

Sleeve: una grafica...totalizzante

Film plastico tubolare, resistente, flessibile e amante della stampa, offresi per applicazioni decorative ad alto valore estetico su confezioni dalle forme anche complesse. Molto protettivo, si oppone a qualsiasi tentativo di manomissione o contraffazione. Questa semiserie offerta di collaborazione potrebbe a buon diritto essere il biglietto di presentazione dello sleeve.

In tempi in cui le tendenze di mercato sembrano andare sempre più verso un'importanza preponderante del contenitore nei confronti del contenuto, privilegiando originalità di forme e colore, nella ricerca continua di colpire, attrarre e quindi convincere all'acquisto il consumatore, la possibilità di realizzare una decorazione a 360° su flaconi, bottiglie, barattoli, di qualsiasi shape e grandezza, non è cosa da poco. E proprio questa opportunità, unita a un'elevata

potenzialità ed efficacia in termini di protezione, un vero e proprio sigillo di garanzia, caratterizza lo sleeve.



Ambiente: a lezione dai giapponesi

Che sia shrink o che sia stretch, il risultato finale è che ci si trova tra le mani un pack multimaterico. Lo sleeve da una parte e il vetro, il metallo, il PET o un altro materiale plastico dall'altra. Peccato che poi nella maggior parte dei casi nel mio bidone dell'immondizia queste due parti rimangano...

unite, a tutto svantaggio della salvaguardia dell'ambiente. Mancano le leggi, manca una vera e propria cultura del rispetto del pianeta, manca... qualcosa, almeno in Italia, sicuramente manca.

Pensate invece che in Giappone, "soffocati" meno di una decina di anni fa da un inquinamento eccezionale, hanno deciso di rimbocarsi le maniche e intraprendere la strada dello smaltimento il più possibile eco-compatibile.

Nella patria dello sleeve (è lì che è nato negli anni '70), ad esempio, oggi tutte le confezioni in PET, per essere più facilmente riciclabili, sono bianche: nessun colore, nessun decoro ovvero nessuna stampa direttamente sulla confezione. Ma ai giapponesi le cose "belle e perfette" piacciono e allora tutte queste confezioni neutre vengono ricoperte, per lo più nella parte superiore, con lo sleeve. Rigorosamente pretagliato, a fine utilizzo lo sleeve viene staccato, si separa il prodotto che è riciclabile facilmente da quello che è stampato e ciascun materiale imbecca la propria strada di smaltimento. Altra alternativa, utilizzare per il decoro o l'etichetta un materiale con peso specifico diverso dal PET: in fase di smaltimento i due elementi si separano. Meditate, gente, meditate, diceva qualcuno...

Non si parla tanto di sleeve in giro, ma passeggiando per supermercati e negozi, anche allo sguardo più distratto balzerà agli occhi come ci sia - soprattutto negli ultimi tempi e soprattutto nel campo food e beverage - un buon numero di prodotti, o meglio di confezioni di prodotti, coloratissime, decorate sull'intera loro superficie, con immagini estremamente precise, fedeli e curate nei dettagli, che non passano inosservate e comunicano un senso di bellezza, perfezione e novità. Provate a toccare queste confezioni e la pellicola che le riveste: quasi una seconda pelle, sembra essere un tutt'uno con il contenitore. Avete toccato lo sleeve: un po' etichetta, perché identifica il prodotto e può riportare tutte le informazioni per il consumatore e un po' pack, perché protegge e comunica il prodotto contenuto.

Shrink o Stretch?

Sembrerebbe all'apparenza un gioco di parole, in realtà si tratta delle due macrocategorie in cui si può suddividere l'applicazione dello sleeve. Parliamo di shrink sleeve quando intendiamo un film plastico tubola-





re, cioè a forma di manicotto, termoretraibile, in grado di ricoprire interamente, e quindi decorare a 360°, una confezione, riuscendo a seguirne senza interruzioni tutta la shape. Lo stretch sleeve è invece costituito da un film plastico tubolare estensibile. Non segue perfettamente la forma del contenitore e offre quindi solo una decorazione parziale. L'effetto finale è molto simile a quello realizzato

applicato completamente a freddo, mentre la roll-fed prevede un'applicazione di colla a caldo, con tutte le implicazioni di "sospette migrazioni di sostanze tossiche", che un tale procedimento può avere. Quando poi lo stretch è utilizzato su PET, si riscontra un ulteriore vantaggio in termini di smaltimento. Questo viene realizzato attraverso un procedimento di flottazione, basato sulla possibi-

una decorazione a 360° su flaconi, bottiglie e barattoli... non è cosa da poco...

dalle etichette roll-fed (per intenderci quelle in plastica a fascetta che, ad esempio, vanno per la maggiore sulle bottiglie in PET di molti soft drinks o di alcune acque minerali), ma c'è una differenza sostanziale. Lo stretch sleeve viene

lità dell'acqua di separare differenti materiali in base ai loro pesi specifici. È possibile buttare quindi la confezione "intera" e, automaticamente, avviene la separazione dei due materiali. In più, non c'è traccia di colla.

Gli attori del "film" sleeve

Da una parte c'è chi produce la macchina, la sleeveratrice, che verrà utilizzata per l'applicazione dello sleeve. Dall'altra, il produttore dello sleeve. Generalmente l'azienda che fornisce lo sleeve lo fornisce già stampato e "tubolato" (il film plastico in origine è neutro viene stampato "aperto", cioè come se fosse un foglio per intenderci, e solo successivamente viene avvolto a manicotto). Insomma, io mi presento con il disegno che ho scelto e progettato e mi porto via i manicotti stampati da applicare alle mie confezioni. In questo iter, la fase di pre-stampa è particolarmente importante: ci si occupa infatti di rielaborare il progetto grafico e stabilirne le giuste dimensioni per ottenerne la riproduzione ottimale sulla confezione. È questo il momento in cui si deve tenere conto degli indici di retrazione dei vari materiali, in rapporto anche alle dimensioni e alla shape delle diverse confezioni. Detto così potrebbe sembrare semplice, ma analizzate al microscopio le singole fasi siamo di fronte un cast particolarmente articolato! Nei boxini di pag. 41 abbiamo voluto segnalarvi alcune aziende: c'è chi fornisce solo lo sleeve, ovviamente stampato e tubolato, e chi anche la macchina applicatrice, se non l'applicazione stessa.

Pack innovativo per un prodotto innovativo: Campari Mixx

Campari si è avvalsa della collaborazione di Finpac per realizzare il packaging di Campari Mixx: unico e di forte impatto estetico, ottenuto grazie allo sleeve. Abbiamo colto l'occasione di scambiare due chiacchiere con il Gruppo Campari, per capire i motivi di questa scelta.

Inks & Supplies/Comunicando: Che plus avete identificato che hanno fatto di sleeve l'applicazione più adatta per raggiungere gli obiettivi che vi eravate proposti?

Campari: I motivi che hanno pesato su questa scelta sono più di uno. Innanzitutto lo sleeve si presentava come una soluzione di packaging innovativa e questo valore di "novità" sottolineava e rafforzava la "novità" di prodotto rappresentata da Campari Mixx. Ci portava quindi ad essere strategici in linea con il target di riferimento: un pubblico giovane, 18-30 anni, maschile e femminile, innovativo e aperto a nuove esperienze di gusto. Inoltre, lo sleeve, consentendo un rivestimento a copertura totale rosso metallizzato - "il rosso Campari" - che è già un valore di marca, contribuiva a veicolare una forte riconoscibilità del brand Campari.



I&S/C: Per Campari Mixx è stata realizzata una soluzione di totale inviolabilità. Perché?

C: Da una parte le motivazioni sono puramente estetiche e di comunicazione: la confezione dove non si vede il tappo corona è più bella e accattivante. Dall'altra parte entrano in gioco motivazioni fortemente legate alla tipologia di consumo. Campari Mixx è un

prodotto da bere direttamente dalla bottiglia, la bevanda è pastorizzata, quindi la copertura di quella parte della bottiglia che andrà a diretto contatto con le labbra, è una garanzia d'igiene e un vantaggio per il consumatore.

I&S/C: Quale è stato il riscontro da parte del pubblico?

C: In questo momento siamo ancora in fase di lancio, ma abbiamo già avuto dei feed back molto positivi, sia da parte dei nostri clienti che da parte dei consumatori. Il prodotto è stato recepito come un prodotto giovane, moderno e innovativo.

Sleeve perché: la parola a Finpac

C'è chi lo sleeve lo usa e chi lo produce e lo commercializza. È il caso dell'italiana Finpac, ad esempio, che è stata coraggiosa pioniera nell'introduzione di questo "sconosciuto".



*Inks & Supplies/Comunicando:
Quando e perché scegliere
l'applicazione sleeve?*

Enrico G. Danovaro
Titolare Finpac

Finpac: Scegliere un'applicazione sleeve, vuol dire scegliere di dar via libera alla creatività. È versatile, offre l'opportunità concreta di realizzare anche su un prodotto di uso quotidiano e ordinario una decorazione perfetta nei minimi dettagli, bella e accattivante, che comunica un senso di novità".

I&S/C: I plus dello sleeve: solo estetica?

F: Sicuramente no; la sua alta efficacia in termini di protezione e antimanomissione comunica al consumatore un senso di pulizia e di integrità del prodotto. È molto spiacevole accorgersi, ad esempio, che un barattolino non era completamente sigillato, solo dopo averlo acquistato. Per quanto riguarda poi l'utilizzo nel campo del packaging promozionale, in Italia è poco sfruttato, ma, ad esempio, in paesi come Francia e Inghilterra ha molto successo.

Finpac srl, con sede a Milano, nasce nel 1987. Commercializza shrink sleeve, di cui è distributrice per Fuji Seal; etichette autoadesive; Roll-fed ed etichette Heat-Transfer. Produce invece in proprio stretch sleeve e relative macchine applicatrici.

Facciamo un passo indietro

Nato in Giappone negli anni '70, ha trovato una delle sue prime applicazioni in Italia alla fine degli anni '80 alla Centrale del Latte di Torino. La sua funzione primaria era di tamper evident, un vero e proprio sigillo di garanzia. Da lì è cresciuto, e in questa fase potremmo dire intermedia è stato utilizzato per applicazioni di pack promozionale. Ad esempio per l'inserimento di un buono sconto immediato, o per un'applicazione a bandiera in cui magari inserire un prodotto omaggio, o

sfruttando l'ampia superficie disponibile alla stampa per veicolare messaggi orientati al consumatore. Oggi, che ha raggiunto la sua piena maturità, la sua applicazione principe è la decorazione. Ma senza trascurare la sua alta efficacia protettiva nei confronti ad esempio dell'esposizione alla luce, ideale quindi per quei prodotti, soprattutto nel settore alimentare, che sono sensibili all'esposizione ai raggi UV, come ad esempio l'olio. E, soprattutto, non dimentichiamo la sua funzione di sigillo di garanzia, indicatore di prima apertura, contro ogni tentativo di mano-



missione o contraffazione, proprio per la sua capacità di rivestire la confezione come una sorta di seconda pelle, tappo compreso. Insomma, una confezione inviolabile che risponde a criteri di sicurezza, di igiene e di qualità.

Bello sì, ma quanto mi costa?

Senza voler dare qui cifre precise al centesimo e precisando che i costi sono strettamente legati ai singoli progetti, lo sleeve è sicuramente più costoso di un'etichetta diciamo così tradizionale e, a spanne, rapportando un'etichetta in plastica con uno stretch sleeve, si può parlare indicativamente di una proporzione di uno a dieci. E i costi si quantificano soprattutto come costi iniziali necessari per configurare in maniera adeguata i cilindri flessografici o rotocalco. Sono costi che sicuramente vengono poi abbattuti e recuperati quando si tratta di produzioni numericamente importanti.

Concludendo è ideale per...

Alimentare liquido e Alimentare solido, Profumeria, Cosmesi, Farmacia e Parafarmacia, Prodotti per la casa, Prodotti per l'igiene personale, Articoli per ufficio, Strumenti per scrittura... Sicuramente i campi di applicazione sono molteplici, ma a conti fatti lo sleeve sembra essersi posizionato più ampiamente nel settore beverage e food, e a posteriori questo si giustifica con le caratteristiche di questo mercato che si coniugano meglio di altre con le caratteristiche dello sleeve: consistenti quantità produttive, continue novità di prodotti che necessitano di trovare supporti comunicativi in grado di veicolare la loro originalità e innovazione. La cosmesi, ad esempio, già di per sé propone dei contenitori molto particolari, che necessitano meno di una decorazione aggiuntiva, così come il campo della detergenza propone meno frequentemente dell'alimentare novità eclatanti; inoltre in entrambi i settori i quantitativi produttivi non sono così elevati come nel food e beverage. ●

Amarena Fabbri: tradizione "rivestita di sleeve"

Inks &

Supplies/Comunicando:

Da cosa nasce questa scelta

strategico/comunicativa?

Fabbri: La scelta dello sleeve* è stata fatta in seguito alla valutazione dei risultati di una ricerca di mercato. Era emersa l'esigenza, infatti, di venire incontro al target dei consumatori occasionali di Amarena Fabbri attraverso una confezione più moderna e più pratica, di piccolo formato, ma pur sempre bella esteticamente.

I&S/C: Che feed-back avete avuto?

F: Il packaging scelto, lo sleeve appunto, si è rivelato perfettamente funzionale allo scopo e ha trovato un riscontro molto positivo tra il pubblico.

I&S/C: Quali plus ha fornito la "soluzione sleeve"?

F: Ha consentito un'aderenza al contenitore, peraltro particolarmente sinuoso, tale per cui viene perfettamente riprodotta la ceramica della confezione originale, facendo sembrare il vetro veramente decorato.

*Sleeve: famiglia di prodotti della Sleever International che garantisce il rivestimento e la protezione di un oggetto o di un imballo primario. Il nome Sleever, depositato dalla Sleever International, è esclusivamente utilizzato per indicare i prodotti di questa famiglia.



Sleeve "chiavi in mano"

| Azienda | tel. | e-mail | www |
|-----------------------|----------------------|------------------------|-----------------|
| Finpac | 02.30.01.14.1 | info@finpac.it | www.finpac.it |
| Grafiche Rekord | 02.44.54.04.1 | grafiche@rekord.it | www.rekord.it |
| Pharmapack | 02.90.79.22.4 | daniimp@tin.it | - |
| Sleever International | +33.(0)1.69.74.75.76 | fr.sleever@sleever.com | www.sleever.com |

Sleeve stampato, pronto da applicare

| Azienda | tel. | e-mail | www |
|--------------|----------------|------------------------|-------------------|
| Goglio Group | 0332.94.01.11 | info@goglio.it | www.goglio.it |
| Masterpack | 0332.79.92.58 | info@masterpack.it | www.masterpack.it |
| Sutermeister | 02.91.89.73.7 | - | - |
| Viappiani | 02.70.10.11.12 | viappiani@viappiani.it | www.viappiani.it |