

Quasi 800 milioni di etichette Coca-Cola® personalizzate realizzate con le stampanti digitali HP Indigo in tutta Europa



A colpo d'occhio

Settore: Etichette e imballaggi

Nome azienda: Eshuis BV

Sede principale: Dalfsen, Paesi Bassi

Sito Web: eshuis.nl



Nome azienda: The Coca-Cola Company, Europa

Sede principale: Bruxelles, Belgio

Sito Web: coca-cola.com

La sfida

• Stampare centinaia di milioni di etichette personalizzate per le bottiglie di Coca-Cola®, Coca-Cola Zero® e Coca-Cola® light, con tempi di esecuzione di quattro mesi.

• Il caratteristico color rosso Coca-Cola non solo doveva essere reso alla perfezione, ma era essenziale che ciò avvenisse per tutti i converter di etichette e i sistemi di stampa digitale coinvolti nel progetto.

• Combinare la stampa digitale e convenzionale su pellicola adesiva ultrasottile e garantire risultati uniformi in termini di qualità di stampa e colori.

• Assicurare che le specifiche tecniche delle etichette personalizzate realizzate con le stampanti digitali HP Indigo fossero identiche alle etichette standard stampate convenzionalmente al fine di soddisfare i requisiti degli impianti di imbottigliamento.

La soluzione

• Eshuis, l'azienda che ha gestito l'intero progetto e che si è occupata anche in parte della stampa delle etichette, si è avvalsa di otto converter di etichette digitali per la stampa dei contenuti variabili e di dieci converter convenzionali per la stampa dei contenuti statici.

• Per realizzare la campagna "Condividi una Coca-Cola®", 12 stampanti digitali HP Indigo, tra cui i modelli WS6600 e WS6000, hanno lavorato a pieno regime per quasi 24 ore al giorno per tre mesi.

• Inchiostro speciale, pre-miscelato da HP Indigo, sviluppato per rendere alla perfezione il rosso Coca-Cola.

• Supporto integrato di Eshuis per massimizzare la produttività e garantire la massima uniformità dei risultati da parte di tutti i partecipanti al progetto.

I risultati

• Sono state utilizzate 12 stampanti digitali in otto località diverse per realizzare quasi 800 milioni di etichette personalizzate, con una produttività complessiva di 36.000 unità all'ora. Sono state prodotte etichette personalizzate con i 150 nomi di persona più diffusi in oltre 32 paesi europei, in 15 lingue e cinque alfabeti diversi.

• Il peso e la tensione delle etichette finite erano conformi a tutti gli standard Coca-Cola, consentendo agli impianti di imbottigliamento di continuare a lavorare a pieno regime.

• L'eccezionale riproduzione del colore del marchio Coca-Cola garantita dall'inchiostro sviluppato ad-hoc da HP ha spinto Coca-Cola a utilizzarlo come colore standard per la stampa convenzionale delle sue etichette. L'inchiostro rosso sviluppato da HP è anche stato adottato da Coca-Cola come nuovo colore di riferimento per la produzione futura dei suoi imballaggi in Europa.

• Eshuis ha stabilito un nuovo record nella stampa di alte tirature su una stampante digitale HP Indigo WS6000, realizzando ben 8,2 milioni di etichette al mese rispetto al record precedente di 4,7 milioni.

"Questo progetto mostra che è possibile utilizzare la tecnologia di stampa digitale HP Indigo per campagne a tirature ancora più alte. Non solo per tirature fino a 2.000 metri. È una tecnologia molto matura che può gestire altissimi volumi di stampa di qualità elevata."

– Peter Overbeek, CEO, Eshuis



Eshuis, uno dei maggiori converter di etichette olandese, considera la realizzazione di prodotti complessi come un'opportunità di trovare nuovi modi per rinnovare il settore degli imballaggi e aumentare l'impatto sui clienti.

Con il suo approccio del "si può fare" e la sua esperienza nelle tecniche di produzione degli imballaggi, Eshuis è stato scelto come partner di stampa principale e project manager dell'ambiziosa campagna di marketing personalizzata "Condividi una Coca-Cola" lanciata da Coca-Cola in tutta Europa.

Coca-Cola® personalizza le etichette delle sue bottiglie

L'idea di base della campagna consisteva nello stampare sulle etichette delle bottiglie di Coca-Cola, Coca-Cola Zero e Coca-Cola light i 150 nomi di persona più diffusi in paesi europei selezionati. I giovani consumatori, a cui la campagna era rivolta, avrebbero cercato e acquistato nei punti vendita le bottiglie di Coca-Cola personalizzate con i nomi dei loro amici. I social media e i media elettronici sarebbero stati integrati per rendere la campagna ancora più entusiasmante e coinvolgente.

Eshuis è stata coinvolta sin dall'inizio, vale a dire quando ancora Coca-Cola non era nemmeno sicura della fattibilità di una campagna così imponente su scala europea. La campagna comportava la stampa sulle etichette di tre prodotti Coca-Cola diversi, in 15 lingue e cinque alfabeti diversi, dei 150 nomi di persona più diffusi in oltre 32 paesi. Benché si trattasse di una campagna basata su contenuti variabili, Coca-Cola era consapevole del fatto che per gestire il volume enorme di etichette personalizzate e fare in modo che queste fossero perfettamente in linea con i requisiti di produzione degli impianti di imbottigliamento era necessario avvalersi simultaneamente della stampa convenzionale e della stampa digitale.

Una nuova prospettiva nel settore dell'imballaggio

"La prima cosa che Coca-Cola ha valutato all'inizio del progetto è stata la fattibilità di stampare le etichette con due tecnologie diverse: la stampa convenzionale e la stampa digitale", ricorda Peter Overbeek, CEO di Eshuis. "La stampa convenzionale era necessaria per produrre i contenuti statici delle etichette, mentre la stampa digitale era necessaria per aggiungere i nomi come contenuti variabili."

Overbeek sapeva che la sua azienda, esperta nella conversione delle etichette, dotata di una piattaforma versatile di linee di stampa digitale, offset e flessografica, nonché di capacità di finitura e progettazione, sarebbe stata in grado di realizzare il progetto, ma non sapeva ancora come.

Insieme a Gregory Bentley e al suo team, l'European Packaging Innovator di The Coca-Cola Company, Eshuis valutò i possibili approcci e le possibili soluzioni, e soprattutto testò la fattibilità di tale progetto da parte dei siti di imbottigliamento, un requisito essenziale dell'iniziativa. Un altro potenziale ostacolo riguardava la necessità di rendere perfettamente il rosso iconico del marchio Coca-Cola.

La tecnologia HP Indigo offre una soluzione unica

Molto presto fu chiaro che la tecnologia di stampa digitale HP Indigo era l'unica soluzione in grado di gestire la stampa dei contenuti variabili del progetto.

Gregory Bentley spiega: "I criteri tecnici e il prodotto finale delineati nel brief del progetto non lasciavano dubbi: la tecnologia digitale HP Indigo era l'unica soluzione di stampa all'altezza del progetto. Il peso dell'inchiostro, la corrispondenza del colore, la qualità e l'uniformità di stampa e la base installata delle stampanti HP Indigo in Europa sono stati i fattori determinanti che hanno portato a scegliere HP per la realizzazione di un progetto così ambizioso in termini di volumi."

"Siamo rimasti molto soddisfatti dell'elevato livello di precisione nella resa del colore che siamo riusciti a raggiungere grazie a HP Indigo. Ora usiamo il rosso sviluppato da HP in tutta Europa per standardizzare il nostro rosso su tutte le etichette convenzionali che stampiamo."

– Gregory Bentley, European Packaging Innovator, Coca-Cola Services SA



Anche i requisiti tecnici creati dalla pellicola ExxonMobil da 38 micron utilizzata per le etichette delle bottiglie di Coca-Cola hanno giocato a favore della tecnologia HP Indigo. Overbeek spiega: "I sistemi di stampa digitale HP Indigo erano gli unici in grado di stampare su una pellicola da 38 micron e di gestire la tensione della bobina e la fragilità della pellicola."

Dopo aver sondato la fattibilità del progetto, restava da valutare la questione relativa all'entità del progetto, a come superare eventuali problemi e ridurre i rischi. "Coca-Cola si chiedeva soprattutto se saremmo stati in grado di gestire la portata di un simile progetto e io ero sicuro di sì" afferma Overbeek.

Una rete di stampanti HP Indigo a livello europeo

Overbeek era certo che la portata del progetto sarebbe stata gestibile condividendo il carico di lavoro con altre aziende partner, che avrebbero collaborato tutte insieme come un unico team coordinato da Eshuis.

A tal fine, Eshuis ha organizzato una rete europea di otto converter di etichette digitali (tra cui la stessa Eshuis) e 10 converter di etichette convenzionali.

Eshuis, incaricata della gestione del progetto ma anche di parte della stampa, era responsabile del coordinamento di tutti i fornitori digitali. Eshuis ha creato i file pronti per la stampa e li ha distribuiti a tutti gli stampatori digitali, ha aiutato i propri partner a mettere a punto le loro stampanti digitali per il progetto e ha indicato loro come ottenere risultati di stampa di alta qualità e uniformi, in linea con gli standard Coca-Cola, in particolar modo per quanto riguarda il caratteristico colore rosso del marchio. Eshuis ha anche sviluppato un potente strumento Web ad-hoc al fine di consentire una gestione efficiente di ogni aspetto del progetto e garantire l'uniformità dei risultati da parte di tutti i partecipanti coinvolti.

Per aiutare Eshuis a garantire l'uniformità del colore tra tutti i partner di stampa digitale, HP ha fornito inchiostri speciali premiscelati corrispondenti al colore rosso Coca-Cola.

I converter di etichette convenzionali hanno stampato i contenuti statici multicolore, quindi hanno spedito le etichette ai fornitori digitali per la stampa dei nomi personalizzati con le loro HP Indigo. Infine, le etichette sono state ripespedite ai converter convenzionali per la laccatura e la consegna agli imbottiglieri.

Produttività sostenuta grazie a HP Indigo

12 stampanti HP Indigo in varie parti d'Europa hanno lavorato assiduamente per 3 mesi alla realizzazione del progetto "Condividi una Coca-Cola". Tutte insieme, hanno stampato 36.000 etichette all'ora, completando quasi 800 milioni di etichette in tempo per il lancio della campagna.

Eshuis ha gestito la stampa delle etichette nell'arco di quattro mesi, essendo stata la prima azienda a mettersi al lavoro. Ciò nonostante, ha battuto il record di produzione per alte tirature su una stampante digitale HP Indigo WS6000, non solo all'interno della rete, ma su tutta la base installata nel mondo. Eshuis ha stabilito un nuovo record realizzando ben 8,2 milioni di stampe al mese rispetto al record precedente di 4,7 milioni.

"Abbiamo stampato da otto a nove milioni di metri lineari sulla HP Indigo e questo non è certamente tipico per una stampante digitale", dice Overbeek.

"Abbiamo battuto tutti i record giornalieri, settimanali o mensili. Il record mensile precedente sulla stampante digitale HP Indigo WS6000 era di 4,7 milioni. Il nuovo record è di 8,2 milioni di stampe al mese."

— Marit Kroon, marketing manager, Coca-Cola Europe



Risultati eccezionali in ogni aspetto

Questo processo ha consentito la realizzazione di etichette personalizzate che, dal punto di vista delle specifiche fisiche, erano identiche alle etichette standard della Coca-Cola, requisito cruciale sin dall'inizio del progetto. Gli impianti di imbottigliamento sono riusciti a utilizzare senza problemi le etichette speciali nelle loro linee di produzione, continuando a lavorare a pieno regime, senza alcun ritardo o alterazione dei loro sistemi.

La qualità della miscela di inchiostro rosso HP Indigo, sviluppata specificamente per questo progetto da HP, è risultata talmente elevata che Coca-Cola utilizza tale inchiostro in tutta Europa per standardizzare il colore rosso su tutte le etichette stampate normalmente.

"Il colore è un fattore critico per Coca-Cola e chiediamo a tutti i nostri fornitori di attenersi scrupolosamente ai nostri rigorosi standard," dice Bentley. "Siamo rimasti molto soddisfatti dell'elevato livello di precisione nella resa del colore che siamo riusciti a raggiungere grazie a HP Indigo. Ora usiamo il rosso sviluppato da HP in tutta Europa per standardizzare il nostro rosso su tutte le etichette convenzionali che stampiamo. Perciò, anche quando questo progetto sarà finito, continueremo a trarne beneficio." Inoltre, Bentley aggiunge che, in seguito alla realizzazione del progetto, ha iniziato a esaminare la tecnologia digitale full-color come il prossimo step per gli imballaggi Coca-Cola.

Marit Kroon, marketing manager, Coca-Cola Europe, sottolinea l'importanza delle etichette stampate in modo ibrido: "Siamo molto soddisfatti del prodotto finale. La qualità e l'aspetto estetico delle etichette sono assolutamente eccezionali. Questo progetto ha alzato gli standard a fronte dei quali misuriamo la qualità di tutte le nostre etichette sul mercato."

Puntare in alto con la tecnologia HP Indigo

In seguito al completamento di questo imponente progetto per Coca-Cola, Peter Overbeek di Eshuis ha avuto modo di riflettere sul significato che la campagna "Condividi una Coca-Cola" ha sul ruolo delle campagne di marketing realizzate con la stampa digitale. "Credo che questo progetto mostri che sia possibile utilizzare la tecnologia di stampa digitale HP Indigo per campagne a tirature ancora più alte. Non solo per tirature fino a 2.000 metri. È una tecnologia molto matura che può gestire altissimi volumi di stampa di qualità elevata."

Overbeek vede inoltre un futuro nello sfruttamento contemporaneo di due tecnologie che, se utilizzate insieme, possono offrire di più. "La combinazione tra metodi di stampa convenzionali e digitali non è mai stata utilizzata prima d'ora su così larga scala e apre un tipo di mercato completamente diverso. Penso che molti proprietari di brand trarranno vantaggio dall'utilizzo della stampa convenzionale combinata con quella digitale per servire nuovi mercati."

Connettiti.
hp.com/go/graphicarts

Condividicon i colleghi.



© 2013 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Le informazioni contenute in questo documento sono soggette a modifica senza preavviso. Le sole garanzie per prodotti e servizi HP sono espresse in modo esplicito nelle allegate dichiarazioni di garanzia. Nessuna delle informazioni contenute deve essere interpretata come garanzia aggiuntiva. HP non sarà responsabile per omissioni o errori tecnici o editoriali contenuti nel presente documento.

I marchi Coca-Cola sono marchi commerciali registrati o non registrati di The Coca-Cola Company o di altri negli Stati Uniti e in altri paesi.

4AA4-7298ITE, giugno 2013

