

Un giovane imprenditore tedesco riporta alla vita uno scatolificio grazie a un modello basato sul re-shoring e sulla fustellatura digitale con Elitron Kombo TAV

Da broker a box maker, c'è un po' di Italia nella favola digitale di Bags 'n Boxes

di Lorenzo Villa, Italia Publishers



La cittadina di Waldbüttelbrunn è poco fuori Würzburg, a breve distanza dalla leggendaria Koenig & Bauer, nel cuore di un distretto dove sono insediate alcune delle aziende di maggior successo nella stampa online e nel packaging. Per questo, quando abbiamo appreso dell'esistenza di Bags 'n Boxes, della sua speciale location e della sua predilezione per la tecnologia Made in Italy, abbiamo deciso di partire. Se il sobrio edificio che ospita l'azienda non lascia trasparire granché, è una coloratissima Fiat 500 nel parcheggio a far presagire un mood aziendale molto particolare. Entrando nel grande open space, ad accoglierci c'è un ambiente giovane e raffinato, con un numero di postazioni Mac degno di un'agenzia di comunicazione, e complementi d'arredo di design italiano. Di lì a poco arriva, a bordo della sua Vespa, il giovane e solare Johannes Albert, fondatore dell'azienda. Non servono preliminari e basta qualche scambio di battute (tecnologiche, s'intende) per capire che ci troviamo di fronte a un fuoriclasse, un libero pensatore genuinamente appassionato della sua materia prima quotidiana: il cartone ondulato.

Dalla bancarotta al successo

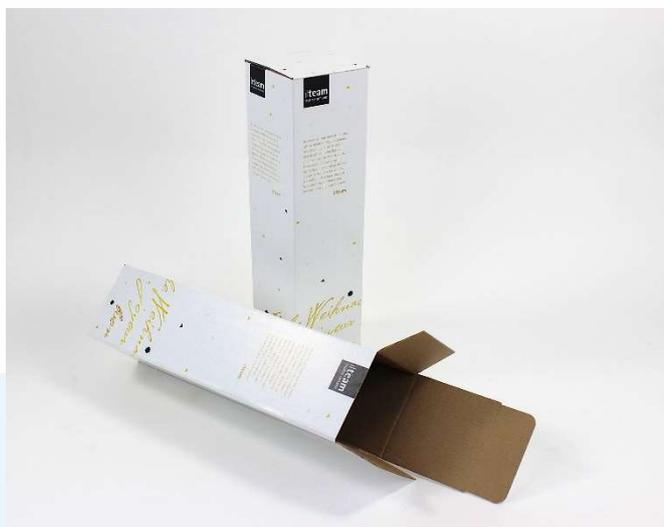
Quella di Bags 'n Boxes non è la solita storia del family business che si prepara all'ennesimo cambio generazionale. Ma piuttosto l'ultimo capitolo della saga di uno scatolificio dal business consolidato che, dopo generazioni di attività immutata (e immutabile) porta i libri in tribunale. E il primo capitolo della storia di un'azienda, e di un gruppo di lavoro, che incontrano sul proprio cammino non il solito compratore seriale, ma un angel investor inatteso e completamente digiuno di scatole, fustelle,



Johannes Albert, titolare della Bags n' Boxes

cordoni e incollature. È il 2013 quando Johannes Albert rileva l'azienda, e si rimbecca le maniche per ridefinirne il modello di business e disegnarne il futuro. Dal fallimento il nuovo titolare rileva non solo un piccolo museo di macchinari "vintage" marchiati Bahmuller, Bobst e Emba, ma anche una trentina di stipendi da pagare. Oltre a un parco di clienti diretti abbastanza eterogeneo, poco virtuoso e bisognoso di una pesante scrematura. Cinque anni dopo, del vecchio scatolificio polveroso non c'è più neppure l'ombra, le commesse non redditizie tagliate, il team dimezzato e il parco macchine completamente ridefinito. A tutto vantaggio dei fatturati e delle marginalità, oggi sopra la media.

Dalle scatole "seriali" al tailor-made digitale



L'intuizione che permette a Johannes di risolvere le sorti dell'azienda e di condurre al successo la sua newco nasce da un'approfondita analisi dei bisogni dei clienti e dalla presa di coscienza che il mondo del packaging sta cambiando, avviandosi ineluttabilmente verso la produzione on-demand e un just-in-time spinto. A questo il fondatore di B'nB aggiunge un ingrediente che conosce molto bene: la vendita online. Così nasce bagsnboxes.de, che non si propone come l'ennesimo portale di online

printing o uno sterile sito vetrina, ma come una piattaforma professionale per l'acquisto di scatole in ondulato completamente personalizzate, in volumi bassi, medi ed elevati. Un modello che impone a Bags 'n Boxes di dotarsi di strumenti capaci di soddisfare la promessa di efficienza e personalizzazione fatta alla propria clientela. La rivoluzione inizia con l'adozione

delle prime piattaforme digitali, una Mimaki JFX-1631 e una Xanté Excelagraphix 4800 per la produzione di piccoli lotti completamente personalizzati, affiancate da un sistema di taglio flatbed Mimaki CF2-0912. Il gap tra le piccole unità digitali e le ultra-produttive linee di fustellatura e cordonatura tradizionali, tuttavia, resta incolmabile e genera un problema di competitività.

Il taglio digitale automatizzato è la chiave

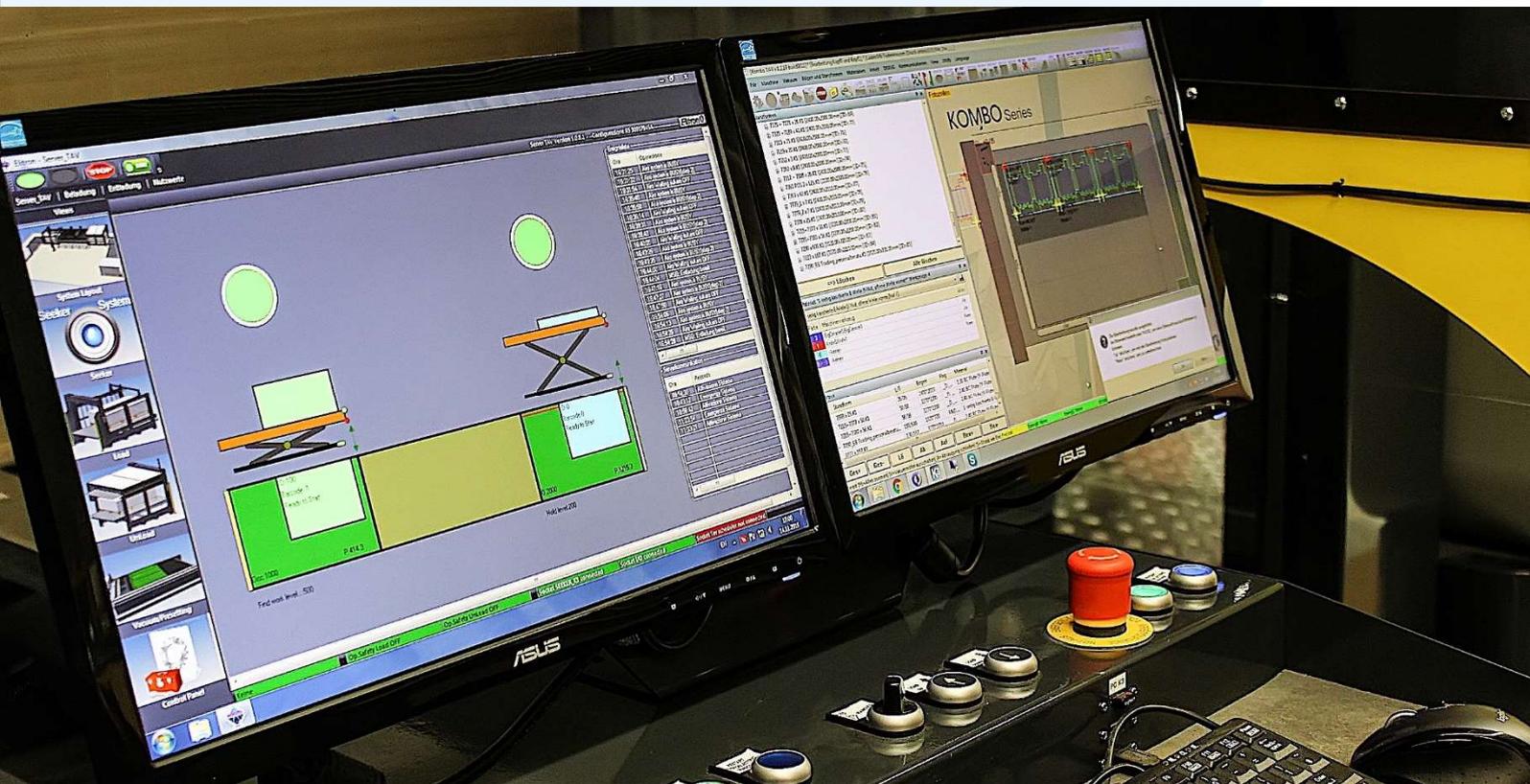
B'nB inizia un processo serrato di scouting tra le tecnologie digitali più performanti, visitando le fiere, i costruttori e gli utilizzatori finali più innovativi di tutta Europa. «Ci era chiaro che parte della soluzione sarebbe passata dall'adozione di un sistema di taglio e cordonatura digitale, ma faticavamo a identificare una piattaforma adatta alle nostre esigenze – spiega Johannes Albert – se molte macchine ci



hanno fatto brillare gli occhi per velocità e precisione, nessuna ci ha convinti per il grado di automazione. Finché non ci siamo imbattuti in Elitron». La forte polverizzazione delle commesse, unita all'esigenza di combinare tirature basse, medie e alte, ha convinto lo scatolificio tedesco della bontà della tecnologia italiana. Con l'adozione di Kombo TAV, il reparto di pre-stampa di B'nB predispose i lavori durante la giornata, quindi la macchina completa le commesse anche su due o più turni. Se il taglio digitale beneficia infatti dei vantaggi derivanti dall'assenza di fustelle fisiche e dall'azzeramento dei tempi e costi di setup, l'esecuzione dei tracciati di taglio e cordonatura più complessi può trasformarsi in un collo di bottiglia. «La grande autonomia e l'affidabilità di Kombo TAV ci consentono di effettuare la maggior parte delle lavorazioni senza operatore, specie su materiali sottili, dove la durata delle lame è maggiore e lo scarico tramite AiroPanel è affidabile al 100%, con una presa e un rilascio perfetti del materiale fustellato, anche senza ponticelli. Con un'altezza della pila di 1,5 metri, utilizzando un double flute da 7 mm abbiamo un'autonomia di 220 fogli, ma con materiali più sottili arriviamo a 500-600 fogli – spiega Johannes Albert – Così la macchina ha tutto il materiale necessario per lavorare 6-7 ore, dalle 11 di sera fino alle 8 del mattino, quando troviamo le commesse pronte da consegnare».

Verso l'automazione più spinta

A rendere più efficiente il workflow di Bags 'n Boxes è la particolare gestione delle lavorazioni, che valorizza ulteriormente la piattaforma di taglio digitale Elitron. Tutto è basato sull'infrastruttura software proprietaria di Bags 'n Boxes, ispirata ai più evoluti modelli di web-to-print, ma basata su un gestionale proprietario e su moduli Esko. Questi consentono di raggruppare automaticamente le lavorazioni, sulla base della tipologia e dello spessore del materiale, posizionando su uno stesso foglio più commesse compatibili per formato e quantità. «Il cliente deve solo scegliere il tipo di box, la dimensione, il materiale e il numero di pezzi – conclude Albert – a quel punto è il software a definire quando verrà prodotto e consegnato. Sollevando gli operatori dalla responsabilità, e garantendo sempre il miglior prezzo e i minori scarti». L'idea di un'automazione completa, le prospettive di crescita dei volumi e l'ipotesi concreta di affiancare alla prima Kombo TAV una seconda o una terza unità, sono tra le ragioni che hanno indotto B'nB a ordinare il sistema Elitron nella versione già predisposta per l'installazione di rulliere per la movimentazione automatica dei fogli e delle pile di materie prime e semilavorati tra i diversi reparti produttivi.



Intervista a Johannes Albert, Fondatore e CEO di Bags 'n Boxes

Come nasce Bags 'n Boxes, e qual è il tuo personale background?

Ho costituito l'azienda nel 2013, senza esperienza nel converting. Commercializzavo già shopping bag per grandi brand del retail e del lusso, ma mi affidavo a terzisti. L'opportunità è nata per caso, quando mi sono imbattuto in un vecchio scatolificio in difficoltà, ormai alla quinta generazione. Avevo sempre desiderato fare packaging e, quando l'azienda è fallita, li ho chiamati, sono andato a visitarli. Infine li ho comprati.

Ce l'avevi nel sangue?

Lo confesso. Quando ero piccolo i miei genitori avevano un'azienda di stampa offset, ma l'avevano venduta perché erano anziani, e io troppo giovane per condurla. Per questo mi ero ripromesso di stare lontano dalla stampa.



E invece...

Ho seguito l'istinto e cinque anni e mezzo fa ho iniziato a produrre scatole con le poche e vecchie attrezzature acquisite dal fallimento. Nonostante il mercato delle scatole in ondulato fosse molto tecnico e le tirature medie in calo, ero certo che l'azienda avesse un futuro. Ma

solo a condizione di cambiarne il modello di business. A partire dai clienti. L'azienda che ho comprato serviva per il 100% aziende industriali, producendo scatole standard. Nulla di luxury né di specialistico. Ad oggi abbiamo circa 500 clienti, molto diversi tra loro. Un mix di agenzie, graphic designer, brand owner, retailer, aziende manifatturiere.

Come hai invertito la rotta?

La stampa di packaging sta vivendo la crisi e la trasformazione che il commercial printing ha già subito vent'anni fa. Nel corrugated ci sono aziende old fashioned, che fanno grandi volumi con i loro slotter, fustellatori e case maker. Molti si stanno evolvendo, ma tendono a farlo partendo dalla produzione. O magari aprendo un negozio online. Ebbene, io credo che la produzione non sia il primo, ma l'ultimo punto.

Cosa intendi dire?

In passato la cosa più importante era produrre. Se uno scatolificio aveva 100 dipendenti, 90 erano in produzione e 10 in ufficio. Oggi non hai più 20 clienti con grandi quantità, ma 500 con piccole quantità. Eppure il lavoro dietro a una commessa da 100 pezzi e una da 100.000 è lo stesso. Quindi dovresti invertire gli equilibri, con 90 persone in ufficio per marketing e IT, e 10 in produzione.



Con quale modello produttivo?

È indispensabile ridurre l'intervento umano e automatizzare. I buyer devono poter calcolare prezzo, quantità, e avere a disposizione sistemi di proofing automatico basati sul PDF. La produzione deve funzionare quasi automaticamente, e le tecnologie hardware devono adattarsi a questo paradigma. Per questo abbiamo introdotto Kombo TAV.

Qual è il più segmento di mercato più promettente?

Intendiamo entrare sempre di più nel luxury di basso volume, in cui la produzione digitale può fare davvero la differenza.

La personalizzazione è vista da molti come la prossima rivoluzione nel packaging...



Al momento non c'è una domanda esplicita. Forse perché in Germania funzionalità e prezzo sono ancora prevalenti rispetto all'estetica, ma di fatto il nostro cliente tipo chiede prevalentemente piccole quantità con lo stesso layout e la stessa qualità delle grandi, solo in modo più veloce. Anche in questo campo, tuttavia, credo che l'automazione e la scalabilità dei processi siano la chiave.

Nel campo della stampa digitale stiamo svolgendo un'indagine approfondita su quale soluzione adottare, mentre nel converting la tecnologia Elitron è già matura per coniugare volumi e personalizzazione spinta.

Il digitale nel corrugated, quindi, è una via segnata?

Il digitale è il vero game changer, non tanto per i macchinari, ma piuttosto sul fronte del servizio ai clienti. Nel nostro caso, se prima eravamo dei semplici trader, il digitale ci ha dato la possibilità di produrre internamente. Questo per il cliente si traduce nel beneficio di avere un prodotto nel giusto tempo, al giusto prezzo, personalizzato e ordinabile nel quantitativo effettivamente necessario.