

■ Visita allo stabilimento Fontegrifica di Cinisello Balsamo

NOBILITAZIONE SENZA CONFINI

USARE IL LEGNO, LA PLASTICA, CARTE PARTICOLARI, TECNOLOGIE MISTE DI STAMPA. MA ANCHE LA STAMPA A CALDO, LA SERIGRAFIA O SEMPLICEMENTE UN FORMATO FUORI DAL COMUNE. LE TECNICHE PER NOBILITARE UNO STAMPATO SONO MOLTE, DA QUELLE PIÙ SEMPLICI A QUELLE DI FRONTIERA. CERCHIAMO DI SCOPRIRE QUALI SONO E COME SI «VENDONO» LE NOBILITAZIONI

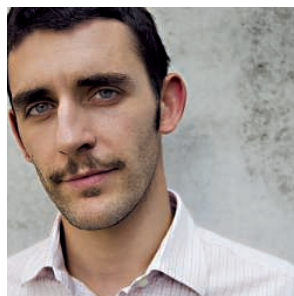
«C

onferire dignità; accrescere valore e prestigio».

Questa è la definizione che il dizionario Garzanti fornisce per «nobilitare».

Quando si parla di arti grafiche la nobilitazione è proprio questo: usare tecniche che possano dare un valore aggiunto a uno stampato.

Quello che resta da stabilire è quale sia la valenza di questo termine nella stampa e cioè quando si può iniziare a parlare di nobilitazione vera e propria e fino a che punto si estendano oggi le tecnologie di stampa che consentono di fare della comunicazione stampata un prodotto «altro», che va oltre la semplice carta inchiostata. Per cercare di scattare una fotografia della nobilitazione ai massimi livelli abbiamo parlato con **Corrado Musmeci**, responsabile



Corrado Musmeci, responsabile della comunicazione di Fontegrifica.

Musmeci, responsabile

della comunicazione di **Fontegrifica**

[www.fontegrifica.it], azienda di Cinisello Balsamo (MI) che da oltre 50 anni opera nel settore delle arti grafiche con pre stampa, tipografia, litografia e legatoria. Non abbiamo scelto a caso Fontegrifica, che sin dalla ragione sociale e dal pay off, «idee di stampa», suggerisce quello che è in realtà: un'azienda che combina creatività e un uso estremo, dovuto a grandi sperimentazioni, delle più variegiate tecnologie di stampa. Ne è un esempio il calendario che ogni anno stampa un po' per promozione e un po' come laboratorio di ricerca e sviluppo per esplorare i confini dell'arte della stampa. Qualche esempio? La copertina del calendario di quest'anno è stampata offset

in pluricromia multistrato (pentacromia con argento e bianco offset), con bassorilievo e la «F» del logo stampata in argento olografico a caldo. Pescando un mese a caso, marzo è stampato in offset esacromia (quadricromia più argento e nero), con laminazione olografica rainbow, serigrafia argento lucida glitterata, serigrafia Uv trasparente lucida spessorata e la solita «F» serigrafata argento opaca glitterata. Nella pagina di ottobre, per chiudere questi esempi, la stampa offset in policromia è combinata con la stampa flessografica (quadricromia, oro flexo e 4 colori spot), con un rilievo del soggetto protagonista e una stampa a caldo rosso olografico della «F». Ecco perché Fontegrifica ci sembra la scelta giusta



Calendario fonte grafica 2010. Mese di gennaio: stampa offset in pluricromia multistrato (bicromia + bianco offset + quadricromia) con zigrinatura e serigrafia floccata nera. La «F» è stampata in argento olografico a caldo.



Mese di marzo 2010: stampa offset in pluricromia con colore spot multistrato (quadricromia + argento + nero) con laminazione olografica rainbow e serigrafia argento lucida glitterata. La seconda serigrafia Uv è trasparente lucida spessorata. La «F» serigrafata in argento è opaca e glitterata.



Il mese di aprile del calendario Fontegrafica 2010 è stampato in offset multistrato (quadricromia + doppio bianco) con plastificazione minipillars olografica trasparente. La «F» è stampata in argento lucido a caldo.



Il mese di giugno 2010 è in stampa offset in pluricromia spot multistrato (quadricromia + fucsia + bianco offset) con stampa a caldo in argento lucido retinato mezzatinta. La «F» è stampata in argento lucido a caldo.

per parlare di nobilitazione, il suo core business. «Ma che cos'è in realtà la nobilitazione nella stampa?», è il primo a domandarsi Corrado Musmeci. «Una vernice in macchina è una nobilitazione, o si può usare questo termine solo quando si parla di vernice serigrafica? Stampare in esacromia è in sé una nobilitazione rispetto alla quadricromia? Direi che il confine è molto sottile. Noi per nobilitazione intendiamo tutte le lavorazioni, da quelle più classiche a quelle più complesse che fanno aumentare la qualità e il valore di uno stampato». Per Musmeci la nobilitazione di uno stampato potrebbe essere l'accoppiatura di una copertina con Plexiglass o la rilegatura con filo Singer. «Anche in questo caso», continua Musmeci, «ci

accorgiamo di quanto sia vago il termine nobilitazione. Ora sono di moda le copertine con filo Singer bianco. Sono talmente diffuse che forse non si può più parlare di nobilitazione, ma se uso il filo di un altro colore diventa forse nobilitante?». A Musmeci piace inoltrarsi in questi paradossi, ma quello che per lui è un caposaldo sono le tecniche nobilitanti, classiche o evolute che siano. «Noi consideriamo nobilitanti», sottolinea Musmeci, «la pluricromia, l'alta definizione, le verniciature in macchina, la stampa a caldo, il rilievo, le serigrafie. Ma devono essere fatte a regola d'arte. E poi ci piace lavorare alle "nobilitazioni delle nobilitazioni"». Se la serigrafia classica è nobilitazione, noi ci spingiamo oltre usando materiali come la sabbia o lo zucchero».

Vendere la nobilitazione

Le capacità di dare un valore aggiunto a uno stampato mediante queste tecniche non è per niente utile se poi non si riesce a «vendere» la nobilitazione. A trasferire il suo valore aggiunto a clienti che, oggi più che mai, stanno molto attenti al prezzo finale del prodotto oltre che al suo impatto emozionale. «Ma noi in effetti non vendiamo quasi mai la nobilitazione in sé», dice Musmeci. «Proprio perché non c'è una definizione precisa, un limite esatto di questo termine, non ci chiedono mai di "nobilitare" lo stampato. A volte ci vengono fatte richieste precise, come una serigrafia lucida su un titolo per farlo spessorato, ma frequentemente siamo noi a proporre quello che ci sembra interessante per rendere ancora più accattivante un

progetto grafico, come per esempio un quinto colore come l'argento. Ma questo è banale: noi ci vantiamo di mettere a disposizione effetti nobilitanti che in pochi al mondo possono proporre. In linea generale i clienti ci chiedono di poter ottenere un determinato effetto, senza richiedere una tecnica particolare. Siamo noi che attingiamo dal nostro know how di tecniche di stampa sui più disparati materiali per arrivare a ottenere quell'effetto nel migliore dei modi possibili». E qui ritorniamo al calendario di Fontegrafica, che è il vero terreno di sperimentazione dell'azienda di Cinisello Balsamo. «Per noi questo calendario è il campo di prova delle moltissime risorse che investiamo in ricerca e sperimentazione»,

STAMPA offset

sottolinea Corrado Musmeci. «Prima di vendere qualsiasi nobilitazione, la sperimentiamo a lungo sul campo e proviamo costantemente tutte le tecniche innovative che possano dare valore aggiunto al prodotto stampato. Solo in questo modo siamo sicuri di poter dire ai nostri clienti che, se ci affidano un progetto grafico, possiamo renderlo ancora più accattivante con le nostre tecniche di stampa e nobilitazione».

Il costo della nobilitazione

Quando si parla di pagine stampate in esacromia con serigrafie artistiche multistrato ad alta definizione e con laminazioni olografiche e rilegate con bottoni in resina con logo incisi al laser (è quanto sa fare Fontegrafica e che ha fatto nell'edizione 2010 del suo calendario) i costi di stampa non sono certo bassi. Ma se la nobilitazione non ha confini verso l'alto di gamma, ne ha pochi anche verso il basso. «Alcune tecniche nobilitanti, come la stampa a caldo, sono entrate nell'uso comune anche per prodotti di qualità standard», conferma Musmeci. «E noi stiamo realizzando ultimamente anche parecchi prodotti non necessariamente di pregio, per i quali vengono richieste tecniche particolari. Faccio un esempio: abbiamo appena finito di stampare il catalogo dei prodotti di un'azienda dolciaria che, pur non andando nella grande distribuzione, non è nemmeno un marchio da pasticceria di pregio.

Per questo catalogo, stampato in formato particolare, e anche questo è un elemento nobilitante, abbiamo realizzato una copertina bianca opaca con una serigrafia lucida di un motivo grafico che lambisce tutta la copertina, abbellita anche dal logo dell'azienda stampato in parte in offset e in parte a caldo in oro. L'anno scorso abbiamo realizzato un catalogo per la grande distribuzione, anche qui un prodotto complessivamente di qualità standard, con pentacromie serigrafiche su una copertina in Plike arancione».

Vale la pena di sottolineare che quella che Corrado Musmeci definisce come qualità standard per altre tipologie di stampatori probabilmente sarebbe il top di gamma. E, nel caso dell'ultimo catalogo che ha citato, non si tratta nemmeno di una soluzione banale dal punto di vista tecnologico, dal momento che ogni addetto ai lavori sa quanto possa essere difficile rappresentare colori fedeli con una pentacromia serigrafica su carta arancione. «Alla fine la serigrafia forniva lucidità e rilievo alle immagini, con un risultato finale estremamente bello che è piaciuto molto anche al cliente», dice Musmeci.

Gli ostacoli da affrontare

Se la stampa in pluricromia su Plike, nonostante abbia richiesto competenza e lavoro di preparazione, non ha rappresentato grossi problemi per Fontegrafica, in qualche caso non è andata così liscia per la stampa. «Per un



Calendario Fontegrafica 2009: il mese di gennaio è stampato su carta Sappi Algro Design da 260 g/m² laminata con olografico circle. Lavoro in stampa offset a 6 colori speciali.



Il mese di luglio è stampato su carta Sappi Algro design da 260 g/m² laminata olografica. Il lavoro è in quadricromia con l'aggiunta di due colori speciali. La plastificazione è opaca, mentre la serigrafia è lucida.

evento particolare», racconta Musmeci, «che era una sorta di gara di bellezza tra i prodotti unici, ci è stato richiesto un prodotto di pregio. In pratica si trattava di una couvette fatta tutta in cartone rivestita con una serigrafia in cui il bordo era ancora in cartone. Era prevista una labbratura, che in genere è in argento e oro. In questo caso però il committente voleva che avesse un colore pastello che riprendesse quello della serigrafia. Facciamo spesso labbrature, anche se si tratta di una tecnica oggi poco usata, soprattutto per biglietti da visita spessorati. Ma anche se un'operazione è stata fatta migliaia di volte, per ogni supporto c'è una storia e una risposta diversa. E si possono verificare intoppi in produzione», sottolinea Musmeci. «Un rischio che Fontegrafica si accolla volentieri, visto che fa parte del nostro Dna di ricerca

e sperimentazione. Bene, proprio in produzione ci siamo accorti che il metodo classico di labbratura non andava bene su quella carta, che assorbiva troppo e si macchiava. Abbiamo dovuto quindi studiare in tutta fretta una soluzione alternativa per raggiungere il risultato voluto dal cliente e questa soluzione è stata l'aerografia. Siamo stati costretti a provare strumenti diversi direttamente in produzione, cosa che per molti potrebbe essere considerata antieconomica e da evitare assolutamente. Per noi è invece parte integrante del nostro modo di concepire il lavoro, perché il nostro prodotto stampato vive proprio di servizi aggregati mirati a trovare la soluzione migliore per riprodurre l'effetto voluto dal cliente».

Oltre i limiti

Parliamo quindi di soluzioni studiate ad hoc che vengono acquisite come bagaglio

IL BELLO DEL PLIKE

Corrado Musmeci ha citato alcune lavorazioni fatte su **Plike**. Si tratta di carte e cartoncini con effetto di plastica gommata proposte da **Cordenos** [www.gruppocordenons.com]. Contrazione di **Plastic-Like**, questa carta ha un innovativo trattamento superficiale che le conferisce una particolare sensazione tattile che ricorda da vicino il materiale plastico antiscivolo. Carte e cartoncini sono realizzati con fibre di cellulosa vergine, colorate nell'impasto, patinate su uno o entrambi i lati con uno speciale prodotto, frutto del know how Cordenons. **Plike**, proposta in versione bianca e colorata, può essere stampata e trasformata con le normali tecniche adoperate per le comuni carte grafiche. Si può stampare in offset, in rotocalco, in flexo, in serigrafia, con stampa a caldo, rilievo a secco. Si può verniciare, fustellare, accoppiare, ed è adatta anche alla stampa non-impact Xerografica. La sua superficie ha un assorbimento molto modesto: in stampa offset viene consigliato l'uso di inchiostri ossidativi, con aggiunta di essiccante nel caso di lavori con cariche impegnative; sono da evitare le alte pile.



per essere poi utilizzate successivamente per altri clienti. «Il fatto è che malgrado il nostro know how sia effettivamente molto ampio», dice Musmeci, «molto spesso abbiamo sorprese perché lavorare con materiali sempre differenti e tecniche di stampa miste è davvero complesso. Ogni campionario di carta oggi riporta informazioni su come il supporto reagisce alle tecniche nobilitanti, stampa a caldo, serigrafia e così via, e i fornitori di carta specificano quali tipologie di lavorazione non si possono fare sui propri supporti. Noi siamo riusciti ad andare oltre questi limiti. Ricordo un tipo di carta per la quale il produttore specificava chiaramente che la stampa a caldo non sarebbe stata possibile. E il nostro cliente voleva proprio che usassimo quella specifica carta e la stampa a caldo. Alla fine siamo riusciti ad accontentarlo. In questi

casi non esistono precedenti: esiste solo la ricerca, la sperimentazione e il rischio, per noi, che queste tecniche di frontiera comportano». E se questi sono i problemi che si presentano per la stampa su carta, è possibile immaginare cosa accada quando la nobilitazione riguarda il legno, le serigrafie su Plexiglass o alluminio curvato ad hoc per una copertina. O ancora, il macrylene tagliato ad acqua per realizzare una scritta applicata a una copertina di cartone.

Le attrezzature

Fontegrafica è attrezzata per la stampa offset in pluricromia, ha la tecnologia di retinatura per arrivare a produrre stampati ad alta definizione a 180 linee per centimetro (sviluppata in proprio), ha attrezzature per Ctf e Ctp, ha una stampante digitale NexPress 2100. Nel reparto di

confezionamento ha fustellatrici, cordonatrici, piegatrici, cucitrici a punto metallico e una recente linea di taglio. Ha anche una Platina per valorizzare i lavori con rilievi e stampa a caldo (foglie metalliche o ologrammi). Per lavorazioni particolari Fontegrafica si affida anche a partner esterni. «Sarebbe d'altra parte impossibile tenere al proprio interno tutte le macchine e le attrezzature che servono a fare l'ampia gamma di nobilitazioni che noi proponiamo».

La stampa digitale

Abbiamo detto che Fontegrafica ha al suo interno anche una macchina da stampa digitale, la Kodak NexPress 2100, che offre più che altro come servizio per i clienti. «Partendo dal presupposto che la stampa offset», dice Musmeci, «è nobilitante in sé per qualità e colori, se invece di stampare

a 60 linee, stampiamo a 100 o addirittura a 180 linee, aumentiamo in questo modo a dismisura la nobilitazione. Nello stesso modo nobilitiamo con la pentacromia o l'esacromia, oppure con una bicromia in argento e nero. Il prodotto digitale parte da un altro presupposto: è standard. Prima di tutto non consente di fare grandi cose in fatto di nobilitazione. Inoltre le 180 linee che possiamo raggiungere con le nostre offset ci consentono di arrivare a una qualità che non è nemmeno lontanamente paragonabile a quella ottenibile con una digitale. Faccio fatica a vendere il mio prodotto stampato in digitale perché è simile a quello che vendono gli altri, visto che non c'è la possibilità di diversificarlo. Al contrario, con la stampa offset, posso dare una qualità nettamente superiore a quella dei concorrenti». **g**