

ETICHETTE: STATO DELL'ARTE

Stefano Di Benedetto

Sono passati più di 400 anni da quando è stata stampata la prima etichetta di cui si abbia notizia. A quel tempo gli strumenti usati erano carta fatta a mano, caratteri da stampa a rilievo o immagini incise nel legno o nel metallo. Il tutto realizzato tramite l'uso di una pressa lignea e un meccanismo di torsione. Per 200 anni il processo non è cambiato e sebbene le presse fossero nel tempo diventate di metallo e il meccanismo di torsione fosse stato sostituito da uno a leve, la **carta era ancora fatta a mano**.

Un po' di storia

Con l'inizio del XIX secolo e l'avvento della **rivoluzione industriale** le cose iniziarono a cambiare radicalmente: vennero creati i primi cilindri da stampa (mossi dal vapore), nacque il procedimento di **stampa offset** (o litografica), si diffusero i sistemi per la creazione meccanica della carta. Nel corso del secolo arrivarono anche le carte patinate, la stampa a mezzitoni e poi a colori, e tutta una serie di esigenze applicative dell'allora mercato delle etichette che riguardavano quello che noi oggi chiamiamo gli inizi dell'industria delle etichette.

Queste nuove applicazioni includevano la produzione automatica di bottiglie di vetro di dimensioni standard, le prime linee di riempimento automatico, le prime fabbriche con-

serviere, la rapida crescita di prodotti farmaceutici, le etichette su scatole e bagagli, contenitori di sigari e fiammiferi. Tutto stampato tramite offset a foglio o tramite pressa da stampa. Con l'arrivo del XX secolo ecco apparire le macchine da stampa a banda stretta per la stampa su nastro gommatissimo (A), innovazioni introdotte da Stan Avery che per primo utilizzò vettori di supporto per i nastri, riuscendo a farli sagomare direttamente dalla macchina.

La nascita delle etichette adesive prodotte in rotoli portò i principali player a sviluppare macchine appositamente dedicate, dando vita alle prime **stampanti a rullo e pressografiche**. Dopo la Seconda Guerra Mondiale nuove tecnologie fecero la loro comparsa, come la stampa serigrafica a banda stretta, la stampa a caldo, gli inchiostri UV.

Alla fine degli anni '70 le etichette autoadesive avevano già occupato il 7% del mercato europeo. Oggi il 40% del mercato europeo è in mano alle autoadesive, una conquista resa possibile dalla grande quantità di innovazioni tecnologiche dell'ultimo trentennio, che hanno aumentato la velocità di stampa, ampliato le possibilità, aperto il campo a strumenti rotanti e avvolgenti, dando accesso ai controlli di colore e molto altro. Incredi-



(B) - Su molte tecniche di stampa la "bravura" dello stampatore è ancora molto importante

bilmente, solo nel 1978 apparve il primo codice a barre, utilizzato da Fine Fare Supermarket sulla propria linea di prodotti. Ci vollero altri sei anni prima che questi venissero stampati a caldo su etichette autoadesive. Oggi i **codici a barre** sono uno strumento imprescindibile di qualunque prodotto venga venduto in un qualsiasi negozio Europeo.

Quasi contemporaneamente arrivarono sul mercato nuovi tipi di materiali plastici polipropilene e polistirene (poi polietilene), ideati per rispondere alle crescenti esigenze applicative del mercato, in particolare la richiesta di materiali di alta qualità per le etichette dei prodotti da bagno o per prodotti esposti ad alti sbalzi di temperatura del prodotto stesso.

Per soddisfare le mutevoli esigenze di stampa di etichette, nel corso degli ultimi 30 anni la tecnologia di stampa dominante ha subito diversi cambiamenti: nel 1980 erano le tipografiche rotative a dominare. Poi è arrivata la crescita della pressografia nel corso degli anni '90, convertitasi in exo UV con l'arrivo del nuovo millennio.

Al contempo dal 2000 in poi è iniziata l'ascesa della **stampa digitale**, dapprima sfruttando le tecnologie elettrofotografiche e a toner secco, quindi passando a quelle UV e inkjet a base acqua. E all'orizzonte premono già nuove tecnologie!



(A) - L'utilizzo dell'etichetta in bobina si è evoluto passando da piccole a grandi tirature



Scelta dell'etichetta

Allo stato attuale la sfida-chiave di ogni stampatore di etichette è decidere quando fare il prossimo investimento e su quale tecnologia buttarsi, parametri davvero difficili da valutare. Oggi ci sono tanti fattori da considerare e il settore vitivinicolo è molto esigente, oltre a questo si aggiunge la tempistica di approntamento e di consegna che a volte non supera addirittura i 2 giorni lavorativi. Ma purtroppo il mercato si è spostato su richieste da parte di importatori che ne gestiscono la riuscita e questi sono i loro dictat a cui ci si deve adeguare.

Quindi la formula "perfetta" per l'etichetta richiede: qualità di stampa, lavorazioni particolari come stampa braille e laminazioni varie e una tempistica di consegna da parte dell'etichettificio che non superi in media i 6 giorni lavorativi.

Focalizzandosi su alcuni punti chiave si può capire meglio come e dove indirizzarsi per la stampa dell'etichetta. Un primo aspetto è adottare una **soluzione grafica semplice**, su carta liscia opaca o lucida che sia, ad esempio può essere realizzata con qualsiasi macchina presente sul mercato senza alcuna difficoltà di stampa e ci permette, attrezzandoci in cantina con una stampante a trasferimento termico e delle etichette neutre, di essere immediatamente pronti alle richieste di approntamento anche brevissime da parte dell'importatore più esigente.

Oppure si può optare per la stampa su **carta vergata o martellata** richiede al vostro etichettificio di fiducia una determinata tipologia di macchine da stampa che può spaziare dall'offset, al serigrafico, arrivando al digitale che ormai ha invaso il mercato, dove una buona realizzazione è data dalla capacità di preparazione dei file e di una buona pre-stampa da parte del reparto grafico, più che dell'attenzione e della stampa effettiva da parte del reparto di stampa. La scelta di questo tipo di soluzione e di questa tipologia di carta per la nostra etichetta non ci permette di essere indipendenti dal punto di vista della stampa "in casa" di retro-etichette con dati variabili se non con una stampante a getto meno economica rispetto alla tecnologia del trasferimento termico visto precedentemente per la soluzione delle carte lisce.

Questo è sicuramente il primo bivio da affrontare per la realizzazione della vostra etichetta. Passato questo step e fatta la scelta, davvero importante per le esigenze attuali di mercato, si può ragionare su quale tipo di lavorazione aggiuntiva che possa arricchire l'etichetta.

Questo è sicuramente il primo bivio da affrontare per la realizzazione della vostra etichetta. Passato questo step e fatta la scelta, davvero importante per le esigenze attuali di mercato, si può ragionare su quale tipo di lavorazione aggiuntiva che possa arricchire l'etichetta.

(C) - Ecco l'HPws6000 macchina leader per la stampa di etichette in digitale



Lavorazioni aggiuntive

La lavorazione più richiesta è sicuramente la stampa braille, o spessorato per alcuni, che aggiunge "corpo" ad un elemento scelto sulla grafica rendendolo meno piatto rispetto a tutto ciò che è presente sulla nostra etichetta. A questo si può aggiungere, non per forza e non vincolato assolutamente alla stampa braille, una lamina di qualunque colore che sicuramente impreziosisce e ne aumenta il valore visivo.

C'è poi il rilievo tradizionale a secco forse un po' datato come soluzione e quindi non più utilizzato come una volta, ma pur sempre efficace per scelte grafiche legate alla tradizione e al passato.

Insomma la stampa dell'etichetta è viva e in continua evoluzione, tutto sta nella professionalità dell'etichettificio a cui vi affiderete nel consigliarvi e indicarvi la strada giusta.

La difficoltà è trovare aziende serie e professionali, presenti da anni sul mercato, perché l'avvento della stampa digitale ha si migliorato le tempistiche di consegna, ma la semplicità apparente di utilizzo di questo tipo di tecnologia ha permesso l'arrivo di sedicenti stampatori sul mercato dell'etichetta che non hanno la più pallida idea di come consigliarvi e seguirvi. Quindi attenti, la collaborazione è tutto per la buona riuscita della vostra etichetta e la difficoltà delle scelte è da entrambe le parti, siate voi un etichettificio o una cantina vitivinicola.

(D) - L'attenzione degli etichettifici deve essere volta anche all'ambiente non soltanto alla stampa



VITENDA 2015, (XX)

Stefano Di Benedetto
Europrint
stefano@europrintlba.it

