advocacy)
- Jens von der Brügggen (Schreiner Group, Germany)
- Uwe Boerner (Gallus, Switzerland)

In the course of 2023, FINAT will announce further candidates to fill the present vacancies.

FINAT President Philippe Voet (who was re-elected for a second term) comments: “In today’s pressing business environment, it is of critical importance that associations like FINAT are responsive to the needs and challenges of their members. With this new structure, we aim to combine the vision, know-how and experience of business leaders along the value chain with the operational excellence and agility of the workstream leaders and our professional partners. I am very pleased with the momentum that was created during the Committee Summits of last February and here in Vienna prior to the European Label Forum. I am looking forward to continue this momentum and work together as an industry on the goals and deliverables we have set for the coming years.” ■

Un'esposizione da ricordare

Conclusa l'edizione 2023 di Packaging Première e PCD Milan

Si è conclusa l'edizione 2023 di Packaging Première e PCD Milan, l'esposizione selettiva che delinea il futuro e anticipa le nuove tendenze nel packaging deluxe per i settori fashion, beauty, jewelry, fine food, wine & spirits.

La manifestazione ha registrato l'accesso di oltre 7850 visitatori, che hanno potuto scoprire le ultime novità di oltre 300 espositori – provenienti da Italia, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito, Stati Uniti, Bulgaria, Finlandia, Cina e Grecia – e seguire il ricco palinsesto di 18 conferenze che hanno trattato temi quali l'intelligenza artificiale e il Metaverso, la sostenibilità in ambito cosmetico da un punto di vista di packaging e formulazioni, l'esperienza olfattiva, il mondo del quality delivery nel food & gifting, per citarne alcuni. Du-

rante i tre giorni si sono alternati speaker di rilievo, esperti del settore come Evelio Mattos, Diana Verde Nieto, Jacques Heintz, Eva Lagarde, Riccardo Taverna, Rossella Muroli, Marco Piccolo Reynaldi e top brand nazionali e internazionali come Beautystreams, Nashi Argan, Banfi, Coty, Acetaia Giusti, Comfort Zone, Cantine San Marzano, Impersive, Martesana, Panino Giusto, Cosaporto e Culti Milano.

“Siamo particolarmente orgogliosi di questa edizione di Packaging Première e PCD Milan, che ha visto un'importante affluenza di visitatori, interessati non solo a scoprire le novità e le tendenze del settore ma anche a trovare una costante fonte di ispirazione creativa, confermando il ruolo leader della

www.packagingpremiere.it





manifestazione all'interno del mercato italiano", ha dichiarato Pier Paolo Ponzia, Founder e Director di Packaging Première.

Nell'Art Gallery, prologo al percorso espositivo e realizzata in collaborazione con ILLUSTRISTI FESTIVAL, il festival dell'illustrazione italiana, erano presenti le opere di dieci artisti – Davide Bonazzi, Johnatan Calugi, Camilla Falsini, Luca Font, Elisa Macellari, Gloria Pizzilli, Irene Rinaldi, Lucio Schiavon, Van Orton, Cinzia Zenocchini – selezionati da Francesco Poroli, Direttore Artistico di ILLUSTRISTI e autore dell'immagine coordinata di Packaging Première e PCD Milan 2023. Le ottanta illustrazioni hanno portato i visitatori in un'esperienza all'insegna dell'arte e della creatività, elementi che si sono ri-

trovati nel packaging dei prodotti esposti all'interno della manifestazione. Le opere, oltre ad essere ammirate, potevano essere anche acquistate.

Innovazione e sostenibilità, i temi principali dell'edizione, sono stati applicati anche alle modalità con cui reperire informazioni sugli espositori e il loro prodotti: avvicinando facilmente il proprio smart badge ad un lettore dedicato potevano ricevere via mail le informazioni richieste. I segnali e le indicazioni solitamente realizzate in forex, materiale plastico costituito da PVC, sono state realizzate in cartone ondulato sostenibile e tutta la carta utilizzata per inviti e cataloghi era certificata FSC.

Grazie alla collaborazione con Montecolino – azienda leader a livello europeo per

la produzione di pavimentazioni, rivestimenti e materiali tessili per uso industriale e residenziale – la moquette utilizzata per la manifestazione è stata raccolta al termine dell'evento e portata in un centro logistico limitrofo ai padiglioni, pressata in balle e smistata in centri altrettanto vicini per la lavorazione plastica.

Per ridurre l'utilizzo di bottigliette di plastica durante l'evento, Packaging Première – in collaborazione con P&P Promotion, Valtenna, Fontanagrafica, Carlo Gasperini e Oropress – ha realizzato delle borracce in edizione limitata, parte del progetto Water Bottle, personalizzate con l'illustrazione di Francesco Poroli. Le borracce potevano essere acquistate durante la manifestazione e riempite nei diversi distributori di acqua gratuita all'interno del padiglione, allestiti insieme a Corvasce.

Grande successo per l'iniziativa speciale Avant Garde, che ha coinvolto direttamente gli espositori, invitandoli a realizzare prodotti o servizi meritevoli in termini di innovazione, sostenibilità, sviluppo tecnologico, digitalizzazione, design e capacità di elevare il brand value. Oltre 20 i progetti esposti, tra i quali si sono distinti James Cropper per Maison Perrier-Jouët (COLOURFORM, una nuova soluzione di packaging sostenibile dal peso piuma pensato per le confezioni regalo), INCA con una proposta beauty sostenibile per Collistar (un rossetto dal packaging eco-designed composto da base e cappuccio in polipropilene senza carbon black, completato da meccanismo in alluminio ricaricabile) e Robilant per myCordenons – Fedrigoni Group con il progetto myPower Kit (che ridefinisce il concetto di catalogo, superando il classico e pesante "librone" con le mazzette carte e colori, per diventare uno strumento agile, smart, leggero e sempre funzionale).

Packaging Première e PCD Milan è stato supportato da: Camera Buyer Italia, Corvasce, Efarm Group, Etinastro, Gugliermetto Experience, Integra Fragrances, Lucifero Illuminazione, San Marzano Wines, Cosaporto, Martesana, Panino Giusto, Birrificio 620 Passi, D'Auria, Gruppo Cordenons, Artegraf, Carlo Gasperini, Luxury Print Technology, Vimer, Fontana Grafica, Macropix, Oropress, P&P Promotion, Valtenna. ■



An exhibition to remember

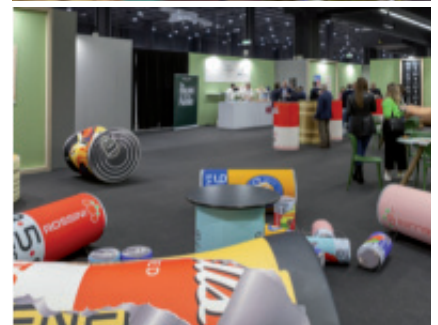
The 2023 edition of Packaging Première and PCD Milan has come to an end

www.packagingpremiere.it

The 2023 edition of Packaging Première and PCD Milan, the selective exhibition that outlines the future and anticipates new trends in deluxe packaging for the fashion, beauty, jewellery, fine food, wine & spirits sectors, has come to an end.

The event was attended by over 7850 visitors, who were able to discover the latest innovations from over 300 exhibitors – from Italy, France, Germany, Spain, the United Kingdom, the United States, Bulgaria, Finland, China and Greece – and follow the rich programme of 18 conferences that dealt with topics such as artificial intelligence and the Metaverse, sustainability in cosmetics from a packaging and formulation point of view, the olfactory experience, and the world of quality delivery in food & gifting, to name but a few. During the three days there were important speakers, experts in the sector such as Evelio Mattos, Diana Verde Nieto, Jacques Heintz, Eva Lagarde, Riccardo Taverna, Rossella Muroli, Marco Piccolo Reynaldi and top national and international brands such as Beautystreams, Nashi Argan, Banfi, Coty, Acetaia Giusti, Comfort Zone, Cantine San Marzano, Impersive, Martesana, Panino Giusto, Cosaporto, Culti Milano and more.

“We are particularly proud of this edition of Packaging Première and PCD Milan, which saw an important turnout of visitors, interested not only in discovering the latest news and trends in the sector but also in finding a constant source of creative inspiration, confirming the event’s leading role within the Italian market,” said Pier Paolo Ponchia, Founder and Director of Packaging Première.



The Art Gallery, a prologue to the exhibition itinerary and realised in collaboration with ILLUSTRIST FESTIVAL, the festival of Italian illustration, featured the works of ten artists – Davide Bonazzi, Johnatan Calugi, Camilla Falsini, Luca Font, Elisa Macellari, Gloria Pizzilli, Irene Rinaldi, Lucio Schiavon, Van Orton, Cinzia Zenocchini – selected by Francesco Poroli, Artistic Director of ILLUSTRIST and author of the coordinated image of Packaging Première and PCD Milan 2023.

The eighty illustrations took visitors on an experience of art and creativity, elements that could be found in the packaging of the products exhibited at the event. As well as being admired, the works could also be purchased.

Innovation and sustainability, the main themes of the edition, were also applied to the way in which information on exhibitors and their products could be found: by easily approaching their smart badge to a dedicated reader they could receive the required information by e-mail.

Signs and signs usually made of forex, a plastic material consisting of PVC, were made of sustainable corrugated cardboard and all paper used for invitations and catalogues was FSC certified.

Thanks to the cooperation with Montecolino – a leading European manufacturer of flooring, upholstery and textile materials for industrial and residential use – the carpeting used for the event was collected at the end of the event and taken to a logistics centre close to the pavilions, pressed into bales and sorted in equally close centres for plastic processing. In order to reduce the use of plastic bottles

during the event, Packaging Première – in collaboration with P&P Promotion, Valtenna, Fontanagrafica, Carlo Gasperini and Oropress – created limited edition water bottles, part of the Water Bottle project, customised with an illustration by Francesco Poroli. The water bottles could be purchased during the event and filled at the various free water dispensers inside the pavilion, set up together with Corvasce.

Great success for the special Avant Garde initiative, which directly involved the exhibitors, inviting them to realise products or services worthy in terms of innovation, sustainability, technological development, digitalisation, design and ability to raise brand value. More than 20 projects were exhibited, including James Cropper for Maison Perrier-Jouët (COLOURFORM, a new featherweight sustainable packaging solution designed for gift packaging), INCA with a

sustainable beauty proposal for Collistar (an eco-designed packaging lipstick composed of a carbon black polypropylene base and cap, completed by a rechargeable aluminium mechanism) and Robilant for myCordenons – Fedrigoni Group with the myPower Kit project (which redefines the concept of the catalogue, overcoming the classic and heavy “big book” with bundles of papers and colours, to become an agile, smart, light and always functional tool).

Packaging Première and PCD Milan was supported by: Camera Buyer Italia, Corvasce, Efarm Group, Etinastro, Gugliemmetto Experience, Integra Fragrances, Lucifero Illuminazione, San Marzano Wines, Cosaporto, Martesana, Panino Giusto, Birrificio 620 Passi, D’Auria, Gruppo Cordenons, Artegraf, Carlo Gasperini, Luxury Print Technology, Vimer, Fontana Grafica, Macropix, Oropress, P&P Promotion, Valtenna. ■



11 - 14 September • Brussels

**LABELXPO
EUROPE 2023**

www.labelexpo-europe.com

**Con le nostre pubblicazioni
F&C Magazine e Stampare Vi attendiamo
al nostro stand 11F31 pad. 11**

**With our publications F&C Magazine
and Stampare We are waiting for you
at our stand 11F31 hall 11**

PhotoStudio Vercammen

Focus tecnologie UV LED: massima integrazione

NEOS: tutto pronto
per la partecipazione
agli UV-Days
del gruppo IST METZ

www.neoslab.it

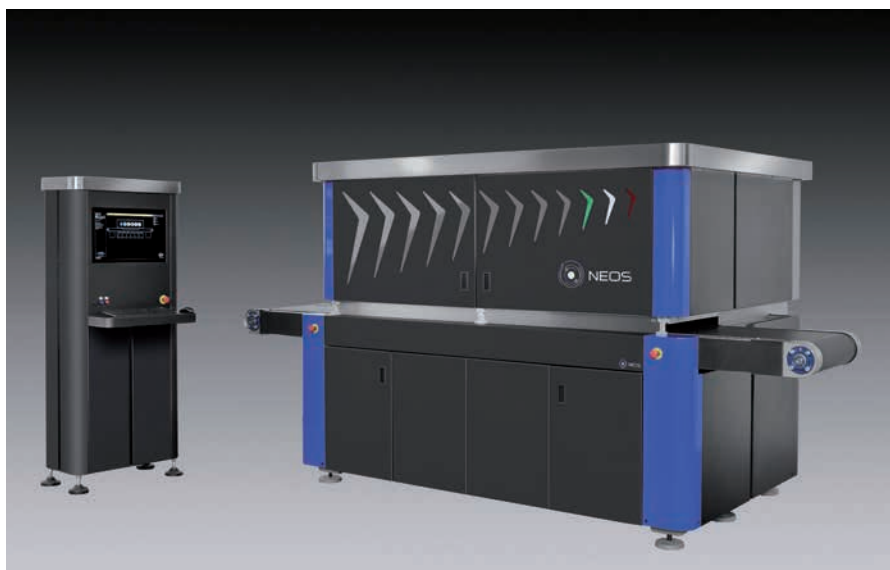
Dopo la recente partecipazione a Metpack e Ligna 2023, un nuovo e importante appuntamento internazionale per NEOS è alle porte. Cogliendo l'invito di IST INTECH, uno dei suoi fornitori di lampade UV LED e organizzatore dell'evento, NEOS parteciperà all'undicesima edizione degli IST UV-Days, iniziativa in programma dal 4 al 6 luglio 2023 a Nürtingen, in Germania.

In qualità di leader a livello mondiale di tecnologia di polimerizzazione UV all'avanguardia per le arti grafiche e le applicazioni industriali che utilizzano luce ultravioletta (UV), il Gruppo IST METZ

ha creduto in questo evento sin dalle sue origini e l'ha supportato fino a farlo diventare un appuntamento di assoluto rilievo internazionale dedicato alle tecnologie UV ARC e UV LED. Nata nel 2002, infatti, la manifestazione si è evoluta nel corso degli anni, coinvolgendo visitatori da tutto il mondo interessati a trovare un'occasione di incontro e di scambio attraverso presentazioni, workshop e dimostrazioni. Questa edizione ospiterà 55 espositori, tra cui spicca per la prima volta NEOS con le sue stampanti inkjet a uso industriale. All'open house sono attesi più di un migliaio di visitatori provenienti da ben 41 Paesi.



Neos HMI



Fighter F-BELT



Bombardier B-BELT modulo

Base Acqua e con un'ampia gamma di accessori per l'asciugatura e la reticolazione degli inchiostri e dei trattamenti superficiali, la Neos Fighter è una macchina da stampa digitale di altissima qualità, con velocità fino a 120 m/min e configurazioni fino a 12 slot colore / pinning. Ideale per materiali rigidi o semirigidi con spessore fino a 50 mm in virtù del trasporto di tipo nastro aspirato, la macchina assicura la massima flessibilità possibile, ultra-affidabilità, tempi di preparazione alla stampa ridotti con possibilità di accodare diversi progetti contemporaneamente ed eseguirli in sequenza. Questa particolare tipologia di stampante è in grado di soddisfare diverse applicazioni su stampa di metalli, superfici in plastica nell'industria del décor, stampa di libri, advertising e tanto altro, riuscendo a lavorare su molteplici supporti quali film plastici, pannelli melaminici, alluminio, carta e legno.

L'altra soluzione in mostra, il modulo di Bombardier B-BELT, è caratterizzato da flessibilità, qualità, velocità e modularità. Grazie all'utilizzo delle più moderne testine di stampa con software ed elettronica dedicati, tutti made in NEOS, garantisce ottima qualità di stampa. Con una velocità di produzione fino a 120 m/min (con possibilità di aumentare a 150); offre fronti di stampa da 600 a 2250 mm e una risoluzione da 600DPI a 1200DPI.

Due soluzioni entrambe estremamente versatili, installabili in diverse linee produttive grazie ad un team iper-specializzato e abituato a progettare tenendo conto di ogni esigenza e ogni dispositivo. Un approccio customizzato e l'alto livello tecnologico degno delle più moderne linee produttive, consentirà all'azienda, con sede a Modena, di distinguersi nel panorama internazionale per la qualità dei suoi prodotti e per i vantaggi del digitale in termini di flessibilità di utilizzo, risparmio di energia, materiale e di tempo, caratteristiche esaltate al massimo in tutte le soluzioni tecnologiche di NEOS.

Inoltre, non mancheranno momenti dedicati al focus dell'open house e quindi al sistema di polimerizzazione UV LED di IST INTECH, le cui caratteristiche sono state accentuate e valorizzate dal team NEOS nell'integrazione con la tecnologia di stampa NEOS. ■

NEOS e il suo team saranno, infatti, presenti con due soluzioni all'avanguardia, già presentate nei mesi scorsi in occasione di Ligna e Metpack: la Fighter F-BELT e la Bombardier B-BELT.

L'azienda italiana è entusiasta di poter mostrare a un nuovo pubblico il suo indiscutibile bagaglio di esperienza nello sviluppo, progettazione e realizzazione di stampanti digitali inkjet adattabili a molteplici esigenze produttive e rese ancor più performanti dall'utilizzo di inchiostri totalmente tailor made e da un sistema di

sione integrato per la compensazione degli ugelli persi e il controllo del banding in modo rapido e puntuale.

Un lavoro di ricerca continua che verrà messo in risalto anche con approfondimenti dedicati al sistema di gestione del colore unico di NEOS e all'insieme di strumenti software creati per garantire uniformità di cromia tra i diversi dispositivi.

In occasione dell'open house, i fari saranno puntati sulla Neos Fighter F-BELT. Compatibile con inchiostri UV LED e a

Focus on **UV LED technologies:** *maximum integration*

Neos: all set for participation at the UV-Days of the IST METZ group



HOPE TO
SEE YOU AT

**UV DAYS
2023**
04TH - 06TH OF JULY

NÜRTINGEN,
GERMANY

 **IST INTECH**
UV LED CURING SPECIALISTS



www.neoslab.it

F&C
magazine

After the recent participation in Metpack and Ligna 2023, a new and important international appointment for NEOS is coming. Taking up the invitation of IST INTECH, one of its UV LED lamp suppliers and organizer of

the event, NEOS will participate in the eleventh edition of IST UV-Days, an initiative scheduled from 4 to 6 July 2023 in Nürtingen, Germany. As the world's leading UV curing technology provider for graphic arts and industrial applications using ultraviolet (UV)-light, the

IST METZ Group has believed in this fair since its inception and has supported it to become an event of absolute international importance dedicated to UV ARC and UV LED technologies.

Born in 2002, in fact, the event has evolved over the years, involving visitors from all over the world interested in finding an opportunity to meet and exchange through presentations, workshops and demonstrations.

This edition will host 55 exhibitors, including NEOS and its inkjet printers for industrial use for the first time, and more than a thousand visitors from 41 countries are expected.

NEOS and its team will be present with two cutting-edge solutions, already presented and in recent months at Ligna and Metpack: the Fighter F-BELT and the Bombardier B-BELT.

The Italian company is enthusiastic about showing a new audience its indisputable wealth of experience in the development, design and manufacture of digital inkjet printers adaptable to many production needs and made even more performing by the use of totally tailor-made inks and an integrated vision system for fast and timely lost-nozzle-compensation and banding control.

A continuous research work that will also be highlighted with insights dedicated to the unique color management system of NEOS and to the set of software tools created to ensure uniformity of color between the different devices.

At the open house, the spotlight will be on the Neos Fighter F-BELT. Compatible with Water-Based and UV LED inks and with a wide range of accessories for drying and cross-linking inks and surface treatments. The Neos Fighter is a digital press of the highest quality, with speeds up to 120 m/min and configurations up to 12 color / pinning slots. Ideal for rigid or semi-rigid materials with a thickness of up to 50 mm by virtue of the conveyance of the vacuumed belt type, the machine ensures the maximum possible flexibility, ultrareliability, reduced preparation times for printing with the possibility of queueing several projects simultaneously and executing them in sequence. This particular type of printer is able to satisfy different applications on metal printing, plastic surfaces in the décor industry, book printing, advertising and much more, managing to work on multiple supports such as plastic films, melamine panels, aluminum, paper and wood. The other solution on display, the Bombardier B-BELT module, is

characterized by flexibility, quality, speed and modularity. Thanks to the use of the most modern print heads with dedicated software and electronics, all made in NEOS, guarantees excellent print quality. With a production speed of up to 120 m/min (with the possibility of increasing to 150); it offers print fronts from 600 to 2250 mm and a resolution from 600DPI to 1200DPI.

Two solutions both extremely versatile, which can be installed in different production lines thanks to a hyper-specialized team used to designing taking into account every need and every device. A customized approach and the high technological level worthy of the most modern production lines, will allow the company, based in Modena, to stand out on the international scene for the quality of its products and for the advantages of digital in terms of flexibility of use, saving energy, material and time, features enhanced to the maximum in all NEOS technological solutions.

In addition, there will be moments dedicated to the focus of the open house and therefore to the IST INTECH UV LED Curing system, the features of which have been accentuated and enhanced by the NEOS team when integrating it onto their NEOS print platform. ■

F & C
Flexogravure & Converting

Stampare e F&C Magazine:
DUE RIVISTE CHE COPRONO L'INTERO SETTORE DELLA STAMPA E DEL CONVERTING

Stampare Magazine
STAMPARE

www.fcmmagazine.it
www.stampare-magazine.it

Nuovo capitolo di un successo globale

Labelexpo Europe si sposta a Barcellona nel 2025

Tarsus Group, organizzatore di Labelexpo Global Series, ha annunciato che Labelexpo Europe si sposterà dall'attuale sede di Brussels Expo a Fira de Barcellona per l'edizione 2025. Il trasferimento non influisce sull'imminente Labelexpo Europe 2023, che si svolgerà come previsto all'Expo di Bruxelles dall'11 al 14 settembre.

Il trasferimento a Barcellona nel 2025 avviene dopo un'ampia consultazione con gli operatori del settore delle etichette e sfrutta le eccellenti strutture di Fira e della città di Barcellona.

“I vantaggi sia per gli espositori che per i visitatori nel trasferire Labelexpo Europe a Barcellona sono evidenti – ha dichiarato Jade Grace, portfolio director di Labelexpo Global Series –. Abbiamo

raggiunto la capacità massima all'Expo di Bruxelles e lo spostamento a Fira annuncia la prossima fase di crescita di Labelexpo Europe. I padiglioni più grandi favoriscono un flusso più agevole di visitatori all'interno della fiera e l'infrastruttura si presta alle esigenze tecniche dei nostri espositori. I moderni padiglioni sono dotati di un sistema di ventilazione per il ricambio continuo dell'aria e il wifi veloce e gratuito può collegare fino a 128.000 utenti contemporaneamente. Sono disponibili ampie opzioni di ristorazione e la sede ha un forte impegno per l'energia verde e la sostenibilità: la Fira ha oltre 25.000 pannelli solari installati sul tetto”.

Fira de Barcelona è ben posizionata per accedere comodamente alla città di Barcellona con i suoi hotel, ristoranti e strutture

www.labelexpo-europe.com



turistiche di livello mondiale. Barcellona offre più di 40.000 camere d'albergo, il doppio di quelle attualmente disponibili a Bruxelles. L'organizzatore ha già confermato la prenotazione del blocco alberghiero con sconti.

La sede è a 15 minuti di auto dall'aeroporto internazionale e si trova su due linee della metropolitana; per chi si reca al salone in auto ci sono 4.800 posti auto.

Christoph Tessmar, direttore del Barcellona Convention Bureau, ha commentato:

“Siamo grati a Labelexpo per aver scelto Barcellona per il suo evento di punta! Non vediamo l'ora di ospitare una fiera così importante nel 2025. Tutti i partner della città contribuiranno a rendere l'evento un grande successo. Diamo il benvenuto a Barcellona all'industria delle etichette e degli imballaggi”.

Lisa Milburn, direttore del gruppo Tarsus, ha commentato: **“Guarderemo sempre con affetto agli anni trascorsi a**

Bruxelles, dove Labelexpo è cresciuta fino a diventare la fiera leader mondiale che è oggi. Il trasferimento a Barcellona si basa su questo patrimonio e dà a Labelexpo Europe lo spazio necessario per la crescita futura. La straordinaria sede della Fira de Barcelona e l'impegno della città di Barcellona per il successo della manifestazione, faranno sì che Labelexpo Europe continui a mantenere il suo posto come evento leader a livello mondiale per l'industria della stampa di etichette e imballaggi”. ■

DAL 1973

50 ANNI DI ATTIVITÀ

INCISORIA BAROLI

CLICHÉ
in
OTTONE, MAGNESIO, GOMMA SILICONICA

VIA CANDOGLIA 11/A 20161 MILANO
TEL. 02 6466636

incisoria@baroli.it - incisoriabaroli@libero.it - incisoriabaroli@gmail.com

www.baroli.it

f i in

New chapter of a **global success**

Labelexpo Europe moves
to Barcelona in 2025

www.labelexpo-europe.com

Tarsus Group, organizer of the Labelexpo Global Series, has announced that Labelexpo Europe will move from its current location at Brussels Expo to Barcelona Fira for the 2025 edition. The move does not affect the upcoming Labelexpo Europe 2023, which will go ahead as planned at Brussels Expo 11-14 September. The move to Barcelona in 2025 comes after extensive consultation with label industry stakeholders and takes advantage of the excellent facilities both at the Fira venue and in the city of Barcelona.

“The benefits for both our exhibitors and visitors in moving Labelexpo Europe to Barcelona are clear – said Jade Grace, portfolio director at Labelexpo Global Series –. We have reached maximum capacity at Brussels Expo, and the Fira heralds the next phase for Labelexpo Europe’s growth. The bigger halls promote an easier flow of visitors around the show and the infrastructure lends itself to the technical needs of our exhibitors. The modern halls are equipped with a ventilation system to continuously replenish the air and the fast, complimentary wifi can link up to 128,000 concurrent users. There are extensive catering options and the venue has a strong commitment to green energy and sustainability – the Fira has over 25,000 solar panels installed on the roof.”

Fira de Barcelona is well situated for convenient access to the city of Barcelona with its world-class hotels, restaurants and tourist facilities. Barcelona offers more than 40,000 hotel rooms, estimated to be double that currently available in Brussels. Hotel block



booking with discounts has already been confirmed by the organizer. The venue is a 15-minute drive from the international airport and is located on two metro lines, for those travelling to the show by car there are 4,800 parking places on site.

Christoph Tessmar, director Barcelona Convention Bureau, commented, “We are grateful to Labelexpo for choosing Barcelona for their flagship show! We look forward to hosting such an important event in 2025. All city partners will help in making the event a huge success. We welcome the labels and package printing industry to Barcelona!”

Commented Lisa Milburn, group director of Tarsus, “We will always look back with fondness at the years we spent in Brussels, where Labelexpo grew into the world-leading exhibition it is today. The move to Barcelona will build on that heritage and gives Labelexpo Europe the room it needs for future growth. The amazing Fira de Barcelona venue, and the commitment of Barcelona City to make the show a success, will ensure that Labelexpo Europe continues to hold its place as the world’s leading event for the labels and package printing industries.” ■

9 PADIGLIONI ○ 4 GIORNI ○ CENTINAIA DI DIMOSTRAZIONI DAL VIVO

I MODERNI EROI DELLA STAMPA

11-14 SETTEMBRE 2023 ○ BRUSSELS EXPO

Il prossimo settembre, vivete un'esperienza a tu per tu con i grandi al Labelexpo Europe 2023, la più ampia offerta di tecnologie nella storia delle etichette.

Ogni padiglione e spazio espositivo mostrerà un assaggio del futuro della stampa. Partecipate a centinaia di dimostrazioni dal vivo per vedere il funzionamento di macchinari rivoluzionari ed il lancio di prodotti innovativi ideati dai produttori leader nel settore.

Innovazione, precisione, velocità e creatività: scopritele tutte al Labelexpo Europe 2023. La fiera che definisce i nuovi standard internazionali.



**LABELXPO
EUROPE 2023**

SCOPRITE TUTTO QUANTO C'È DI LEGGENDARIO: WWW.LABELXPO-EUROPE.COM

Soluzione di **etichettatura** **trasformativa**

Actega e Makro Labelling
uniscono le forze per
consolidare la tecnologia
di etichette Signite sul mercato



www.actega.com

F&C
magazine

ACTEGA, azienda produttrice di vernici speciali, inchiostri, adesivi e sigillanti per l'industria della stampa e del packaging, ha annunciato un accordo di collaborazione con Makro Labelling. Il partenariato si propone di accelerare lo sviluppo e la fornitura di applicatori per contenitori da usare con Signite, una tecnologia di decorazione sostenibile largamente riconosciuta da ti-

tolari di marchi e dal settore dell'etichettatura come una delle tecnologie potenzialmente più trasformativa e progressive degli ultimi anni.

Le etichette Signite rappresentano una soluzione di decorazione sostenibile e all'avanguardia, che permette a brand e convertitori di ridurre significativamente gli sprechi, concedendo al contempo una maggiore flessibilità di progettazione e possibilità di riciclo e riutilizzo. L'anno

scorso, Signite di ACTEGA è stata insignita del Premio per l'innovazione ai Label Industry Global Awards. Questo prestigioso riconoscimento ha dato testimonianza del potenziale della tecnologia nell'offrire un connubio perfetto tra gli standard di qualità richiesti da marchi e convertitori e molteplici miglioramenti di importanza sempre più rilevante del ciclo di vita dei prodotti.

Per sfruttare i benefici offerti dalle etichette Signite, sono necessari applicatori modificati basati sulle tradizionali etichettatrici sensibili alla pressione.

ACTEGA ha sviluppato e prodotto internamente macchine applicatrici a bassa velocità ideali per liquori artigianali, vini, birre artigianali e altri mercati simili. Tuttavia, la fase successiva dello sviluppo delle macchine e della diffusione sul mercato di Signite richiede l'expertise e la portata, ma anche l'assistenza e il sup-

porto futuro, di un partner OEM dinamico e lungimirante.

A tal fine, Makro Labelling ha acconsentito a collaborare sul design, sulla produzione e sulla fornitura di etichettatrici rotative a bassa e media velocità, concentrandosi inizialmente su modelli con una velocità di applicazione di 100-400 contenitori al minuto.

“A partire dal nostro contatto iniziale fino all'accordo attuale, il nostro rapporto con Makro ha seguito un percorso dinamico, pragmatico e fortemente coinvolgente. Non vediamo l'ora di offrire gli applicatori Signite di tipo rotativo a media velocità ai primi utenti nel corso di quest'anno e siamo particolarmente entusiasti della nostra associazione con Makro Labelling” ha affermato Grant Schutte, Vicepresidente di Signite.

“Makro Labelling vanta una comprovata esperienza come azienda lungimirante, innovativa e fortemente orientata ai clienti. Non è sorprendente, quindi, che abbiamo scelto Signite come soluzione di etichettatura potenzialmente trasformativa, che mette a disposizione dei titolari di marchi lo strumento ideale per soddisfare a pieno i loro obiettivi di sostenibilità. Siamo lieti di collaborare con ACTEGA per ampliare l'accesso alla tecnologia attraverso le nostre piattaforme di etichettatura e la presenza sul mercato. I potenziali clienti per gli applicatori appartengono a un mercato ben noto a Makro. Inoltre, grazie alla nostra recente acquisizione di Sidel Group, è entusiasmante vedere la potenziale direzione futura di Signite” ha concluso Simone Marcantoni, Amministratore Delegato di Makro Labelling. ■

CONNECT YOUR BUSINESS

Non importa se vi sentite più a vostro agio con una modalità di produzione convenzionale piuttosto che digitale: mettete subito in rete i vostri sistemi e beneficiate dei nuovi modelli di business. In qualità di specialista di collegamenti in rete, Muller Martini ha la soluzione giusta per voi.

mullermartini.com

Your strong partner.

MÜLLER MARTINI



Transformative labelling solution

Actega and Makro Labelling join forces to take market adoption of labels Signite technology to the next level

ACTEGA, manufacturer of specialty coatings, inks, adhesives and sealing compounds for the print and packaging industry, has announced a collaborative agreement with Makro Labelling. The partnership aims to accelerate the development and supply of container application machines for Signite – a sustainable decoration technology which has been widely recognized by brand owners and the labelling industry as one of the most potentially transformative and progressive technologies to be developed in recent years.

Signite labels are a pioneering sustainable decoration solution that enables brands and converters to significantly reduce waste, while providing expanded design flexibility, recyclability and reuse possibilities. Last year, ACTEGA Signite was honored with The Label Industry Global Awards' Award for Innovation. Achieving this prestigious industry accolade acknowledged that this technology has the potential to combine the quality standards required by brands and converters with numerous, increasingly crucial, product life cycle improvements. In order for the benefits of Signite labels to be employed, modified applicator machines based on traditional pressure sensitive labelers are required. Low-speed applicators suitable for craft spirits, wines, craft beer and other similar markets have been developed and manufactured in-house

by ACTEGA. The next phase of machine development and market adoption for Signite, however, requires the expertise and scale, as well as future service and support, of a forward-looking, dynamic OEM label machine partner. Makro Labelling has, to this end, agreed to collaborate on the design, manufacture and supply of low and medium-speed rotary style labelling machines with an initial focus on models that have application speeds in the 100–400 containers per minute range.

“From the initial introduction to our current agreement, our relationship with Makro has developed in a highly engaging, dynamic and pragmatic way. We are looking forward to having the initial medium speed rotary style Signite applicators available for introduction to early adopter brand owners later this year and could not be more pleased to be aligned with Makro Labelling in doing this,” said Grant Schutte, Vice President for Signite.

“Makro Labelling has a significant track record as a forward-looking, innovative and highly customer-focused company. It is not surprising then that we identified Signite as a potentially transformative labelling solution that provides brand owners with a means to really meet their sustainability goals. We are pleased to align with ACTEGA to expand access to the technology through our labelling machine platforms and market presence. The current targets for applicators are in the historical sweet spot for Makro. Additionally, with our recent acquisition by Sidel Group, it is exciting to see where Signite can go next,” concluded Simone Marcantoni, Managing Director at Makro Labelling. ■

www.actega.com

ACTEGA and Makro Labelling partner together to enhance the market adoption of Signite Technology

F&C
magazine



Appuntamenti Fieristici e Convegni

2023



2024



5 - 8 settembre
Milano

Fiera internazionale per l'industria
delle materie plastiche e gomma

www.plastonline.org

LUXEPACK
MONACO

The premier tradeshow for creative packaging*

2 - 4 ottobre
Monaco

Fiera internazionale
del packaging creativo

www.luxepackmonaco.com



LABELEXPO
EUROPE

11 - 14 settembre
Bruxelles

Fiera internazionale per l'industria
della stampa di etichette
e imballaggi

www.labelexpo-europe.com



4 - 6 ottobre
Milano - Rho

Fiera
della comunicazione
visiva

www.viscomitalia.it



28 maggio - 7 giugno
Düsseldorf

Fiera internazionale dei media,
editoria e converting

www.drupa.com

2025

PACKAGING PREMIÈRE

21 - 23 maggio 2024
Milano

Esposizione per il mondo
del luxury
e del beauty packaging

www.packagingpremiere.it



18 - 20 settembre
Dubai

Fiera internazionale
per l'industria
di segnaletica, grafica e imaging

www.signmiddleeast.com



11 - 14 ottobre
Istanbul

Fiera internazionale
dell'industria
dell'imballaggio

www.packagingfair.com



21 - 22 settembre
Siviglia

Congresso dell'industria
del cartone pieghevole

www.ecma.org

formnext

7 - 10 novembre
Francoforte

Fiera sulla manifattura additiva
e sulle tecnologie per la produzione
industriale intelligente

www.messefrankfurt.it

PRINT4ALL

27 - 30 maggio
Milano - Rho

Fiera internazionale
dei media,
editoria e converting

www.print4all.it

Pulizia automatica delle lastre da stampa

Ogni 3 minuti e fino a 30 lastre senza intervento dell'operatore, in un unico ingombro e con il minimo consumo di acqua e detergente



www.in2flexo.it

In2flexo, azienda che sviluppa soluzioni complete per il settore della flessografia, lancia MULTICLICK: un pulitore automatico di lastre da stampa destinato al mercato del cartone ondulato. Consente di pulire più cliché senza l'intervento dell'operatore, con risultati ottimali e un consumo ridotto di detergente e acqua.

“Con MULTICLICK, In2flexo continua la sua tradizione di innovazione nel mondo della flessografia – ha dichiarato Niels Gerrits, CEO di In2flexo –. MULTICLICK è stato sviluppato come riconoscimento della richiesta di maggiore automazione per ridurre i tempi

di ciclo e aumentare la redditività delle operazioni di flessografia, nonché in considerazione degli obiettivi ambientali che guidano il mercato del cartone ondulato”.

Carico e scarico automatico

MULTICLICK consente di risparmiare tempo, in quanto permette di caricare, scaricare e pulire automaticamente fino a 30 lastre di stampa senza l'intervento dell'operatore, cioè si risparmiano, in media, 2 minuti a cliché. Grazie a questo risparmio e alla riduzione del consumo di detersivi e acqua, il ritorno dell'investimento è di circa due anni.

Maggiore sostenibilità grazie al consumo minimo di acqua e detergenti

MULTICLICK offre una pulizia/asciugatura con un consumo minimo di acqua e detergente (ricircolo), rendendola una soluzione molto efficiente e sostenibile. I parametri per la diluizione e il riutilizzo del detergente possono essere modificati per adattarli alle esigenze di ciascun cliente, che si tratti di inchiostri ad asciugatura rapida, inchiostri bicomponenti, ecc.

Minori costi di manutenzione

Un altro fattore importante è che, grazie a MULTICLICK, il rischio di danneggiare

una lastra di stampa è ridotto al minimo. Inoltre, mantenendo i cliché puliti e asciutti durante l'uso continuo, si possono evitare i fermi macchina dovuti a una lastra in cattive condizioni.

Lastre pulite e asciutte

La qualità della pulizia si distingue con MULTICLICK, in quanto i cliché escono perfettamente puliti e asciutti, pronti per essere immagazzinati e preparati per la successiva tiratura.

Facilità di utilizzo

MULTICLICK è dotato di un touch screen che consente di selezionare in

modo semplice e veloce i cliché da pulire, la velocità e il livello di consumo di detergente e acqua.

Garanzia e finanziamento facilitano la decisione d'acquisto

MULTICLICK è realizzato in acciaio inossidabile, con componenti elettrici di alta qualità e viene fornito con una garanzia di 24 mesi.

Inoltre, è possibile acquistare l'apparecchiatura con un finanziamento da 2 a 5 anni, insieme all'acquisto del detersivo, con un contratto all-inclusive (macchina, assistenza tecnica, detersivo, ecc.). ■

F&C Magazine e Stampare: Due riviste che coprono l'intero settore della stampa e del converting



11 - 14 September • Brussels

**LABELXPO
EUROPE 2023**

www.labelexpo-europe.com

**Con le nostre pubblicazioni
Vi attendiamo
al nostro stand 11F31 pad. 11**

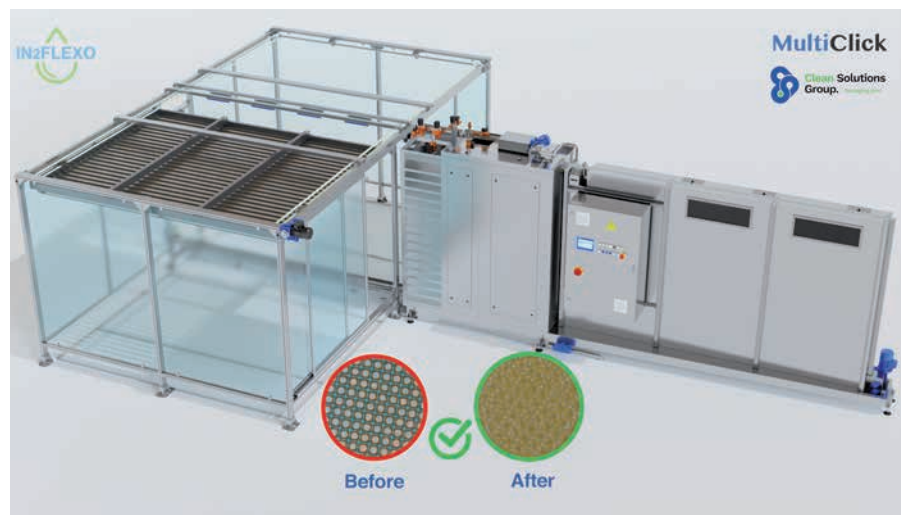
***With our publications
We are waiting for you
at our stand 11F31 hall 11***

Magazine
STAMPARE
TECNOLOGIE DELLA STAMPA E DELLA COMUNICAZIONE

F&C
Flexo Gravure & Converting
magazine

Automatically cleaning printing plates

Every 3 minutes and up to 30 plates without operator intervention, in a single footprint and with minimal consumption of water and detergent



www.in2flexo.it

In2flexo a company that develops comprehensive solutions for the flexography sector, is launching MULTICLICK: an automatic printing plate cleaner aimed at the corrugated cardboard market. It enables multiple printing plates to be cleaned without the need for operator intervention, producing an optimal result with reduced consumption of detergent and water.

“With MULTICLICK, In2flexo continues its heritage of innovation in the world of flexography – said Niels Gerrits, CEO of In2flexo –. MULTICLICK was developed as a recognition of the demand for increased automation to both

reduce cycle time and increase profitability for flexo operations, as well as in consideration of environmental goals that drive the corrugated board market”.

Automatic loading and unloading

MULTICLICK saves time, as it allows for the loading, unloading and automatic cleaning of up to 30 printing plates without operator intervention, meaning that you save, on average, 2 minutes per plate. As a result of this savings, and the reduced consumption of detergent and water, the return on investment is about two years.

Improved sustainability through minimal consumption of water and detergent

MULTICLICK offers cleaning/drying with minimal consumption of water and detergent (recirculation) making it a very efficient and sustainable solution. The parameters for the dilution and re-use of detergent can be modified in order to adapt them to each customer's situation, whether it is for quick-drying inks, two-component inks, etc.

Lower Maintenance costs

Another important factor is that, thanks to MULTICLICK, the risk of damaging a print-

ing plate is minimised. In addition, by keeping the printing plates clean and dry when they are in continuous use, press stoppage due to a plate that is in poor condition can be avoided.

Exceptionally Clean and Dry Plates

The quality of the cleaning stands out with MULTICLICK, as the printing plates come out completely clean and dry, ready to be stored and prepared for the next batch of plates.

Ease of handling

MULTICLICK features a touch screen enabling fast, easy selection of the printing

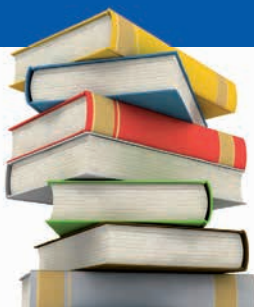
plates that are to be cleaned, as well as the speed, and the consumption level for detergent and water.

Warranty and financing make the purchasing decision easy

MULTICLICK is manufactured in stainless steel, with high quality electrical components and comes with a 24-month warranty.

In addition, it is possible to finance the equipment over 2 to 5 years, along with the purchase of detergent, in an all-inclusive contract (machine, technical assistance, detergent, etc.). ■

AVETE SCRITTO UN LIBRO E VOLETE PUBBLICARLO?



- La nostra casa editrice è attiva nel settore da oltre 55 anni
- Pubblichiamo libri di diverso indirizzo letterario
- Offriamo i servizi necessari: revisione testi e correzione bozze
- Possiamo affiancare allo scrittore un nostro giornalista per il lavoro di stesura del testo

PUBBLICAZIONI EDITE DALLA NOSTRA CASA EDITRICE



Per informazioni mandare una mail a: rffcomunicazione@gmail.com

L'eccellenza dell'industria delle etichette

Risultati del 43° Forum europeo FINAT delle etichette



Jules Lejeune, presidente FINAT

www.finat.com

F&C
magazine

Il settore delle etichette è sopravvissuto alle devastazioni del Covid e all'incertezza creata dal conflitto in Ucraina e prosegue sempre meglio sulla base degli incoraggianti risultati del 2022. Sembra che si stia lentamente tornando a una nuova normalità. Il Concorso FINAT per le etichette mantiene la sua popolarità e si avvicina al suo 50° anniversario grazie, in gran parte, al sostegno della comunità internazionale delle etichette e agli sforzi dello staff FINAT nel gestire il concorso in modo così efficiente. Ogni anno i dettagli di partecipazione vengono ripensati per adeguarsi all'evol-

zione del settore delle etichette. Il comitato organizzatore ha deciso di ridurre il numero delle categorie eliminando il Gruppo Digitale. Il motivo è che un'altissima percentuale di lavori include una componente digitale e si è ritenuto che la stampa digitale debba essere considerata quindi un processo "convenzionale" insieme alle etichette prodotte su macchine da stampa ibride.

La giuria tecnica di esperti comprendeva Tony White (presidente), Murat Sipahioğlu e Steve Wood, coadiuvati da Steven de Cleen di Proud Design Agency, che ha esaminato i lavori dal punto di vista del marketing.

I premi sono stati consegnati il 31 maggio durante la cerimonia di premiazione moderata da Vlad Sljapic durante il FINAT European Label Forum, tenutosi quest'anno a Vienna.

Quest'anno il numero di lavori è leggermente inferiore rispetto al 2022 (222), con 212 lavori provenienti da 47 aziende e 23 Paesi di tutto il mondo. L'Austria tra i partecipanti è il paese con il numero maggiore di lavori presentati, ben 44, seguita dalla Turchia con 20. La categoria con il numero più alto di lavori è stata ancora una volta guidata dai Vini (49), dalle Bevande alcoliche (32) e dai Cosmetici e Set di etichette (16). Il numero di lavori che utilizzano la tecnologia di stampa digitale come processo principale è rimasto piuttosto stabile a 108.

Il migliore in mostra

Il proprietario del marchio del prodotto selezionato dalla giuria come *Best In Show* inaspettatamente si è ritirato.

Vincitori del gruppo

Il vincitore del gruppo *Marketing/Utilizzi finali* è **Çiftsan Label & Packaging Company, Turchia, per Mustafakaya Miracle Rose Water**. Si tratta di un'etichetta luminosa e movimentata, stampata con tecnologia digitale e con molti elementi riflettenti che danno all'etichetta una spinta in più. Ha ottenuto un punteggio elevato dal punto di vista del marketing, "offrendo un ottimo equilibrio di colori,



Çiftsan Label & Packaging Company, Turchia, Mustafakaya Miracle Rose Water

dettagli e arricchimenti". Stampata su una pellicola a base metallica in cinque colori, il valore aggiunto della vernice, della gofratura e della lamina olografica a caldo si sono combinati per produrre un'etichetta degna del premio del Gruppo.

Il premio del Gruppo per il gruppo *Processi di stampa* è stato assegnato anche a **Çiftsan Label & Packaging Company, Turchia, per Shaik Platinum Love Chloé Body Mist**. Questa etichetta si distingue per l'effetto "goccia" dei diamanti che piovono sullo sfondo. L'effetto platino, che si abbina al prodotto, è stato ottenuto con una laminazione soft touch stampata su un film metallizzato in flessografia a cinque colori. Mentre i gioielli sono stati messi in risalto con una lacca parziale, l'effetto visivo è stato esaltato dall'applicazione di un rilievo glitterato sui gioielli. Molti elementi da considerare in questa etichetta ben stampata.



Çiftsan Label & Packaging Company, Turchia, Shaik Platinum Love Chloé Body Mist

Il vincitore del gruppo *Applicazioni non adesive* è stato **Kimoha Entrepreneurs FZCO degli Emirati Arabi Uniti per Bird's Color Sleeve**. Il disegno e i dettagli delle piume di questa etichetta creano un effetto quasi tridimensionale sullo sfondo nero profondo, esaltato dall'uso di un inchiostro metallico; tale è la realtà dell'illustrazione. Per ottenere la profondità dei dettagli è stato utilizzato un retino a 150 lpi. Stampata in digitale a sei colori, è un'etichetta davvero attraente che merita pienamente il premio di gruppo.



Kimoha Entrepreneurs FZCO, Emirati Arabi Uniti, Bird's Color Sleeve

Il gruppo finale *Innovazione e stampa elettronica* incuriosisce sempre la giuria perché, molto spesso, vengono scoperte soluzioni nuove e innovative che utilizzano la tecnologia delle etichette sulla base di un'applicazione ricercata in un settore industriale. Quest'anno non fa eccezione. Anche se per questa particolare applicazione non è stata utilizzata la stampa, rimane la possibilità di utilizzare una funzione di stampa. Il progetto vincitore è stato presentato da **Schreiner Group GmbH & Co. KG dalla Germania per la cover a base di film con guarnizione a compensazione di pressione**. Sono state utilizzate diverse tecnologie basate sulle etichette, tra cui laminazione, distribuzione, taglio e finitura. Questa guarnizione sostituisce un coperchio in plastica stampato a iniezione. La copertura a base di film viene saldata al laser su alloggiamento.



Schreiner Group GmbH & Co. KG, Germania, cover a base di film con guarnizione a compensazione di pressione

menti in plastica per proteggere i componenti elettronici, creando una chiusura impermeabile. La guarnizione di compensazione della pressione consente all'alloggiamento di "respirare" in modo da compensare facilmente le differenze di pressione nell'atmosfera.

I principali vantaggi rispetto allo stampaggio a iniezione sono la riduzione dei costi di attrezzaggio (non è necessario uno stampo a iniezione), la riduzione del prezzo per articolo, la riduzione dei costi di processo, la riduzione del peso e dell'impronta di carbonio.

Un *premio speciale* del giudice è stato assegnato a **Lebone Paarl Labels dal Sudafrica per Neil Ellis West Coast**. A prima vista si trattava di un'altra etichetta ben stampata. Ma a un'analisi più attenta (e leggendo la spiegazione del converter) è emerso che il progetto consisteva in 12 immagini leggermente diverse, ognuna delle quali rappresentava i mesi dell'anno in uno scenario marino (in pratica una lunghezza ripetuta di 12 immagini). Questo risultato può essere ottenuto solo con la tecnologia di stampa digitale. La combinazione di lamina a caldo e goffratura e di una vernice ruvida ad alta resistenza ha dato un effetto "sabbia" unico. Il giudice di marketing ha commentato: "Bella texture (sabbia), bella immagine e grande narrazione". Un concetto interessante, mai visto prima nel concorso di etichette FINAT.



Lebone Paarl Labels, Sudafrica, Neil Ellis West Coast



Multi-Color Italia S.p.A., Italia, Ron Cristóbal Santa Maria Limited Edition 70 cl

Nella categoria *Bevande alcoliche* – Vincitori a pari merito – la vittoria di **Multi-Color Italia S.p.A., Italia per Ron Cristóbal Santa Maria Limited Edition 70 cl**

Etichetta storica raffigurante Cristoforo Colombo e la sua nave Santa Maria. L'intensa scritta nera contrasta piacevolmente con il sobrio sfondo dorato. Il busto di Colombo è evidenziato con vernice lucida serigrafica/goffratura e l'etichetta è stampata utilizzando la tecnologia di stampa litografica. Una laminazione in PP soft touch aggiunge un tocco di classe al risultato finale. Dal punto di vista del marketing è evidente che l'etichetta ha una presenza importante sugli scaffali. ■



F&C
Flexogravure & Converting

Stampare e F&C Magazine:

DUE RIVISTE CHE COPRONO L'INTERO SETTORE DELLA STAMPA E DEL CONVERTING

Magazine

STAMPARE

www.fcmmagazine.it

www.stampare-magazine.it

I-GIOIELLI[®]

ESPOSITORI & DISPLAY

2024



eurmoma[®]

modern material

EURMOMA srl ROMA: Tel. +39 06 7230087 - ✉ info@eurmoma.it - www.eurmoma.it
EURMOMA NORD: Via Isonzo, 6/b Turate (COMO) - Sironi Maurizio +39 349 8272000

The excellence of the label industry

Results 43rd FINAT Label Competition 2023

www.finat.com

The label industry has survived the ravages of Covid and the uncertainty created by the conflict in Ukraine and continues to go from strength to strength building on the encouraging, buoyant results of 2022. We appear to be slowly returning to a new normality. The FINAT Label Competition retains its popularity and is edging towards its 50th anniversary thanks, in no small part, to the support of the international label community and the efforts of the FINAT staff in administering the competition so efficiently.

Each year the Participation Details are re-evaluated in order to adjust to the evolving nature of the label industry. The organising committee decided to reduce the number of Groups by eliminating the Digital Group. The reason being that a very high percentage

of entries include a digital component and it was considered that digital should now be considered as a “conventional” process along with labels produced on hybrid presses.

The expert technical judging panel included Tony White (Chairman), Murat Sipahioğlu and Steve Wood aided by Steven de Cleen from Proud Design Agency viewing the entries from a marketing perspective.

The principal awards were presented on 31 May at the Awards Ceremony moderated by Vlad Sljapic during the FINAT European Label Forum held, this year, in Vienna.

The number of entries this year was slightly down compared to 2022 (222) with 212 entries from 47 companies and 23 countries worldwide. Austria comfortably led the number of countries entering with 44 entries followed by Turkey with 20 entries. The highest number of entries by category was



again led by Wines (49), Alcoholic Drinks (32) with Cosmetics and Sets of Labels drawing for 3rd place (16). The number of entries using digital printing technology as their main process remained fairly static at 108.

Best In Show

The Brand Owner of the product selected by the jury as Best In Show unexpectedly withdrew.

Group Winners

The winner of the Marketing/End-Uses Group was **Çiftsan Label & Packaging Company, Turkey for Mustafakaya Miracle Rose Water**. This is a bright and busy label printed using digital technology, and lots of reflective elements giving the label an extra boost. It scored highly from a marketing perspective, “giving a very nice balance of colours, details and enrichments”. Printed on a metallic based film in five colours the added value of varnish, embossing and holographic hot foil all combined to produce a label worthy of the Group award.

Taking the Group award for the Printing Processes Group was also **Çiftsan Label & Packaging Company, Turkey for Shaik Platinum Love Chloé Body Mist**.

This label stands out because of the “droplet effect” of the diamonds raining down in the background. The platinum effect, which matches the product, has been achieved with a soft touch lamination printed on a metallised film material using flexography in five colours. While the jewellery was highlighted using a partial lacquer the visual effect was enhanced by the application of a glitter emboss on the jewellery. Lots of elements to consider on this well printed label.

The winner of the Non-Adhesive Applications Group was **Kimoha Entrepreneurs FZCO of the United Arab Emirates for Bird’s Color Sleeve**. The design and detail in the feathers on this label create an almost 3D effect against the deep black background which is enhanced by the use of a metallic ink; such is the reality of the illustration. A 150 lpi halftone screen was used to achieve depth of detail. Printed digitally in six colours, it is a really attractive label which thoroughly deserves the group award.

The final group Innovation & Electronic Printing always intrigues the judging panel because, so often, new and innovative solutions using label technology are discovered based on an application researched within an industrial sector. This year is no exception. Although no printing was used for this particular application, the possibility re-

mains to utilise a printing function. The winning entry was entered by **Schreiner Group GmbH & Co. KG from Germany for Film-Based Cover with Pressure Compensation Seal**. Several label based technologies were used including laminating, dispensing slitting and finishing. This Seal replaces an injection moulded plastic cover. The Film based cover is laser welded onto plastic housings to protect electronic components, creating a waterproof closure. The pressure compensation seal enables the housing to “breathe” so that pressure differences in the atmosphere can be compensated easily. The main benefits compared with injection moulding include reduced tooling costs (no injection mould required), reduced price per item, reduced process costs, reduced weight and reduced carbon footprint.

A special Judge’s Award was given to **Lebone Paarl Labels from South Africa for Neil Ellis West Coast**. At first glance this was just another well printed label. But on closer inspection (and reading the converter’s explanation) it transpired that the entry consisted of 12 slightly different images each representing the months of the year in a seascape scenario (in effect a repeat length of 12 images). This can only be achieved using digital printing technology. The combination of hot foil and embossing and a rough touch high build varnish gave a unique “sand” effect. The marketing judge made these comments “Beautiful texture (sand), beautiful image and great storytelling”. An interesting concept not seen in the FINAT label competition before.

In the Alcoholic Drinks category – Joint winners – the victory of **Multi-Color Italia S.p.A., Italy for Ron Cristóbal Santa Maria Limited Edition 70 cl**

A historic label depicting Christopher Columbus and his ship the Santa Maria. The intense black lettering contrasts nicely with the understated gold background. The bust of Columbus is highlighted with a screen gloss varnish/embossing and the label is printed using litho printing technology. A soft touch PP lamination adds a touch of class to the end result. The marketing view is that it has a powerful shelf presence. ■



A14 Self-Promotional - Marzek Etiketten+Packaging GmbH, Austria for Oscar

Nuove soluzioni per la **trasformazione digitale**

Gallus inaugura il nuovo polo industriale in occasione dei festeggiamenti per 100 anni di attività

Gallus Group, una consociata di Heidelberger Druckmaschinen AG (HEIDELBERG), è l'azienda leader nel settore dello sviluppo, produzione e vendita di macchine da stampa convenzionali e digitali a fascia stretta e a bobina per la stampa di etichette. A giugno ha festeggiato il suo 100° anniversario con l'inaugurazione di un nuovissimo polo industriale a San Gallo, in Svizzera – il Gallus Experience Center – progettato per fungere da punto di contatto per clienti, esperti di settore, stakeholder e i membri del pubblico, e guidare la trasformazione del mercato. È importante sottolineare che Gallus coglie l'occasione del proprio centenario di attività per annunciare il lancio sul mercato di tre nuovi prodotti nel proprio portafoglio: il Portale clienti di HEIDELBERG, la nuova Gallus One with Converting, e un upgrade per la stampa digitale della Gallus ECS 340, gioiello dell'azienda.

In occasione dei festeggiamenti per i 100 anni di attività di Gallus, il nuovo Gallus Experience Center accoglierà clienti e potenziali clienti tra i principali stampatori e trasformatori a livello mondiale, oltre che partner e proprietari di brand del settore, nell'ambito dei "Gallus Experience Days" organizzati dall'azienda. Il Centro, dedicato alla "trasformazione digitale" nel settore della stampa di etichette e a fascia stretta, ha lo scopo di favorire il successo futuro del comparto incentivando la collaborazione per guidare l'innovazione e la

sostenibilità. Produttori, fornitori, trasformatori, stampatori e brand sono tutti invitati a usufruire della nuova struttura per esplorare idee, testare e sviluppare nuove tecnologie e insegnare e sperimentare un ecosistema tecnologico. Inoltre, Gallus utilizzerà il Centro per presentare prodotti Gallus convenzionali, ibridi e digitali, software e soluzioni basate su cloud, macchine di nuova generazione in produzione e tecnologie dei fornitori partner.

“In concomitanza con la celebrazione del 100° anniversario di Gallus, HEIDELBERG è lieta di essere al fianco del team Gallus, uniti come un unico Gruppo. Insieme siamo ancora più forti e abbiamo in serbo un solido piano di crescita – commenta Ludwin Monz, CEO di HEIDELBERG –. Poiché le etichette e il packaging rappresentano oggi il 50% del fatturato totale del Gruppo, le nuove soluzioni digitali e automatizzate introdotte da Gallus svolgono un ruolo importante per il futuro di HEIDELBERG. Di conseguenza, Gallus costituisce un pilastro fondamentale nella strategia di crescita aziendale e noi siamo più che mai impegnati a garantirne il futuro a lungo termine”.

Con una crescita annua dei volumi di stampa globali di oltre il 2%, la stampa di packaging è una delle aree di crescita più solide nel settore della stampa. Insieme alla stampa di etichette, essa costituisce

www.gallus-group.com



L'inaugurazione ufficiale del Gallus Experience Center – (da sinistra a destra) Ferdinand Ruesch, Key Account Manager, Anchor Investor e membro del Consiglio di Sorveglianza di HEIDELBERG; Ludwin Monz, CEO, HEIDELBERG; Dario Urbinati, CEO, Gallus Group



Gallus ha celebrato il suo 100° anniversario aprendo le porte al Gallus Experience Center, un nuovissimo polo industriale a San Gallo, in Svizzera

Dario Urbinati, CEO di Gallus Group, commenta: “Ci impegnamo a rimanere sempre al passo con il mercato e a prevedere, e quindi a rispondere, alle probabili tendenze che potrebbero interessare i nostri clienti e i nostri brand. Di conseguenza, Gallus e HEIDELBERG puntano a condurre la nuova trasformazione digitale, promuovendo la ‘stampa intelligente e connessa’ per sbloccare livelli rivoluzionari di automazione della produzione e di efficienza produttiva. Ciò è fondamentale per risolvere i problemi di manodopera attuali e permetterà ai clienti di ridurre i costi e aumentare la redditività e la sostenibilità. Inoltre, avvalendoci del nostro nuovo Gallus Experience Center, disponiamo di un team dedicato all’plorazione di nuove tecnologie/processi, come l’intelligenza artificiale e l’Industria 4.0, che potrebbero essere integrati nelle etichette e negli imballaggi per ispirare e coinvolgere meglio le generazioni future”.

Allo scopo di promuovere ulteriormente la “trasformazione digitale” delle etichette e del packaging e di contribuire a risolvere le attuali carenze di manodopera e l’aumento dei costi, Gallus presenta anche l’HEIDELBERG Customer Portal (HCP), un nuovo e rivoluzionario Portale clienti di HEIDELBERG, che automatizza quasi tutti i punti di contatto con i clienti. Per la prima volta in questo settore, le future iterazioni della soluzione forniranno anche capacità predittive grazie all’impiego dell’intelligenza artificiale (AI), fornendo consigli per aumentare la produttività, ridurre la manutenzione e accrescere la redditività. Si prevede che la nuova piattaforma consentirà, in media, un risparmio di fino al 35% per i clienti, in termini di tempo e denaro.

Aumentando ulteriormente il proprio vantaggio in termini di costo totale di proprietà (Total Cost of Ownership - TCO) per la produzione di etichette, Gallus coglie l’occasione per lanciare sul mercato la sua nuova Gallus One with Converting. Questa soluzione mette tutto in linea e dispone di una stampante digitale con stazione flessografica in linea, una fustellatrice semi rotativa in grado di modificare

una delle principali aree di attività di HEIDELBERG. In linea con la sua strategia a doppio binario, HEIDELBERG intende anche crescere nel campo della stampa digitale. Questa tecnologia viene utilizzata, ad esempio, nella produzione di etichette, un’attività che offre alcune delle maggiori opportunità di crescita nel settore della stampa. Oggi, un terzo di tutte le

etichette del mondo viene già stampato in digitale. La stampa digitale sta dunque trainando il cambiamento in questo promettente segmento di mercato, con un aumento della stampa a getto d’inchiostro di circa il 6% l’anno. HEIDELBERG intende espandere la propria posizione in questo ambito con la macchina da stampa Gallus One.

un lavoro in un minuto e di processare fino a 70 m al minuto, e sistemi di ispezione visiva che garantiscono il massimo livello di qualità e ridurre al minimo gli scarti. Inoltre, l'azienda ha annunciato la possibilità di aggiornare la macchina da stampa flessografica Gallus ECS 340 esistente con un'unità di stampa digitale (DPU), trasformandola in una macchina da stampa ibrida, la Gallus Labelfire 340, ma senza ulteriori investimenti nella piattaforma.

Ciò significa che i clienti ora possono accedere a tutta la flessibilità e la versatilità della stampa digitale, con l'affidabilità e la precisione della stampa convenzionale e della tecnologia di lavorazione successiva. I nuovi prodotti Gallus introdotti sul mer-

cato sono il risultato di un ampio processo di consultazione con clienti e brand.

Dopo aver scoperto che la nuova generazione di consumatori al dettaglio si rapporta con il mondo in modo del tutto diverso, e alla luce delle sfide demografiche e di altre macro-tendenze che stanno aggiungendo nuove e considerevoli sfide commerciali a breve e a lungo termine per i trasformatori, Gallus ha riscritto le proprie dichiarazioni di vision e mission a sostegno di una nuova direzione di business.

Dario Urbinati conclude: "Siamo entusiasti di dare il benvenuto a così tanti amici e colleghi in questa settimana di celebrazioni per il nostro centenario di attività e avere l'opportunità di condi-

vedere i nostri nuovi entusiasmanti prodotti e ringraziare le tante persone straordinarie all'interno della nostra azienda che hanno lavorato così duramente per sostenerci, così come il nostro incredibile portafoglio di clienti. Ma questa settimana è dedicata anche ai prossimi 100 anni e a ciò che faremo. Ecco perché siamo ansiosi di guardare oltre le arti grafiche, rivolgendoci ad altri settori – imparando da come essi abbiano sfruttato le nuove tecnologie per accogliere la nuova era digitale e soddisfare le esigenze della nuova generazione – in modo da poter modernizzare il settore delle etichette e del packaging e accrescere ulteriormente il nostro successo per il futuro". ■

HIGH END SOLUTIONS for PREPRESS, PRINT and PACKAGING

Controllo cordone e goffratura semplice

PROCESSO
Cordonatura e Goffratura

SPECIFICHE TECNICHE
sistema con una camera di alta risoluzione

MISURA
il Profilo del cordone e la profondità della goffratura in µm

DOCUMENTAZIONE
analizza
controlla
crea reports

PERET GmbH/Srl
Forch Str. 6
39042 Vahrn, ITALY
Tel. +39 0472 250965
www.peret.it info@peret.it

venite a trovarci alla
LABELEXPO EUROPE
11.09.-14.09.2023
Bruxelles
Hall3 E64

New solutions to power a **digital transformation**

Gallus opens doors to new industry facility, celebrating 100th anniversary

www.gallus-group.com

Gallus Group, a subsidiary of Heidelberger Druckmaschinen AG (HEIDELBERG), is the leading company in the development, production, and sale of conventional and digital narrow-web and reel-fed presses for the label printing industry. In June it celebrated its 100th anniversary by opening its doors to a brand-new industry hub in St. Gallen, Switzerland – the Gallus Experience Center – which is designed to serve as an industry touchpoint for customers, industry experts, stakeholders and members of the public, to drive market transformation. Importantly, Gallus is also utilizing its centenary celebrations to announce the launch of three new products across its portfolio: the HEIDELBERG Customer Portal, the new Gallus One with Converting, and a digital upgrade to the company's successful Gallus ECS 340.

With the 100-year milestone also marking its official opening, the landmark new Gallus Experience Center will welcome customers and prospects from some of the world's leading printers and converters, as well as partners and brand owners, as part of the company's 'Gallus Experience Days'. Dedicated to the 'digital transformation' of the label and narrow-web industry, the Center aims to facilitate the industry's future success by fostering collaboration to drive innovation and sustainability. Whether you are a manufacturer, supplier, converter, printer, or brand, you are invited to use the new facility to explore ideas, test and develop new

technologies, and teach and experience a technological ecosystem. In addition, Gallus will use the facility to showcase conventional, hybrid, and digital Gallus products, software, and cloud-based solutions, next-generation machines being produced, and supplier partner technologies.

"As we celebrate the 100th anniversary of Gallus, HEIDELBERG is delighted to stand alongside the Gallus team, united as one Group. Together, we are even stronger, and have a robust growth plan looking ahead – comments Dr. Ludwin Monz, CEO, HEIDELBERG –. With labels and packaging now representing 50 percent of the Group's total sales, the new digital and automated solutions we see introduced by Gallus today play an important role in the future of HEIDELBERG. As a result, Gallus is an important pillar within the company's growth strategy, and we're more committed than ever to its long-term future."

With annual growth of over 2 percent in global print volumes, packaging printing is one of the strongest growth areas in the printing industry. Together with label printing, it is an important core area for HEIDELBERG. In line with its dual-track strategy, HEIDELBERG is also focusing on growth in digital printing. This technology is used in label production, for example, which offers some of the greatest growth opportunities in the printing industry. One third of all la-



Dario Urbinati, CEO, Gallus Group welcomes customers, partners and brand owners to the company's inaugural Gallus Experience Days



Ferdinand Reusch of Heidelberg Gallus

bels worldwide are already printed digitally today. Digital printing is thus driving change in this promising market segment, with inkjet growth of around 6 percent a year. HEIDELBERG intends to expand its position here with the Gallus One.

Dario Urbinati, CEO, Gallus Group, comments: “We are committed to being in touch with the market and forecasting, and then responding to, likely trends that could impact our customers and brands. As a result, Gallus and HEIDELBERG are committed to leading the new digital transformation – driving ‘smart, connected printing’ to unlock revolutionary levels of production automation and manufacturing efficiencies. Key to solving the labor issues of today, this will enable customers to reduce costs and increase both profitability and sustainability. What’s more, utilizing our new Gallus Experience Center, we have a team devoted to exploring new technologies/processes – such as artificial intelligence and Industry 4.0 – that could be integrated into labels and packaging to better inspire and engage future generations.”

To further drive the labels and packaging ‘digital transformation’ and help solve current labor shortages and increases in costs,

Gallus is also unveiling a revolutionary new HEIDELBERG Customer Portal (HCP) that automates almost every customer touchpoint. In an industry first, future iterations of the solution will also provide predictive capabilities utilizing artificial intelligence (AI) to provide recommendations to increase productivity, reduce maintenance, and boost profitability.

The new platform is expected to save customers, on average, up to 35 percent in both time and money.

Further increasing its Total Cost of Ownership (TCO) advantage for label production, Gallus is additionally using the event to launch its new Gallus One with Converting.

This solution brings everything inline and features a digital printer with an inline flexo station, a semi-rotary die cutter that can change a job within one minute and process up to 70m per minute, and vision inspection systems to ensure the highest level of quality and minimize waste. The company is also announcing the option to upgrade an existing Gallus ECS 340 flexo press with a digital printing unit (DPU), transforming it into a Gallus Labelfire 340 hybrid press, but without the additional platform investment. This means that customers are now able to access all the flexibility and versatility of digital printing, with the reliability and precision of conventional printing and

further processing technology. The new Gallus products being launched are the result of a comprehensive consultation process with customers and brands. After discovering that the next generation of retail consumers engages with the world in a completely different way, and in light of demographic challenges and other macro trends that are adding new and considerable short-term and long-term business challenges for converters, Gallus rewrote its vision and mission statements to support a new business direction.

Dario Urbinati concludes: “We are thrilled to welcome so many friends and colleagues this week to help celebrate our centenary in business, and to have the opportunity to share our exciting new products and thank the many amazing people within our business who have worked so hard to support us, as well as our incredible portfolio of customers. But this week is as much about the next 100 years and what we do next. This is why we’re excited to look beyond the graphic arts toward other industries – learning from how they’ve leveraged new technologies to welcome in the new digital age and cater to the next generation – so that we can modernize the labels and packaging industry and further increase our future success.” ■

PANORAMA DEL SETTORE MACCHINARI, MATERIALI E SERVIZI

How to reduce platemaking consumable costs

ESKO

Enimac Tape Application Solutions For Your Industry

Enimac introduces the X-frame PRO e-commerce apply typical clean-open and close-open machine tape configurations in 1 pass with 1 applicator.

ENIMAC US
23500 WILSON RD
+1 310 288 7000

PAM

Leader nella produzione di cilindri per flexografia e rotocalco

Tronconi Control
Cilindri in alluminio e in acciaio
Cilindri in PVC

Mantelli ed Vito
Mantelli in PVC e in alluminio
Cilindri in PVC e in alluminio
Bulli fatti di precisione

Alvares e Silva
Bulli in acciaio
Bulli in alluminio
Bulli in PVC e in alluminio
Bulli in PVC e in alluminio

PAM

FERRI G. TOSCANI TrojanLabel T2-C

Piccola ma Tosta

Mal stato più facile stampare etichette a bobina!

Euro G.E. s.r.l. - Via Olivieri, 5/4/ - 20075 Dorogio (LC)
Tel. +39 039 580206 - info@emegrafie.com - www.emegrafie.com

DMTS **NEW** **Steepe MASTER**

DMTS **Flexo plate demarcator**

CONTROLLO TOTALE DEL MONTAGGIO CLICHÉ
TOTAL CLICHÉ CONTROL IN LITHOGRAPHY INDUSTRY

CAMIS **i&c**

Grafimec S.p.A.

MACCHINE GRAFICHE E CARTOTECNICHE USATE REVISIONATE E GARANTITE

"Assistenza tecnica e fornitura ricambi per tutte le macchine RYOBI"

vetrina dell'usato:
www.grafimec.net

Via dell'Artigianato, 1
50056 Montelupo F.no (FI)
Tel. 0571 913A93 - 348 3422078 - 348 7959891
e.mail. g.cappelli@grafimec.net
c.forniti@grafimec.net

MEWA

Come si uccide un killer invisibile? Con l'igiene certificata dei prodotti tessili.

mewa.it

CITO

RSP SYSTEM 2.0 PILU' VELOCE, PILU' AFFIDABILE

Per la stampa di grandi formati e di alta qualità.

CONVERTING

CONVERTING

neografa

SOLUZIONI D'AVANGUARDIA PER L'INDUSTRIA DELLA STAMPA E DEL CONVERTING

www.neografaitalia.com
info@neografaitalia.com
Tel. 051 891480

Per l'inserimento nella pagina **"PANORAMA DEL SETTORE"** telefonate al numero: **02/36504509**

La Precisione è la nostra Passione

Laminazione magnetica **Materiali magnetici** **Macchine convertite**

SPKEX

DAL 1973
INCISORIA BAROLI

CLICHÉ in OTTONE - MAGNESIO

Da oltre 40 anni... precisi fino all'ultimo spigolo.

VIA CANDOGGIA, 11/A 20151 MILANO (ITALIA)
TEL. 02 54666306 - FAX 02 6468780
incisoria@baroli.it - incisoriabaroli@siberio.it - contabilita@baroli.it
www.baroli.it



www.fcmmagazine.it



www.stampare-magazine.it

F&C Magazine e Stampare:
Due riviste che coprono l'intero settore della stampa e del converting



SOTTOSCRIVI L'ABBONAMENTO

Compilare e inviare - e-mail: rffcomunicazione@gmail.com

Posta: R.F. Comunicazione - Via Saccardo, 37 (angolo Via Conte Rosso) - 20134 Milano

NOME E COGNOME _____

SOCIETÀ _____

VIA _____

CITTÀ _____

E-MAIL _____

ABBONAMENTO ANNUALE EDIZIONE CARTACEA

STAMPARE € 80,00

F&C MAGAZINE € 80,00

ABBONAMENTO ANNUALE EDIZIONE DIGITALE

STAMPARE € 40,00

F&C MAGAZINE € 40,00

PER IL VERSAMENTO:

R.F. COMUNICAZIONE

BANCA BPM

IBAN: IT21L050343371100000010843