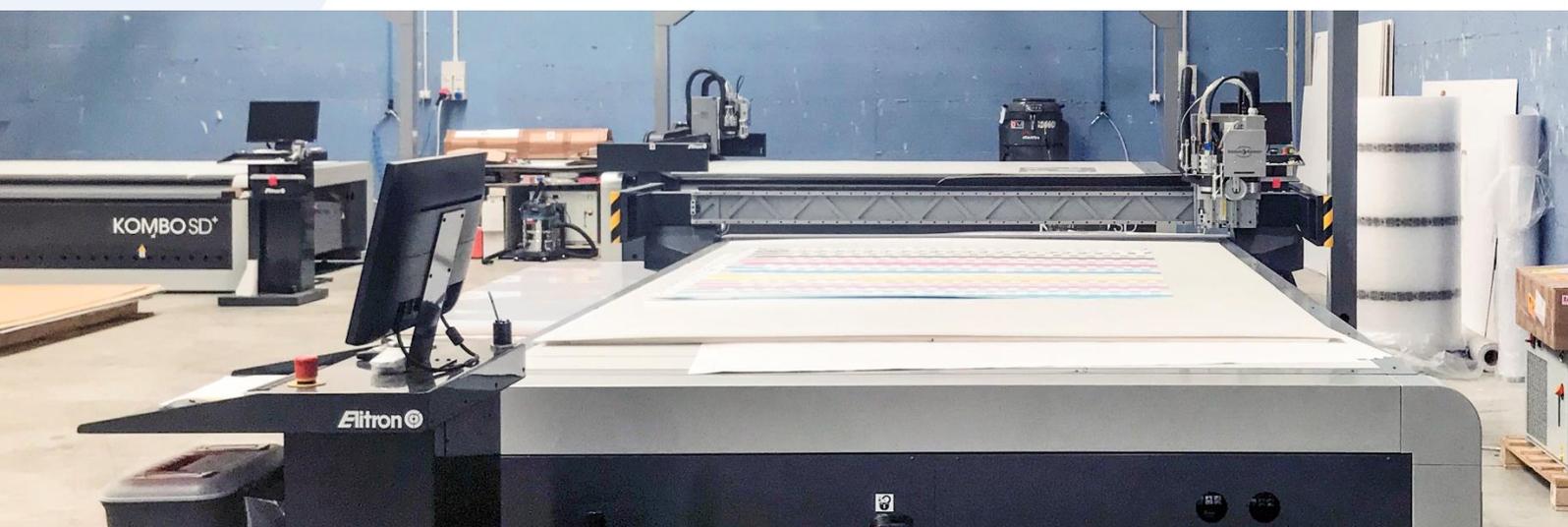


Con sedi in Lombardia e Veneto, la società italiana di servizi alla GDO accelera nel piano di diversificazione del business, e scommette su Kombo SD, Kombo T e Spark

Cinque nuove Elitron per Sismaitalia, che scommette su display e packaging smart

di Lorenzo Villa, Italia Publishers



Insolito per un'azienda della comunicazione visiva, il nome Sismaitalia coniuga indissolubilmente il noto brand "Sisma" e un inusuale orgoglio patrio, lasciando trasparire l'ambizione di andare oltre la stampa. Fondata nel 1989 da Oscar Stucchi con il nome di Biesse, per oltre un decennio l'azienda resta focalizzata sulla distribuzione in cassetta postale di materiali pubblicitari per la GDO. La prima fase di trasformazione, che introduce il brand Sisma e apre ai servizi di stampa digitale di grande formato, risale alla fine degli anni Novanta, e prosegue nei primi anni Duemila con l'introduzione di macchine leggendarie, come Scitex TurboJET. Proprio questa tecnologia si rivelerà l'apripista per sistemi sempre più evoluti e produttivi per l'affissione esterna.

Nel 2010, Biesse acquisisce il ramo d'azienda della concessionaria di pubblicità veronese Emmeitalia, accrescendo il parco clienti e creando le condizioni per un aumento di volumi e fatturati. Nella nuova organizzazione entra anche Federica Tisato, già direttore marketing di Emmeitalia, che assume il ruolo di managing director.

Nel 2015 l'azienda cambia nome in Sismaitalia, e diventa il primo utilizzatore europeo di HP Latex 3500. Nel 2017 arrivano poi una stampante 3D di grande formato Massivit 1800 (la prima in Italia), le tecnologie inkjet a base acqua di MBA, e una Fujifilm Acuity Ultra da 5 metri.

Il sodalizio tra Tisato e Stucchi, oggi Presidente del CDA, imprime a Sismaitalia uno stile e un modello di business originale e diversificato, che nelle scorse settimane ha dato impulso a un imponente investimento in tecnologie digitali di taglio Elitron.

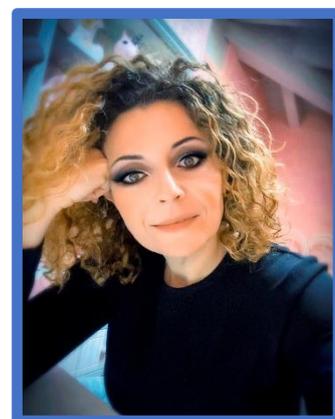
L'anno del Covid-19 spalanca nuovi scenari di business

Se per molti è destinato a restare un annus horribilis, per Sismaitalia il 2020 si apre all'insegna di un'inattesa rivoluzione sul fronte delle tecnologie e del business, generata da un mix di fortuna, scaltrezza e visione.

A offrire il primo stimolo è propria l'epidemia di Covid-19, che spinge

Sismaitalia a realizzare un particolare scudo facciale, pensato per gli operatori sanitari e per categorie di lavoratori che necessitano di piena libertà d'azione, e di adeguata protezione. Il prodotto, denominato SismaMask, sfrutta il potenziale della tecnologia di stampa Massivit 3D, col cui polimero (resistente ed elastico) viene realizzato l'archetto di fissaggio alla fronte, cui è applicata una striscia di gomma antisudorazione. Gli schermi intercambiabili in PETG – materiale trasparente antiriflesso, antiappannamento e antigraffio – sono invece sagomati con un sistema di tagli digitale.

«Di natura siamo degli innovatori, sempre alla ricerca di qualcosa che altri non fanno, ma il lockdown è stato particolarmente proficuo dal punto di vista delle idee», spiega Tisato. «L'idea dello scudo facciale è mia, ma l'abbiamo ingegnerizzata grazie al contributo di Massivit, e resa disponibile a tutti gli altri utilizzatori mondiali della tecnologia 3D israeliana. Noi stiamo vendendo bene, e so che altri colleghi europei ne hanno tratto rapidamente beneficio».



Federica Tisato,
Managing Director di Sismaitalia



La seconda intuizione, di maggior continuità e impatto sul fronte produttivo e tecnologico, riguarda l'avvio di una nuova business unit cartotecnica.

«Dall'affissione alla stampa diretta, dai volantini agli eventi, l'eterogeneità di prodotti e servizi è nel nostro DNA», afferma Stucchi. «La volontà di arricchire l'esperienza d'acquisto dei nostri clienti, e la consapevolezza che nel settore cartotecnico mancasse qualcosa, ci hanno spinti in questa direzione».



Quattro settori strategici

I ritmi rallentati della pandemia offrono al management di Sismaitalia l'occasione per mettere a punto idee e strategie già parzialmente abbozzate, frutto di una relazione pluridecennale con i big della GDO. Il risultato è un progetto dalla quadruplice valenza.

La prima area di intervento riguarda l'evoluzione dell'isola promozionale, che diventa spazio espositivo multimaterico e sensoriale, combinando prodotti in cartone con applicazioni di stampa 3D. Il secondo pilastro sono gli espositori in cartone, con l'introduzione di nuovi approcci materici e modelli di progettazione. La terza area concerne la creazione di imballaggi ad alte prestazioni in quantitativi medio/alti, un'area finora poco esplorata dal digitale. L'ultimo progetto è focalizzato sull'avvio di un servizio di prototipazione rapida multimaterica.

Per acquisire velocemente le competenze necessarie, Sismaitalia avvia un processo di reclutamento di risorse umane dedicate, anzitutto progettisti e product manager, incaricati di sviluppare le singole business unit.

Il giusto finishing per ogni materiale e applicazione

Messa a punto la strategia, Sismaitalia avvia un confronto serrato con i principali fornitori di tecnologie di stampa, converting e gestione del flusso di lavoro. Un processo che restringe a pochi brand l'elenco dei potenziali fornitori. Sul fronte della stampa, l'azienda sceglie di affidarsi nuovamente ad HP, acquistando una HP Scitex T1000, per la stampa diretta su cartone ondulato. Nell'ambito della fustellatura, appare subito chiaro che un modello di business fortemente diversificato imporrà l'utilizzo di innumerevoli materiali, talvolta ignoti o inediti. Anzitutto il cartone, in tutte le sue varianti, ma anche materie plastiche, espansi e schiume, singoli o accoppiati, in una varietà di differenti formati, spessori e densità.



Portato a termine un ciclo di analisi tecniche e dimostrazioni, Sismaitalia conclude di dover implementare più centri di taglio e fresatura, ciascuno con caratteristiche, flussi di lavoro, applicativi software e utensili specifici. In questa delicata fase, il management aziendale si avvicina all'italiana Elitron.

Design thinking come criterio nuovo e inatteso per scegliere la tecnologia

I primi test, effettuati presso il quartier generale di Elitron, proiettano sia il team di Sismaitalia che quello di Elitron in una condizione inattesa, scatenando un processo di design thinking congiunto, in cui vengono coinvolti anche fornitori di materie prime e adesivi.

«Spontaneamente, abbiamo dato vita a un'equipe di soggetti cointeressati a raggiungere un obiettivo comune, senza timore di scoprire le carte o perdere le proprie prerogative, entusiasti all'idea di acquisire know-how e nuove competenze», racconta Tisato. «Via via che eseguivamo i test, Elitron ci ha supportati nella scelta delle macchine, delle configurazioni e degli utensili giusti, senza mai scivolare in derive commerciali e schemi preconfezionati. Tanto che, da tre macchine inizialmente ipotizzate, ne abbiamo acquistate cinque».

Per la fustellatura di imballaggi e display in cartone ondulato, Sismaitalia acquista tre unità Elitron Kombo SD 31.20 da 3.100x2.000 mm, equipaggiate con testa multiutensile di taglio, cordonatura e fresatura, conveyor belt e Seeker System per il riconoscimento automatico delle immagini stampate sul piano di taglio. Le tre unità sono già in produzione nel sito produttivo di Cernusco Lombardone, a nord di Milano.



Per la lavorazione di supporti speciali, l'azienda sceglie invece Elitron Kombo T 16.20 in formato 1.600x1.200 mm, un plotter a piano fisso in grado di tagliare materiali espansi fino a 120 mm di spessore, equipaggiato con modulo di taglio oscillante pneumatico, mandrino di fresatura, modulo penna e sistema di videoproiezione per il posizionamento della sagoma sul materiale.

Infine, per le lavorazioni di prototipazione rapida su ogni tipo di materiale, la scelta cade sul sistema di taglio compatto Elitron Spark 19.16 da 1.900x1.600 mm, una macchina con conveyor belt e testa multiutensile, anch'essa equipaggiata con moduli di taglio fisso e oscillante, cordonatura, fresatura e telecamera.

Flussi di lavoro integrati e più automazione

Oltre che sulla flotta di attrezzature, nell'ultimo decennio Sismaitalia ha intrapreso un piano di allineamento ai precetti dell'Industria 4.0 insieme al suo partner Orchestra. Entrambi i siti produttivi, che sfruttano applicativi e risorse in Cloud, adottano flussi di lavoro basati su Enfocus PitStop e Switch. Allo stesso modo, sia la nuova HP Scitex 11000 (installata a Cernusco Lombardone) che i sistemi HP Latex 3500, MBA Fast On Paper e Fujifilm Acuity Ultra (installati a Bussolegno) utilizzano i software di stampa Caldera. Tutta l'organizzazione si avvale poi del gestionale Arianna Printing, di Interlem GP Omega, per governare i processi amministrativi, commerciali e di pianificazione, oltre che per logistica e giacenze di magazzino.

In presenza di una stampante per il cartone ondulato come HP Scitex 11000, capace di produrre fino a 650 m²/h e dotata di unità di carico e scarico automatizzato dei materiali, la scelta di acquistare più macchine da taglio standalone può apparire miope. Tale decisione nasce invece da una visione chiara, e dalla volontà di preservare la massima flessibilità e interoperabilità. «Un sistema completamente automatizzato come Kombo TAV è un sogno a occhi aperti, e certamente entrerà nel nostro flusso di lavoro in futuro», spiega Stucchi. «In

questa fase iniziale, però, abbiamo voluto creare una grande potenza di fuoco, ma senza irrigidirci. Il prossimo step, non appena i volumi di materiali rigidi saranno più importanti, sarà infatti automatizzare il carico delle tre Kombo SD con il sistema Heleva di Elitron».

Verso un progetto industriale tutto italiano (o quasi)

La scelta di affidarsi a Elitron, per Sismaitalia va oltre le performance e gli imprescindibili fondamentali tecnologici.

«Nella proprietà e nelle direzioni strategiche di Elitron abbiamo intravisto un'identità forte, e uno spirito d'impresa simile al nostro», racconta Stucchi «È un'azienda che ha saputo entrare velocemente nel nostro processo tecnico e commerciale, avvicinandoci rapidamente ai mercati e ai clienti che vogliamo avvicinare».

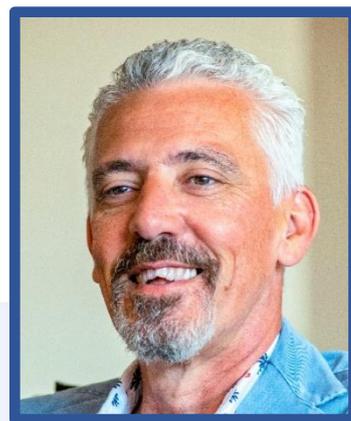
Un modello valoriale e di reciprocità che Sismaitalia applica da sempre alla relazione coi propri fornitori. Lo dimostrano il progetto anti-Covid sviluppato con Massivit, il percorso di sviluppo tecnologico intrapreso con MBA ed MS per la stampa di affissioni a base acqua, o la collaborazione da poco instaurata con un produttore italiano di materie plastiche.

«Ricerca, mettere a punto soluzioni uniche e lavorare in squadra sono valori che l'industria italiana ha dimenticato, aumentando la distanza tra gli imprenditori e perdendo competitività», afferma Tisato. «Oggi, per finalizzare rapidamente un progetto complesso, bisogna essere multidisciplinari, e l'unione di forze e competenze è l'unica via percorribile».

Pur aperta alle contaminazioni e alle tecnologie di partner e fornitori globali, Sismaitalia fa dell'italianità un motivo di orgoglio. Un valore aggiunto fondato esclusivamente sulle doti e sui talenti migliori del Belpaese. Primo tra tutti, la capacità di relazionarsi coi clienti e trasferire loro una sensazione di piacere, bellezza, positività, comprensione delle loro problematiche.

«Se riesci a capire i bisogni e le sofferenze dei clienti, a farli pensare, a offrire loro non solo il miglior prodotto possibile, ma un contributo psicologico e morale, commercialmente non puoi fallire», conclude Tisato. «L'Italia racchiude creatività e abilità enormi, che noi stessi faticiamo a comprendere. Per questo, dibattere e confrontarci con le nostre controparti nazionali, tra cui ora c'è Elitron, è diventata una priorità aziendale e personale».

In quest'ottica, a giugno 2020 Sismaitalia ha avviato una campagna pubblicitaria sui principali quotidiani economici nazionali denominata "Il Made in Italy contro il Covid-19".



**Oscar Stucchi,
Presidente del CDA di Sismaitalia**