

STORIA DI UOMO CHE CON LE SUE INVENZIONI HA CONTRIBUITO A SALVARE DAL MACERO 18MILA CHILOMETRI DI IMBALLAGGI

Tutto ha inizio in una normale giornata lavorativa di oltre quarant'anni fa, in una piccola tipografia in un cascinale di Lainate (Mi). "Quel giorno - esordisce Giancarlo Arici - arrivò un cliente chiedendo di modificare il prezzo su un imballaggio per ravioli già stampato. Detta così potrebbe sembrare semplice, ma a quell'epoca non esisteva la tecnologia adatta a un lavoro del genere. Da lì dunque la decisione di inventare una nuova macchina per supplire alla carenza tecnologica".

Arici si mette a studiare come ottenere dalle normali macchine Rotocalco una sovrastampa dalla precisione millimetrica. Passa i giorni e le notti a montare e smontare parti dei macchinari, a fare prove, a creare lui stesso componenti meccaniche da installare sulle attrezzature. Un lavoro certosino che fa nascere una macchina unica e irripetibile.

Da allora ne è passata di acqua sotto i ponti e di carta sotto le rotative: tetra-
rex, combiblok, elopak, scatole micro-
onda, astucci, blister, cluster) o in bobina

con supporto mono o pluristrato (alluminio, carta, poliammide, polietilene, polipropilene, poliestere, sleeves, tetrapak, sono alcuni dei formati e dei materiali lavorati dall'azienda di Lainate.

Errori di stampa, novità nelle normative che regolano le etichette, aggiornamenti

grafici, necessità di inserire concorsi e promozioni: gli imballaggi dei prodotti cambiano di continuo e spesso le aziende devono fare i conti con materiale già stampato, non più utilizzabile, che giace in magazzino e alla fine deve andare in discarica. Pesando sull'ambiente e sui bilanci



Al centro nella foto, il titolare Giancarlo Arici con il figlio Giovanni Luca e la moglie Felicia / In the middle of the picture, the owner Mr. Giancarlo Arici with his son Giovanni Luca and his wife Felicia

ENGLISH

ROTOPRINT SOVRASTAMPA
AND PACKAGINGS

HISTORY OF A MAN WHO, DUE TO HIS INVENTIONS, HAS CONTRIBUTED TO SAVE FROM PULPING 18,000 KM PACKAGING

We could go several times around the world with the packaging, that Giancarlo Arici has saved from pulping and converted. Thanks to him, companies can save millions of Euros each year, and today Giancarlo Arici is considered the "father" of ecologic printing

Everything began during an ordinary working day over forty years ago in a small typography placed in a farmstead in Lainate, near Milan.

"That day", says Giancarlo Arici, "a customer came and asked me to change the price of a ravioli packaging, which had already been printed. It might seem something simple, but at that time a technology suitable for

such a job didn't exist at all. Therefore, I decided to find out a new machine capable of filling this technological gap".

Arici began to study the possibility to obtain extremely accurate overprinting from normal gravure machines. He spent days and nights assembling and disassembling machine parts, making trials and creating mechanic components being installed on to the equipment. A patience of job resulting in a unique and unrivalled machine.

A lot of time has been passing from those days and plenty of paper has been processed by rotary machines: tetra-
rex, combiblok, elopak, microflute boxes, cases, blisters, clusters, either reel-fed with single support or multi-layer ones (aluminium, paper, polyamide, polyethylene, polypropylene, polyester, sleeves, tetrapak). These belong to the

materials being processed by this company based in Lainate.

The need of avoiding printing mistakes, of introducing new label regulations, of updating graphics and organizing competitions and promotions: product packaging is steadily changing and companies often have to do with materials which have already been printed and can no longer be used, lying in the storehouse and destined to go to the landfill, thus weighing on the environment and on the budgets of the enterprises.

However, there is a solution, which is a fully Italian one. Giving new life to wrong or obsolete packaging is the mission of Rotoprint Sovrastampa, a company based in Lainate that has set up a gravure register overprinting system, which is unique in

delle imprese. Ma una soluzione c'è, ed è tutta italiana. Ridare nuova vita a packaging sbagliati o obsoleti è la missione di Rotoprint Sovrastampa, azienda di Lainate che ha messo a punto un sistema di sovrastampa a registro in Rotocalco unico in Italia. "Richiedono i nostri servizi clienti da tutta Italia e dall'estero - spiega Gian Carlo Arici -. Solo nel 2010 abbiamo lavorato 18mila chilometri di materiali altri-
menti destinati al macero.

Messi tutti in fila, coprirebbero un viaggio andata e ritorno da Tokio a Los Angeles".

La tecnologia di Giancarlo Arici è frutto dell'ingegno di un imprenditore che, oltre quarant'anni fa, ha raccolto una sfida impossibile e da lì ha fatto nascere la sua azienda. La Rotoprint nasce nel 1978, quando Arici si separa dai tre fratelli, con cui gestiva una tipografia, per occuparsi esclusivamente della sovrastampa. All'inizio può contare solo su pochi ma preziosi aiutanti: la moglie Felicità (Fely) Caporaso, donna forte e capace che lo accompagna da subito nella nuova sfida, Massimo Danelli e Fabio Moroni, giovanissimi, coinvolti in questa esperienza con gli anni diventano parte non solo dell'azienda, ma anche della famiglia. Oggi alla Rotoprint lavorano in 15, compreso il figlio Giovanni Luca.

Entrato in società negli anni '90, oggi Giovanni Luca conduce con entusiasmo e capacità l'azienda di famiglia ed è a sua volta papà di Riccardo e Francesca: e già si pensa alla terza generazione per la Rotoprint.

Intanto, l'azienda si ritaglia il suo spazio in un mercato di nicchia: «Abbiamo tre rotative, più una macchina da stampa in



piano per i formati -continua Giancarlo Arici-. La nostra è una piccola impresa, ma siamo in grado di gestire grandi ordinativi, fino a 150 tonnellate di materiale, e presidiamo il mercato estero con rappresentanti in Francia, Gran Bretagna, Germania, Spagna e Portogallo. Anche a fronte di numeri consistenti, il lavoro della Rotoprint rimane altamente

specializzato e conserva una dimensione artigianale. "Il nostro sistema -spiega Arici - permette infinite possibilità, e infinite sono le esigenze dei clienti, aziende di ogni dimensione e settore: lavoriamo sia con le piccole imprese sia con colossi come Barilla, Nestlé, Rana, Parmalat, San Carlo.

Ogni richiesta continua a rappresentare una sfida. Tutti i progetti sono su misura per il cliente, e ancora oggi passo notti insonni sui macchinari, a studiare come ottenere un risultato perfetto".

IL BREVETTO PER SALVARE LE CONFEZIONI A MARCHIO DOP

I problemi sono sorti da quando il marchio Dop (Denominazione d'origine protetta) si è colorato di rosso per risultare più chiaro e immediato per i consumatori. "Sono più di 100 i prodotti italiani Dop interessati dal cambiamento, in vigore dal 1° maggio 2010", spiega Gian Carlo Arici, titolare di Rotoprint, "l'Unione Europea ha disposto il restyling del logo, prima giallo-blu, per evitare confusione con il marchio Igp (Indicazione geografica protetta) che ha gli stessi colori. Dopo un anno, si rivolgono a noi ancora tante aziende che sono alle prese con la gestione dei vecchi imballaggi dal bollino sbagliato: un problema

Italy.

"Customers from all parts of Italy as well as from abroad require our services", explains Giancarlo Arici. "Just in 2010 we processed 18,000 km materials that, otherwise, would have been destined to pulping. If we could line them up, we would cover a return trip from Tokyo to Los Angeles".

The technology by Giancarlo Arici results from the creativity of an entrepreneur who forty years ago took up an impossible challenge, which he was able to convert into his own company. Rotoprint was established in 1978, when Arici decided to separate from his three brothers, with whom he used to manage a typography, and began to devote himself exclusively to overprinting.

At the beginning he could only rely upon a few but skillful collaborators: his wife Felicità (Fely) Caporaso, a strong and capable woman who immediately followed her husband in the new challenge, Massimo Danelli and

Fabio Moroni, who were both very young but fully involved in this venture.

Over years, they not only became integral part of the company, but also of the family. Today, Rotoprint employs 15 people, including the son Giovanni Luca. He joined the company in the 90s and now he is leading with enthusiasm and competence his family enterprise. He has two children, Riccardo and Francesca, who are supposed to become the third generation of Rotoprint.

In the meantime, the company succeeded in conquering its shares in a niche market: "We have three rotary machines and a format flatbed press", adds Giancarlo Arici. "Ours is a small enterprise, but we are able to manage big order volumes, up to 150 tons materials, and we are present on the foreign marketplace with agents in France, Great Britain, Germany, Spain and Portugal".

Despite these big figures, Rotoprint carries out a very qualified job on a craft basis.

"Our system", explains Arici, "allows unlimited possibilities and also the customers' requirements are unlimited, since they belong to companies of any size and sector: we are working both with small and huge enterprises, such as Barilla, Nestlé, Rana, Parmalat, San Carlo. Every requirement continues to be a challenge. All projects are customized and still today I spend sleepless nights on the machines to study how I can obtain perfect results".

A PATENT SAVING DOP BRAND PACKAGING

The problems began when the Dop brand (Protected Designation of Origin) became red in order to be more eye-catching and to have a more immediate impact for consumers.

"There are over 100 Italian Dop products being



con grandi ricadute economiche e ambientali”.

Se alla UE è bastata una firma per far cambiare il blu in rosso, per un produttore le cose sono molto più complicate. È un'esclusiva di Rotoprint lo speciale sistema di sovrastampa a registro in Rotocalco che consente di intervenire con precisione millimetrica.

Il restyling del marchio Dop è solo uno dei tanti per cui Rotoprint è richiesta. Le possibilità sono infinite: sugli imballaggi si può cambiare qualsiasi scritta ed elemento grafico, aggiungere diciture, bolli e marchi, ma anche modificare ingredienti, codici ean e indirizzi, oppure inserire messaggi promozionali, concorsi

e sistemi “scopri e vinci”.

“La nostra forza è la flessibilità”, continua Arici, “è possibile richiedere solo piccoli ritocchi, con la certezza che il risultato sarà

preciso al millimetro, oppure operare un riciclo totale, cambiando del tutto volto all'imballaggio: diamo un colore di fondo uniforme su cui stampiamo una nuova grafica e rifiliamo le misure come desiderato. Anche per quantitativi minimi”. Una gamma di vantaggi che nessun altro stampatore sa offrire e che soddisfa un numero sempre maggiore di clienti, in Italia e all'estero. I vantaggi sono anche sul piano ambientale: basti pensare che in un anno arrivano a Rotoprint, pronti a iniziare la loro nuova vita, dai 20 ai 30mila km lineari di materiali accoppiati in bobina, con picchi di 32mila km: come dire un viaggio andata e ritorno da Parigi a Sydney. Tutto risparmiato alla discarica. I bilanci di tante aziende e l'ambiente, che è di tutti, ringraziano.



involved in this change, which has been in force since 1st May 2010”, explains Giancarlo Arici, owner of Rotoprint.

“The European Union has decided the restyling of the logotype. Initially the colour chosen was yellow-blue, avoiding confusion with the LGP brand (Protected Geographical Indication) whose colours are the same. After one year, many companies are still applying to us since they have a wrong stamp: a problem with serious economic and environmental consequences”.

If a signature was sufficient for the EU to change the blue into red, things are much more complicated for a manufacturer.

To this purpose, Rotoprint has developed a register exclusive gravure overprinting system which allows to intervene with millimeter accuracy.

The restyling of the Dop brand is only one of the numerous ones, for which Rotoprint is well-known. There are unlimited possibili-

ties: on the packaging any script and graphic element can be changed, further scripts, stamps and brands can be added, but also change the ingredients, ean codes and addresses or insert promotional messages, competitions and “Discover and Win” systems.

“Our strong point is flexibility”, continues Arici, “Customers can require just small alterations and be sure that the result will be done with millimeter accuracy. Or they can require a total restyling, changing the whole look of the packaging. In this case, we use an even background colour, on which we print a new graphic style and arrange the sizes on request. Also for minimum quantities”.

No other printer is able to offer this range of advantages, which are coping with the needs of an increasing number of customers, both in Italy and abroad. There are environmental benefits: let's think that in a year Rotoprint receives from 20 to 30,000 linear km

reel-fed laminated materials, ready to begin a new life. Sometimes there are peaks of 32,000 km, which means a return trip from Paris to Sydney.

And, of course, these materials will not be destined to the landfill.

The budgets of many companies and the environment, which belongs to all of us, considerably benefit from all this.

