Tupac si fa strada nella produzione di espositori ...

Tupac AB ha investito in un sistema di taglio Elitron lungo 22 metri, dotato di due teste di taglio. Questo sistema completamente automatizzato accoda i bancali di materiale su linee di trasportatori a rulli prima e dopo la lavorazione.

Da Felix Alnemark, Editor-in-chief, Sign & Print, Svezia



Con sede a Norrköping, Tupac è uno dei maggiori produttori svedesi di espositori e materiali per campagne promozionali. L'azienda è stata fondata nel 1990, quando la sua attività principale era soprattutto la fustellatura di scatole.

"Oggi la nostra attività commerciale si concentra su espositori e materiali per campagne. È così da quindici anni," afferma Lars Månsson, amministratore delegato.

Da allora l'azienda ha ampliato la propria offerta a una gamma più ampia di prodotti e servizi per il merchandising in-store: espositori personalizzati, imballaggi, imballaggi

protettivi, confezioni di prodotto, stampati, progettazione, stoccaggio, allestimenti per punti vendita, stand fieristici e distribuzione.

“Da qui gestiamo tutto: dalla progettazione strutturale, alla grafica e ai componenti dell’imballaggio, fino a ogni tipo di stampato, poster, blocchetti di coupon e wobbler da scaffale,” spiega Markus Nyås, responsabile vendite.

“Soluzioni che fanno crescere le vendite dei nostri clienti, ne aumentano la soddisfazione e costruiscono fedeltà nel lungo periodo,” aggiunge Lars Månsson.

Tupac è specializzata in materiali per soluzioni espositive nel retail, con un’attenzione particolare ai supermercati. I suoi espositori sono realizzati principalmente in cartone ondulato e cartoncino.



La produzione è in parte stagionale. Quando Sign & Print ha visitato l’azienda poco prima dell’estate, si stavano spedendo le ultime consegne per le campagne natalizie.

“La nostra attività segue in parte i cicli di vendita del retail. In questo momento stiamo lavorando a una campagna pasquale per uno dei nostri principali clienti. L’attività continua a crescere in modo costante, il che è molto incoraggiante e conferma che c’è una forte domanda per i nostri prodotti e servizi,” dice Markus Nyås.

Dagli espositori standard alle soluzioni retail su misura

In passato i grandi marchi avevano agenzie interne che si occupavano della parte creativa. Quando questo modello è diventato troppo costoso, si sono rivolti a società di print management, che raccoglievano preventivi da diversi produttori.

“Ma la creatività si è fermata. Un cliente partiva da un espositore e lo usava per diversi anni. Poi ci chiedeva ogni volta un nuovo preventivo per lo stesso prodotto, e di rado ricevevamo richieste per prodotti nuovi,” racconta Lars Månsson.

Dopo diversi anni dominati da soluzioni standardizzate, la domanda dei clienti si è spostata verso prodotti più distintivi.

“Ora i clienti più grandi hanno capito che distinguersi è essenziale, proprio come negli anni Novanta. Oggi ci sono molti più lavori su misura, e ci piace. Abbiamo creativi e progettisti strutturali esperti che sviluppano i progetti,” dice Lars Månsson.

Di conseguenza, progetti e collaborazioni tendono a durare più a lungo.



“Produciamo sempre più espositori di grandi dimensioni e piuttosto complessi. Questi progetti richiedono molto tempo, perché dobbiamo sviluppare e testare numerosi prototipi per arrivare al risultato perfetto,” spiega Markus Nyås.

Rendere più accattivanti gli espositori da pallet nei supermercati e in altri ambienti retail è diventato sempre più importante. La richiesta di queste soluzioni arriva sempre più spesso dagli stessi rivenditori.

L’azienda accoglie con favore il passaggio a una produzione più personalizzata. “È evidente che, se non ti distingui, le vendite ne risentono,” afferma Lars Månsson.

Markus Nyås racconta che proprio lo stesso giorno ha ricevuto una richiesta per un progetto che, solo tre anni fa, avrebbe previsto un espositore standard.

“Oggi è molto più sofisticato, con forme arrotondate e una richiesta di design innovativo.”

Il settore dolciario è particolarmente bravo a spingere oltre i confini del design espositivo. Negli ultimi anni anche i produttori di energy drink sono tra i settori in cerca di soluzioni creative per le campagne.

“Siamo fortunati a lavorare con grandi marchi che riconoscono il valore di investire in espositori più elaborati. Questo non solo aumenta le vendite dei nostri clienti, ma rende anche gli espositori nei punti vendita più coinvolgenti e migliora l’esperienza d’acquisto complessiva,” dice Lars Månsson.

Sempre più clienti espongono i propri prodotti su bancali nei punti vendita e devono trovare modi creativi per rendere queste aree attraenti. Anche i rivenditori hanno iniziato a richiedere soluzioni di questo tipo.

“I nostri clienti sanno che dedichiamo moltissimo tempo allo sviluppo di strutture che siano al tempo stesso innovative e pensate per aiutarli a massimizzare le vendite in negozio. Sviluppare nuovi design insieme ai clienti è ciò che ci appassiona.”



I fogli di materiale vengono caricati su bancali posizionati su trasportatori a rulli. Quando un bancale raggiunge il tavolo da taglio, un elevatore lo solleva in posizione. Una volta svuotato, il bancale viene abbassato e transita sotto il tavolo da taglio sui trasportatori a rulli. Sull’altro lato viene sollevato di nuovo, caricato con il materiale tagliato, abbassato e inviato lungo i rulli.

Prima di poter presentare un preventivo, ogni progetto richiede un notevole lavoro preparatorio.

“C’è moltissima creatività, disegno, brainstorming e ingegneria prima che tutto sia pronto e si possa lavorare al preventivo vero e proprio,” spiega Markus Nyås.

Oggi il confronto avviene spesso direttamente con il marchio o con il suo proprietario.

“Se si torna indietro di dieci anni, questi progetti erano gestiti dalle agenzie pubblicitarie. Ora ci rapportiamo quasi esclusivamente con i marchi direttamente. Esistono ancora alcune società di print management, con cui abbiamo buoni rapporti,” dice Lars Månsson.

L’industria cinematografica non è più un cliente

Quando Tupac cresceva rapidamente nella produzione di espositori, l’industria cinematografica era un cliente importante. Le case di produzione avevano bisogno di materiali promozionali ed espositori per le uscite dei DVD. Anche televisione e videogiochi erano segmenti significativi, ma oggi sono praticamente scomparsi dal portafoglio clienti dell’azienda.



Il sistema di taglio Elitron Kombo TAV-R ha due portali e due teste di taglio che lavorano simultaneamente.

“Era un business così grande da procedere con una propria inerzia. Uscivano continuamente nuovi titoli e ricevevamo ordini costanti di grandi quantità di espositori. Ogni nuova uscita faceva scattare una grande campagna promozionale, e tutta la macchina si metteva in moto,” ricorda Markus Nyås.

Secondo Lars Månsson, tuttavia, all’epoca Tupac si era specializzata troppo nel settore cinematografico.

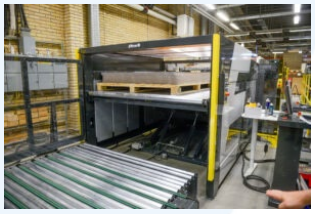
“Era difficile, perché la fabbrica era piena e tutti erano occupati, ma capivamo anche che quel business prima o poi sarebbe sparito. Cambiare direzione, però, è molto complicato quando si ha un flusso costante di lavoro.”

La situazione è diventata ancora più difficile con la recessione del 2008. Nel novembre di quell’anno il mercato è crollato e, nel giro di un paio di mesi, il settore cinematografico è scomparso come cliente.

“In un anno abbiamo perso otto o nove milioni di fatturato. È stata una situazione difficile,” dice Markus Nyås.

Anche la pandemia ha colpito l’azienda, con un forte calo della domanda di materiali per campagne promozionali.

Oggi la produzione si concentra sulla grande distribuzione alimentare, un settore meno sensibile alla concorrenza e alle oscillazioni economiche.



Didascalia: una volta lavorato, il materiale viene ricaricato su un bancale, che è passato sotto la macchina prima di proseguire lungo il trasportatore a rulli.

Stampa digitale e laminazione

Il segmento in cui opera Tupac si è tradizionalmente affidato alla serigrafia. Circa quindici anni fa l’azienda ha fatto il suo primo investimento nella stampa digitale. Dal 2020 utilizza una HP Scitex 15500, con cui stampa quasi tutti i suoi materiali, mentre i lavori di stampa più piccoli sono affidati a una Ricoh Pro C7200sx.

Qualche anno fa Tupac ha investito anche in una laminatrice per gestire tirature molto elevate, per le quali sia la serigrafia sia la stampa digitale possono risultare troppo lente. Per questi lavori l’azienda si rivolge a fornitori esterni dotati di macchine offset per i poster di grande formato.



Il produttore di espositori stampa quasi tutti i materiali su una HP Scitex 15500, con carico e scarico robotizzati.

Diverse delle aziende di stampa offset con cui Tupac lavorava in passato hanno nel frattempo chiuso o venduto le proprie macchine. Oggi Tupac collabora con FrontPac,

ad Arlöv. I poster stampati vengono laminati direttamente su cartone ondulato per conferire agli espositori la rigidità necessaria.

Con l'aumento dei lavori personalizzati, il tavolo da taglio già in uso è diventato un collo di bottiglia nel processo produttivo.

Un flusso di lavoro completamente automatizzato

Poco prima dell'estate Tupac ha investito in un nuovo sistema di taglio tramite Nize Equipment, anche se definirlo semplicemente un tavolo da taglio non gli rende giustizia. L'Elitron Kombo TAV-R è una soluzione completamente automatizzata dotata di due teste di taglio.

I fogli vengono caricati su bancali posizionati su rulli trasportatori. Quando un bancale si avvicina al tavolo da taglio, i rulli si sollevano come un elevatore, portando la pila di fogli al livello di taglio. Una volta svuotato, l'elevatore si abbassa e il bancale si sposta automaticamente sotto il tavolo da taglio.

Sull'altro lato, un secondo meccanismo di sollevamento alza il bancale in modo che possa essere caricato con i lavori tagliati. Poi viene abbassato e prosegue lungo i rulli trasportatori fino al termine del sistema.



Espositori pronti per la consegna ai clienti.

“Quando facciamo un investimento ci chiediamo: che cosa significherà per l’azienda nel lungo periodo? Come si presentano le nostre richieste oggi e in futuro? Da tempo avevamo capito la necessità di aumentare la flessibilità della nostra produzione,” afferma Lars Månsson.

“Il tavolo da taglio è nato dal fatto che ci sono sempre più campagne e quindi sempre più articoli su misura. Non vogliamo costruire attrezzature per tutto, quindi li tagliamo con tavoli da taglio automatici,” spiega Lars Månsson.

Le richieste riguardano inoltre sempre più spesso quantità esatte di espositori, perché i clienti vogliono evitare eccedenze o carenze di tiratura.

Capita anche di frequente che un cliente chieda all’azienda un preventivo per un concept destinato a, poniamo, venti negozi. Ne risultano tirature brevi, anche se il valore dell’ordine può essere considerevole.

“In questi casi il nuovo tavolo da taglio è preziosissimo,” dice Lars Månsson.

L’azienda ha valutato diversi marchi di tavoli da taglio e visita regolarmente le fiere delle arti grafiche in Europa.

“In realtà i fornitori per questo tipo di tavolo sono solo tre: Kongsberg, Elitron e Zünd. Abbiamo girato l’Europa, visitando, guardando e testando. Elitron la conosco da molto tempo. L’abbiamo vista per la prima volta probabilmente dieci anni fa, ma il mercato era diverso. Allora si trattava più che altro di fustellare tirature più grandi,” dice Lars Månsson.



Fustellatrice piana Cobra A 120-162.

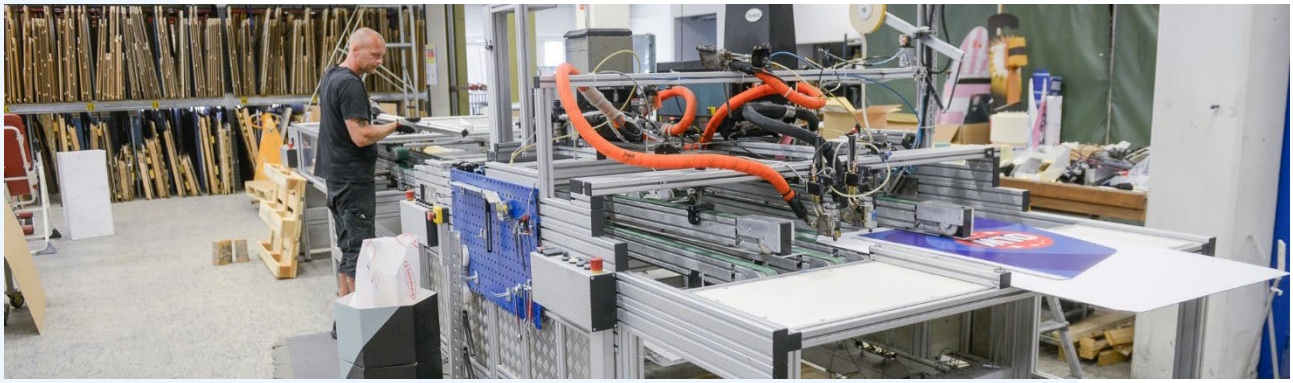
L’azienda ha confrontato i diversi marchi per individuare la soluzione più adatta alle proprie esigenze produttive.

“Prima dell’acquisto siamo stati in Italia e abbiamo ricevuto un’ottima dimostrazione e un’accoglienza molto calorosa da parte di Elitron. L’azienda ha anche una forte capacità di assistenza tramite Nize Equipment, che ci ha fatto un’ottima impressione,” racconta Lars Månsson.

“Ci è sembrata una soluzione molto ben progettata e un tavolo da taglio davvero buono,” aggiunge Markus Nyås.

Il fornitore italiano è stato scelto soprattutto per l’elevato livello di automazione e di efficienza del sistema.

“Elitron offre qualcosa che gli altri sistemi non hanno: i sistemi integrati di carico e scarico. Si può caricare un bancale e poi posizionarne un altro accanto. Quando si avvia il sistema il venerdì, elabora il primo bancale, manda quello vuoto sotto la macchina e prosegue con il successivo. Questo tavolo può continuare a tagliare per tutto il fine settimana senza che nessuno debba essere presente. Gli altri tavoli non lo permettono,” afferma Lars Månsson.



Incollatrice.

Due teste di taglio si dividono il lavoro

Le due teste di taglio eseguono le operazioni di finitura in modo metodico, un po’ come due cuochi che in una cucina di ristorante usano ciascuno il proprio coltello, badando a non invadere l’area di lavoro dell’altro. Le teste coordinano i movimenti per evitare collisioni e possono dividersi il lavoro oppure operare in parallelo per massimizzare l’efficienza.

Se si rompe una lama su una delle teste, l’altra si fa carico dell’intero lavoro. Nel sistema si possono caricare dieci lavori diversi, e un codice sul foglio identifica il corrispondente disegno di taglio. In prospettiva, Tupac prevede di usare il software insieme alla macchina da stampa digitale per raggruppare lavori simili e tagliarli automaticamente in un flusso di lavoro ottimizzato.

I fogli vengono scansionati dal basso con la tecnologia Elitron Seeker System, un sistema a doppia telecamera che individua i segni di registro per sincronizzare il percorso di taglio con l’immagine stampata. Il sistema riconosce anche codici a barre e codici QR, consentendo il caricamento automatico dei file di taglio.



Il sistema di precarico elimina i tempi morti ottimizzando l'alimentazione del materiale, preparando il rilevamento dei segni di registro e posizionando il materiale in una zona di attesa prima dell'inizio del taglio.

Il Kombo TAV-R può lavorare materiali fino a 20 millimetri di spessore. Il tavolo offre un'area di taglio fino a 3.200 × 2.200 millimetri, con un sistema a vuoto da un massimo di 32 zone che trattiene saldamente il materiale durante il taglio e la cordonatura.

Che il tavolo sia caricato con un solo foglio o con più fogli, il sistema Airo Panel li scarica tutti in un'unica operazione: con la suzione solleva l'intera pila e la trasferisce sul bancale in attesa. Il nuovo tavolo ha aumentato in modo significativo la capacità produttiva. Non è però più veloce di una fustellatrice.



"Può tagliare quindici fogli all'ora, se il lavoro è piuttosto complicato. Una fustellatrice ne lavora quattromilacinquecento. Quindi non è pensato per le tirature più grandi. Però si può aumentarne la capacità effettiva perché lo si può usare 24 ore su 24, anche nei fine settimana. Abbiamo anche fustellatrici automatiche, quindi quando i volumi sono più alti continuiamo a realizzare le attrezzature," spiega Lars Månsson.

L'investimento ha aumentato sia la capacità sia la flessibilità, concludono Lars Månsson e Markus Nyås.



