



PIÙ DI CENTO ANNI IN EVOLUZIONE

Eurpack, azienda fondata nel 1912 e specializzata nel settore farmaceutico, a nuove esigenze produttive ha risposto con due Koenig&Bauer Rapida 106 a sette colori più vernice.

Più di cento anni di continua evoluzione. Eurpack, azienda di stampa specializzata nel packaging secondario in cartoncino teso, nasce nel 1912 a Roma con la Arti Grafiche Giustini, fondata da Ferruccio Giustini e specializzata nella stampa di locandine e volantini. Ma la stampa commerciale non era nel futuro di questa azienda, che nel 1940 inizia la produzione dei primi astucci in cartoncino teso per il settore farmaceutico. Dal 1986 Roman Diaz Gonzales, nipote del fondatore, promuove un forte sviluppo di Eurpack facendola diventare un gruppo che fattura 45 milioni di euro, gestito oggi dalla quarta generazione della famiglia Diaz (Corrado, Monica e Luca), con tre siti di produzione, due di logistica e 250 dipendenti.

«Il gruppo si occupa dello sviluppo e della produzione di astucci, foglietti illustrativi, stampa di alluminio per blister, prodotti complessi, serializzazione, espositori, gestione artwork e confezionamento per il settore farmaceutico e cosmetico», spiega Monica Diaz, chief executive officer del Gruppo, che in tanti anni in azienda ha visto cambiare il mercato di riferimento:

«Il settore farmaceutico è caratterizzato da altissimi standard di qualità e servizio. Le autorità effettuano controlli serrati sulle Aziende di produzione del farmaco, focalizzandosi sui processi produttivi: principi attivi, materie prime e materiali di packaging. In risposta a queste esigenze il Gruppo Eurpack ha investito in risorse economiche e umane. In ambito Assicurazione Qualità questo si riflette in un parco di Certificazioni completo: qualità del prodotto e del processo produttivo; salute e sicurezza dei lavoratori; approvvigionamenti da fonti rinnovabili; controllo delle emissioni in atmosfera; autorizzazione al confezionamento secondario di medical device e di integratori alimentari». E per quanto il 2020 sia stato un anno difficile da gestire («Sono stati affrontati grandi sforzi per rispondere all'onere e all'onore di far parte di un settore ritenuto essenziale durante la pandemia», afferma Monica Diaz), per Eurpack è stato anche l'anno di ingresso in azienda di due nuove macchine da stampa: due Koenig&Bauer Rapida 106 a sette colori più vernice



La quarta generazione della famiglia Diaz: Monica, Luca e Corrado Diaz Gonzales Olivetti, rispettivamente chief executive officer, production director e sales director di Eurpack.



installate negli stabilimenti di Aprilia (Latina) e Robecco sul Naviglio (Milano). Il rapporto di Eurpack con Koenig&Bauer inizia negli anni Novanta: «In un periodo di forte crescita aziendale, Eurpack decise di investire per rinnovare il parco macchine da stampa, prima nella sede di Aprilia e poi in quella di Robecco sul Naviglio. Il servizio e il supporto che a quel tempo diede la Koenig & Bauer fu determinante per la scelta di quello che poi sarebbe diventato un partner più che un fornitore», afferma Luca Diaz, production director di Eurpack. E ancora una volta la scelta è ricaduta sul produttore tedesco, che ha installato le due soluzioni negli scorsi mesi: «Le installazioni delle due macchine sono avvenute nel pieno della pandemia e del lockdown, vincolandoci nella gestione dei tecnici che provenivano dalla Germania e costringendoci a posticipare di qualche settimana l'installazione ad Aprilia. Anche la permanenza dei tecnici non è stata di facile gestione: per attenerci pienamente alle disposizioni dei Dpcm abbiamo gestito l'intera installazione con procedure e zone dedicate», spiega Luca Diaz. Ma oggi le due Rapida 106 sono in funzione e i primi mesi di utilizzo, a detta del production director di Eurpack, confermano le aspettative e corrispondono ai test in sede di collaudo. Gli obiettivi per il futuro sono già stabiliti: «Ci aspettiamo di aumentare ulteriormente il livello di qualità dei nostri prodotti contestualmente a un efficientamento produttivo nel processo e nella gestione dello stampato grazie alle tecnologie software accessorie acquistati con le macchine», dice Luca Diaz. La tecnologia a cui fa riferimento è quella di LogoTronic,

un software di pianificazione e controllo della produzione che nel caso di Eurpack ha permesso di connettere le macchine al sistema gestionale e fra di loro, incrementando così la capacità produttiva del Gruppo. «L'azienda ha avanzato determinate richieste per soddisfare le attuali e aumentate esigenze produttive, a condizione che comportassero una riduzione dei tempi di avviamento e degli scarti e che questi obiettivi venissero raggiunti con l'interconnessione delle macchine al sistema.



La soluzione sono state queste macchine: oggi una stessa commessa può essere prodotta indifferentemente nei due stabilimenti senza bisogno di ulteriori settaggi», spiega Emanuele Pogliani di Koenig&Bauer. «Le dotazioni scelte sono mirate a un controllo continuo del colore e a un risparmio del tempo di avviamento», conferma Luca Diaz, secondo cui l'automazione dei processi passa anche attraverso l'integrazione intelligente di macchinari evoluti: «Lavorando per il settore farmaceutico e cosmetico, il cambio colore (la maggior parte dei lavori è in Pantone) e la relativa pulizia tra un avviamento e l'altro sono fondamentali sia in termini di efficienza produttiva che di qualità. Il mantenimento dei valori spettrofotometrici durante la produzione poi ne garantiscono la costanza intralotto». E per il futuro? «Eurpack è in continua evoluzione e ormai sono molti i prodotti e i servizi che può offrire ai propri clienti. I prossimi investimenti riguarderanno sicuramente il settore degli astucci (core business dell'azienda) con soluzioni all'avanguardia per mantenere sempre alto il livello di qualità e di servizio», afferma Luca Diaz.