

Premio TP: senza (L)imitazioni.

La campagna multisoggetto, realizzata dall'agenzia di comunicazione Creativa di Torino che da 6 anni studia e realizza la comunicazione ADV per Marking Products, ha vinto il premio pubblicitario "TP 2006" nella sezione dedicata al Business to Business. L'Associazione TP, associazione professionale italiana che raggruppa oltre 2000 professionisti della pubblicità in tutto il territorio nazionale, ha indetto il "TP 2006" per tutte quelle agenzie associate che hanno dato vita a progetti comunicativi "creativamente sostenibili", ossia ad attività proprie del mondo della comunicazione e del marketing che si siano distinte per strategie ideative e/o realizzative, innovative e accessibili. Nonostante il premio, il successo e l'effettivo valore della campagna era già stato riscontrato in precedenza, visto che alcuni dei visual più rappresentativi sono addirittura stati imitati. Ma se il premio dona orgoglio all'agenzia di comunicazione torinese, per quanto riguarda la realizzazione creativa, regala anche un'ulteriore conferma a Marking Products e alla capacità dei suoi dirigenti dimostrata nel selezionare i partners in Outsourcing. Lo stretto rapporto con due realtà come Hitachi e Matthews, del resto, fa già scuola.

The posters are arranged in a 2x2 grid. Each poster features a central image and text describing a specific printing solution. The top-left poster is titled 'Segno di distinzione' and shows a brain with a target. The top-right poster is titled 'Colpire nel segno' and shows a target with an arrow. The bottom-left poster is titled 'Il segno che fa la differenza' and shows a zebra. The bottom-right poster is titled 'Un segno di superiorità' and shows a fingerprint. Each poster includes a list of features and a small image of a Marking Products machine.

Marking Products
INK-JET & LABELING SYSTEMS

Marking Products srl
Via Vittime delle Foibe, 20/C - 10036 Settimo Torinese (TO) - Tel. +39 011.800.55.70/71 - Fax +39 011.800.55.72/65

Filiale:
Via Bellini, 70/A - 41100 Modena - Tel. +39 059.241.081 - Fax +39 059.234.749
www.marking.it - marking@marking.it

TRUCCO DEL MESE

Con questa piccola rubrica, che ci accompagnerà sistematicamente in *infoMarking*, vogliamo dare a tutti i nostri lettori dei piccoli consigli su come utilizzare al meglio alcune nostre macchine o su come risolvere eventuali situazioni che possono trovarli impreparati.

► **Oggetto:** memorizzazione di nuovi formati / messaggi di stampa

► **Applicabile a:** tutti i sistemi

In questo numero di *infoMarking* vogliamo parlarvi di una situazione che capita con una certa frequenza: spesso ci si trova nella necessità di dover generare diversi messaggi di stampa, o nuovi formati (per esempio di etichette) per i quali i dati contenuti hanno sempre lo stesso schema ripetuto, mentre cambiano solamente alcuni dati variabili. Per schema si intende sia l'insieme dei parametri di stampa che caratterizzano la marcatura a getto d'inchiostro, quali dimensione del punto, velocità di stampa ecc., sia i parametri normalmente associati al formato etichetta in esame, quali temperatura, dimensioni etichetta, layout ecc.

E' possibile velocizzare la generazione dei messaggi/formati etichette successivi al primo semplicemente utilizzando la funzione "Salva con nome" di solito sempre presente all'interno del menu "File" dei software di editazione.

Infatti è sufficiente caricare il primo messaggio/formato etichetta denominato ad esempio "PRIMO" e utilizzando la funzione "Salva con nome" salvarlo ma con nome diverso ad esempio "SECONDO" in modo da generarne una copia uguale che si può modificare a piacere senza per questo alterare l'origine.

L'operazione può essere ripetuta per tutti i messaggi/formati etichetta necessari avendo la certezza di mantenere i parametri uguali e quindi un uguale risultato di stampa.

infoMarking

PERIODICO D'INFORMAZIONE SULLE NOVITÀ DELLA MARCATURA E DELLA CODIFICA INDUSTRIALE

EDITORIALE

Cari lettori, siamo molto soddisfatti del consenso che la prima uscita di *infoMarking* ha raccolto, in quanto riteniamo che sia uno strumento importante per tenere aggiornati quanti gravitano attorno al nostro mondo: del resto la tecnologia muove i suoi passi velocemente e Marking Products vuole essere sempre protagonista. E dalla continua ricerca, sempre aperti a un confronto costruttivo, nasce l'esigenza di voler essere considerati "avanti" anche nelle manifestazioni fieristiche riguardanti il nostro settore.

Questo è quanto accaduto alla 21ª edizione della fiera SIMEI, dove la maggior parte dei visitatori ha espresso il proprio interesse sulle novità esposte. Questo interesse si è dimostrato effettivo e non virtuale, per cui i molti contatti presi durante il Salone si sono trasformati in effettivi contratti.

Per quanto riguarda la fiera IPACK IMA 06 molte sono state le novità presentate: la nuova serie Matthews Swedot, denominata SX e quella Hitachi, con il nuovo modello per alte velocità. In contemporanea a Ipack Ima, Marking Products era presente anche al salone delle materie plastiche PLAST 06 con importanti novità nell'ambito della stampa tampografica. Qui sono state presentate le nuove versioni industriali serie F90 a due e quattro colori a tampone singolo, e la nuova tampografia digitale Coditherm 100 con area di stampa allungata a 200 mm. Purtroppo, nonostante la nostra soddisfazione per l'interesse suscitato nei visitatori, ritengo che la formula, adottata dagli organizzatori di svolgere in contemporanea due fiere internazionali abbia causato una grossa frammentazione dei visitatori. È quindi lecito domandarsi se non sia il caso di fare un passo indietro, per il futuro.

Dario Titotto

FLASH DAL MONDO MP: NASCE LA "CONVENZIONE MP VIP"

A seguito di numerose richieste, Marking Products ha deciso di proporre una formula di assistenza tecnica preventiva, diversa dai normali contratti di manutenzione. Mediante una quota a tantum, a cadenza triennale e rinnovabile a discrezione, verranno stabiliti direttamente con il cliente i lavori di ordinaria manutenzione delle macchine fornite da Marking Products (Hitachi, Matthews, Datamax). Inoltre, con la convenzione, il cliente usufruirà di vantaggi sulle riparazioni extra, quali sconti su manodopera e ricambi, macchina di back up e promozioni di vario genere.

FLASH DAL MONDO MP: APRE UN NUOVO CENTRO DI ASSISTENZA TECNICA

L'assistenza che Marking Products offre ai suoi clienti si avvale di un nuovo centro multi tecnologico. Il nuovo centro di assistenza tecnica è a Dalmine (BG) e, come di consueto, è costituito da un laboratorio all'avanguardia e da personale rigorosamente formato Marking Products.

Qualità in velocità: il nuovo PXR-H450W

UN "MOTORE" PIÙ VELOCE PER VINCERE LA SFIDA DEI GRANDI VOLUMI DI PRODOTTO, CON QUALITÀ DI STAMPA ECCELLENTE.

Questo è il primo modello della nuova serie di codificatori che si affianca alla linea esistente. L'obiettivo primario di questo prodotto è il raggiungimento di una velocità di marcatura particolarmente elevata senza alcun decadimento nella qualità di stampa. Ciò ha richiesto la modifica e l'ottimizzazione di ciascun componente che costituisce il marcatore. Il punto focale sta nel mantenere inalterata l'ottima qualità di stampa con queste prestazioni, ovvero la marcatura che viene realizzata da questa macchina non presenta differenze rispetto

agli altri modelli. Il fatto rappresenta un importante obiettivo perché, se apparentemente non cambia nulla, dal punto di vista tecnico è stato fatto un grosso lavoro che ha portato ad aumentare la velocità senza intaccare la qualità. La velocità di marcatura raggiunge ora i 10 m./sec. ma restano "invariati" i plus che normalmente ci si attende da questo prodotto:

1) **Sistema di controllo automatico della viscosità e temperatura dell'inchiostro** che porta all'assenza di emissioni nell'ambiente, con ovi benefici per chi lavora e per i consumi: non avere dispersioni significa non avere sprechi nel consumo di solvente.

2) **Pulizia automatica della testa di marcatura.** Non viene richiesto alcun intervento da parte dell'utilizzatore il quale non deve preoccuparsi di nulla: tutto viene controllato dall'elettronica che provvede eventualmente a segnalare lo stato della macchina attraverso il display.

Inoltre sono stati apportati miglioramenti al display LCD a colori: da oggi si avrà una migliore leggibilità anche in condizioni non ottimali, situazione abituale all'interno di uno stabilimento. L'HITACHI continua nel miglioramento non solo dal punto di vista tecnico-prestazionale, ma anche dal punto di vista costruttivo: infatti questo prodotto rispetta le norme ROHS. Questo marcatore è pensato per realtà che normalmente trattano importanti volumi di prodotto.

DUE AZIENDE CHE TUBANO, IN PERFETTA SINTONIA

Un'altra azienda efficiente, leader nel suo settore e con caratteristiche di assoluta serietà, sceglie Marking Products come partner per conquistare il mercato mondiale.



Opera da oltre 25 anni nel settore delle materie plastiche: una lunga esperienza che si è fondata sulla continua ricerca e sull'offerta di un servizio sempre più orientato al cliente. Specializzata nella produzione di tubi in PVC, ricopre un'area produttiva di 40.000 mq.

L'azienda ha raggiunto una posizione da leader all'interno di un mercato fortemente dinamico, garantendo tubi di qualità e in linea con le normative vigenti. Affidabilità complessiva del sistema azienda, costanza qualitativa sui prodotti, personale qualificato e capacità di servizio, sono i benefit concreti che questa azienda offre ai suoi clienti per una collaborazione di successo ovunque nel mondo.

TUTTO IL GUSTO DI UNA SCELTA VINCENTE

Ovvero la storia di una giovane realtà produttiva, nata con l'intento di riproporre gli antichi e genuini sapori della inestimabile tradizione gastronomica toscana e italiana, che trova un partner sicuro e affidabile.

La gamma dei prodotti dell'azienda in questione, tutti realizzati con ingredienti rigorosamente italiani, spazia dagli oli e aceti aromatizzati alle spezie, dalla pasta ai sughi.

L'aver presentato una variegata gamma di prodotti genuini, di provenienza certa e di qualità riconosciuta ha dato ben presto i suoi frutti: nell'arco di un solo decennio l'azienda ha saputo conquistarsi nella grande distribuzione un posto di rilievo non solo nel mercato italiano ed europeo, ma anche in un mercato importante come quello americano.

Alla base di tali risultati c'è anche un'attenta pianificazione che non lascia nulla al caso: ne sono esempio il laboratorio interno, costantemente impegnato nella ricerca e sviluppo di nuove aromatizzazioni dei condimenti, e l'apposito staff che studia un design e un packaging ad hoc per ciascun prodotto.

Il problema

Con l'adozione di tre linee di ultima concezione veniva fatto un passo decisivo verso l'ottimizzazione del processo di produzione, ma restava proprio in questo ambito l'ultima lacuna da colmare, rappresentata da sistemi di codifica ormai obsoleti, con una lunga storia di inefficienza alle spalle. Nell'esigenza di migliorare, si valutavano più proposte, unico escluso il precedente fornitore.

Marking Products ha consentito al cliente di provare per trenta giorni un sistema "inkjet microcaratteri Hitachi", modello PX-D260E a due righe di stampa munito di inchiostro K69 e solvente TH69.

Il problema

Per un'azienda che si propone come partner ideale per la fornitura di prodotti idonei alle più svariate esigenze del mercato, è di fondamentale importanza l'efficienza. Quindi la marcatura dei dati descrittivi del tubo in produzione (con anche il logo dell'ente certificatore) deve essere il più chiara possibile, con costi d'esercizio non eccessivamente oppressivi.

La soluzione

Per rispondere nel migliore dei modi alle esigenze del cliente, è stata scelta una macchina con testa a 32 punti, in quanto consente una definizione inimitabile. Inoltre, grazie alla tecnologia DOD, i costi di esercizio sono mantenuti al minimo in quanto il solvente non viene utilizzato.

La necessità primaria era di marcare data di scadenza e lotto, indifferentemente su capsula metallica o su vetro, a seconda del prodotto.

La soluzione

Il K69 ha una volta di più dato prova di grande versatilità, evidenziando un'ottima tenuta in entrambi i casi.

Ciò che però ha maggiormente impressionato sono state le manutenzioni e i consumi: una cifra incredibilmente più bassa se comparati ai sistemi usati fino a quel momento. È stato espresso particolare apprezzamento per l'estrema semplicità d'uso assicurata dal display LCD di tipo "touch-screen", per l'efficienza della pulizia in automatico della testa di stampa (prima in manuale), per un'affidabilità al riavvio anche dopo soste prolungate, sconosciuta fino ad allora. A tal proposito gli operatori stessi ci hanno confidato che proprio per evitare problemi connessi al riavvio, si risolveva a monte il problema non procedendo mai allo spegnimento alla fine di una sessione lavorativa, con conseguente sensibile lievitazione delle spese nei consumi di solvente.

Tutte queste considerazioni hanno fatto sì che la scelta ricadesse definitivamente su Hitachi, pur a fronte di un'offerta in apparenza più vantaggiosa messa in campo dall'ultimo concorrente rimasto in lizza.

Alla prima PX-D260E se ne sono ben presto aggiunte altre due di cui una con inchiostro giallo Y37, cui fa riferimento la documentazione fotografica.

INTERVISTA AL SIG. ANDREA ORTALLI AMMINISTRATORE UNICO DELLA ORTALLI S.R.L.



Grande piacere suscita lo scoprire che ancora oggi i sogni si possono trasformare in realtà; quando nel 1999 il fondatore Andrea Ortalli compì i primi passi formando un moderno acetificio non avrebbe mai immaginato di essere oggi una realtà consolidata nel panorama internazionale.

► Cosa vi fece fare il salto di qualità?

L'intuizione vincente fu quella di trovare uno sbocco alla produzione di uva di qualità superiore proveniente dalle tenute di famiglia situate in Marzaglia (MO), Iano (RE) e Gattatico (RE).

Quale impiego migliore, per un grappolo d'uva, se non quello di far parte di una pregiata botticella di Aceto Balsamico di Modena?

► E quali sono i risultati ad oggi?

Il fatturato stimato per il 2006 è di circa 5.000.000 € diviso per il 25% in Inghilterra, 25% U.S.A., 25% Italia, 25% Estremo Oriente e Sud America.

La vendita è affidata al 90% alla grande distribuzione con rivenditori esclusivi in ogni paese che hanno il compito di valorizzare sul proprio mercato un prodotto tipico Modenese.

► Come posizionereste sul mercato il vostro prodotto di punta?

Il nostro Aceto - *asserisce con orgoglio Andrea Ortalli* - appartiene alla fascia medio-alta del mercato e specialmente con la selezione "Vedetta" che vanta 18 mesi d'invecchiamento in botti di vari legni, esprimiamo il meglio della nostra vocazione all'eccellenza legata alla tradizione dove solo il tempo sarà il giudice della qualità del prodotto.

► E, vista la qualità odierna, il tempo vi conferirà sicuramente altri riconoscimenti. Ma veniamo a noi: come è avvenuto l'avvicinamento a Marking Products?

In questo clima di assoluta qualità di prodotto è stato facile per me

rivolgermi alla Marking Products per risolvere l'esigenza della codifica su ogni singola preziosa botticella di Aceto Balsamico di Modena; è richiesta la massima nitidezza quando si scrivono informazioni come il lotto e la data di scadenza che ogni consumatore nel mondo andrà a consultare.

La marcatura avviene su una o due righe di stampa usando il marcatore Hitachi PX260 della nuova serie priva di manutenzione, con consumi di solvente bassissimi, zero emissioni di solvente nell'ambiente ed il touch screen a colori che ne agevola l'uso.

► Il commento finale del Sig. Andrea Ortalli conferma l'indiscussa supremazia del prodotto Hitachi con tecnologia all'avanguardia: conoscevo l'affidabilità dei prodotti giapponesi, ma la totale assenza di problemi, mi ha tenuto alla larga dal vs. centro assistenza di Modena: meglio incontrarci per bere qualcosa insieme!

Modena 3 Luglio 2006

