



Case study: S. Spitz GmbH



# Il produttore di alimenti austriaco Spitz viene soddisfatto dalla qualità di codifica superiore e dalla riduzione dei costi garantite dalle soluzioni di Videojet

Fin dal lontano 1857, la consapevolezza della tradizione e un impegno assoluto nel garantire la qualità rappresentano i pilastri su cui Spitz ha costruito le proprie competenze e la propria storia nella produzione e commercializzazione degli alimenti.

Che si tratti di Jagertee, Spitz Frizzante o Orange Punch, prodotti da forno, marmellate di frutta o maionese, l'azienda, coi suoi 700 dipendenti, non solo rientra nella classifica dei "Marchi più affidabili" (Most Trusted Brands) sul mercato nazionale austriaco, ma ha una lunga storia di esportazioni dei propri prodotti, che hanno raggiunto una portata e un successo sempre più vasti nei Paesi di tutto il mondo.

Questo produttore austriaco di alimenti ha scelto le soluzioni di codifica di Videojet per il grado di affidabilità elevato e per la codifica di qualità superiore, abbinati a un concetto totalmente nuovo di supporto operativo e di assistenza.



"Dalle fasi di progettazione e installazione al post-vendita, Videojet è riuscita a garantire un servizio di supporto e consulenza davvero di prim'ordine".

Günter Heimbuchner,  
Head of Logistics and Technical Purchasing, S. Spitz



**Le Business Unit centrali di Spitz rispecchiano esattamente l'orientamento dell'azienda e dei suoi marchi. La gamma "Beverages" include sia bevande alcoliche che succhi di frutta, bevande gassate, bevande energetiche e bevande per bambini. La linea "Confectionery and Baked Goods" include prodotti a lunga conservazione e prodotti freschi da forno. La divisione "Sweet and Sour" si occupa di un range ancora più ampio di prodotti, producendo marmellate di frutta, gelatine e snack alla frutta, nonché senape, ketchup, maionese, e altre salse da condimento per insalata. In tempi piuttosto recenti, la produzione alimentare di Spitz ha generato un volume d'affari di circa 250 milioni di euro, con una quota di esportazioni di poco inferiore al 50%.**



Da sinistra a destra: Markus Pihan, Günter Heimbuchner, Hubert Doppelhofer, Bernhard Halbartschlager, Martin Dvorak

Considerata l'elevata quantità e la molteplicità di prodotti offerti da Spitz, i costi di confezionamento e di etichettatura sostenuti dall'azienda sono molto elevati. Il numero delle attuali operazioni di stampa all'interno delle varie divisioni ha raggiunto 800-900 milioni di codici all'anno (con i valori più alti registrati all'interno delle divisioni che si occupano della produzione di bevande e di prodotti da forno).

In particolare, nel segmento dei prodotti alimentari "sensibili", sia la qualità del codice che la sua tracciabilità (che si cerca di garantire tramite un'etichettatura "fronte e retro" dei prodotti) sono di importanza primaria. Di conseguenza, le stampanti e le interfacce, con le relative linee di produzione, devono essere progettate nel modo più efficiente possibile. E, recentemente, Spitz ha dovuto affrontare alcuni problemi relativi al mantenimento dei propri standard elevati.

Più di tutto, la causa di tali problemi era da attribuirsi all'obsolescenza e alla composizione del parco stampanti, in larga parte in funzione da ben oltre dieci anni. Inoltre, ancora in tempi recenti, presso gli stabilimenti di produzione venivano utilizzati all'incirca dieci tipi diversi di dispositivi per l'etichettatura. Questa situazione generale ha anche comportato ritardi nella definizione dei nuovi requisiti in termini di specifiche e di attrezzature tecniche da adottare. In aggiunta, le esigenze di manutenzione e assistenza dell'azienda non corrispondevano più al suo ideale di un flusso e di un processo perfettamente organizzati.

Le ragioni e le necessità di un riallineamento e di un adeguamento delle attrezzature dell'area di codifica sono diventate sempre più pressanti nel 2012 e nel 2013. Era infatti divenuto sempre più urgente il bisogno di ridurre la complessità dell'intero sistema e, con esso, di contenere i continui sforzi profusi sul piano della manutenzione e dell'assistenza. I requisiti per un "nuovo concetto" di codifica sono in sostanza emersi da una situazione in essere, tutt'altro che soddisfacente, e dalle nuove opportunità tecniche offerte (ad esempio, un migliore networking in termini di Industria 4.0).

Per Spitz, questo aveva molti significati e diverse implicazioni.

**1. La nuova generazione di stampanti doveva essere tecnologicamente aggiornata alla situazione attuale. Questo riguardava non solo la qualità della stampante e quella della stampa stessa, ma anche la consunzione dei sistemi (che dovevano risultare quanto più economici possibile sotto questo aspetto), nonché le relative funzionalità tecniche (che dovevano essere in grado di consentire un collegamento ottimale in rete).**

**2. Idealmente, la composizione della nuova gamma di dispositivi di etichettatura, così come accadeva per i tipi e i modelli delle stampanti, doveva essere all'altezza di soddisfare tutta una serie di requisiti di codifica previsti per i prodotti di Spitz, i quali richiedevano un livello di qualità elevata.**





**3. L'intenzione di fondo era quella di consentire agli operatori di effettuare autonomamente, nei limiti del possibile, la manutenzione e quei piccoli interventi di riparazione che potevano essere necessari nel corso delle attività di stampa, facendo così risparmiare tempo prezioso ai tecnici.**

**4. L'aspetto che più contava era una rapida e semplice intercambiabilità delle stampanti, con la possibilità di rimpiazzarle e sostituirle in qualsiasi situazione. In Spitz, le linee di produzione in alcuni casi vengono azionate nel corso di turni differenti. Era necessario tenere in considerazione anche questo fattore durante le sostituzioni delle stampanti.**

**5. In generale, ricevere un'ottima fornitura anche per quanto riguardava le aree della manutenzione e dell'assistenza giocava un ruolo di primo piano per Spitz. Qui il fattore chiave era rappresentato dalla capacità di assicurare il più alto livello di disponibilità (Availability) possibile sull'intero sistema, vale a dire minimizzare le eventuali restrizioni causate dai codificatori per cui si rendessero necessari interventi di sostituzione o riparazione.**

**6. Al di là delle elevate specifiche imposte per tutti i tipi e modelli di stampanti installate, era anche richiesto un processo di massima standardizzazione delle interfacce, allo scopo di rendere le operazioni sui diversi dispositivi di codifica le più semplici possibile.**

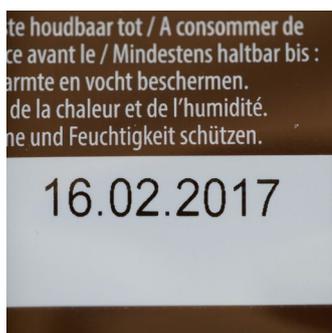
E i requisiti di un modello operativo standardizzato hanno giocato un ruolo essenziale soprattutto nella valutazione delle offerte presentate per il "nuovo concetto" di codifica. Come spiega Günter Heimbuchner, Head of Logistics and Technical Purchasing di Spitz: "La nostra esperienza precedente ci aveva insegnato che le singole unità di codifica progettate con riferimento alle caratteristiche particolari delle singole linee non ci avrebbero portato lontano. Quello di cui avevamo bisogno invece era un 'concetto complessivo' che fosse capace di coprire i requisiti di codifica di tutti i diversi prodotti, consentendoci di lavorare in modo flessibile e di soddisfare anche le esigenze future".

A questo proposito, non meno importante era la scelta e l'individuazione del giusto concetto, vale a dire "la possibilità di conseguire sinergie grazie a un sistema funzionante, allineato in modo ottimale, riducendo in tal modo le spese lungo la linea di produzione. Nella scelta del nostro partner futuro per la codifica, i risparmi in termini di costi a medio e a lungo termine sono stati per noi più importanti, e hanno inciso ben più della proposta di prezzi più bassi possibili per l'acquisto e l'installazione delle apparecchiature", afferma Heimbuchner, dando ragione della scelta finale operata dall'azienda.

"Infatti, solo la perfetta combinazione di un'alta qualità di codifica e della massima disponibilità delle stampanti avrebbe potuto garantirci reali vantaggi competitivi sulla concorrenza nel lungo termine", prosegue Heimbuchner.

"Abbiamo ottenuto esattamente quello che volevamo:  
una migliore qualità di codifica dei nostri prodotti e  
una riduzione nel lungo termine degli sforzi profusi,  
dei tempi e dei costi!"

Günter Heimbuchner,  
Head of Logistics and Technical Purchasing, S. Spitz



Questo fondamentale criterio di ricercare un  
"concetto complessivo e coerente" alla fine ha  
fatto pendere l'ago della bilancia a favore di  
Videojet.

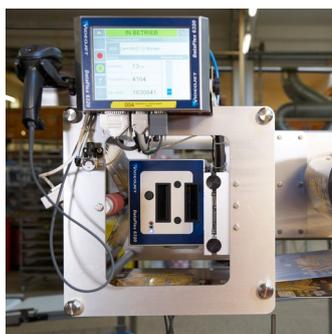
"Siamo stati  
particolarmente persuasi  
dal concetto operativo  
standardizzato utilizzato  
da Videojet stessa per  
connettere diversi tipi e  
modelli di stampanti,"  
spiega Heimbuchner.

Che si tratti di stampanti a Getto d'Inchiostro  
Continuo (CIJ), Thermal InkJet (TIJ), a  
Trasferimento Termico (TTO) o di marcatori laser,  
"Una volta che l'operatore ha acquisito i principi  
di funzionamento fondamentali, queste  
conoscenze possono essere facilmente trasferite  
a qualsiasi altra stampante Videojet o Wolke.  
Considerando i frequenti cambi di posizione dei  
nostri dipendenti all'interno della produzione, si  
tratta quindi di un enorme vantaggio".

Prerequisito fondamentale per beneficiare  
appieno dei vantaggi derivanti da un concetto  
operativo standardizzato è di poter contare su  
una gamma di prodotti differenziata e, al tempo  
stesso, perfettamente all'altezza di soddisfare le  
diverse specifiche del cliente. Nel caso specifico  
di S. Spitz, questa gamma di prodotti utilizzati da  
più divisioni, ma in particolare da "Baked Goods"  
e "Beverages", è risultata composta da  
58 dispositivi in totale. E Videojet si è rivelato un  
partner convincente anche in questo senso.

"Il nostro principio guida  
è stato 'la giusta codifica  
per il giusto prodotto',  
sostiene Heimbuchner.

"La cosa per noi più  
importante, in questo  
contesto, è stata quindi la  
scelta della migliore  
tecnologia per ciascuna  
applicazione specifica".



In pratica, questo ha significato che l'azienda ha continuato a utilizzare stampanti a Getto d'Inchiostro Continuo (unica tecnologia di codifica per il parco stampanti precedente) per le attività in cui tali stampanti erano in grado di assolvere al proprio compito in maniera ottimale (ad esempio nella codifica di lattine e bottiglie). Per la stampa di astucci e packaging in cartone, d'altro canto, sono state introdotte nella linea di produzione le stampanti Thermal InkJet Wolke di Videojet. Lo stesso discorso è valso per le stampanti a Trasferimento Termico, in grado di produrre codici a barre nitidi soprattutto nel caso dei prodotti da forno (ad esempio, quando si dovevano codificare sacchetti e buste). È possibile soddisfare al meglio requisiti ancora più specifici tramite l'utilizzo di un unico marcatore laser, che è stato infatti scelto per codificare in chiaro i lid neri.

I vantaggi di tutta questa serie di stampanti per ogni tipo di applicazione sono risultati evidenti via via che progressivamente venivano installate le apparecchiature, vale a dire tra la primavera e l'autunno 2015. Infatti, come ha spigato Heimbuchner, la qualità di codifica appariva costantemente elevata. Da allora, non si è più verificata alcuna azione di richiamo costosa motivata da una scarsa qualità di stampa. Proprio in termini di qualità, S. Spitz ha riscontrato soprattutto vantaggi derivanti dal passaggio dalle stampanti CIJ a quelle a TIJ e TTO. Con grande sorpresa, malgrado l'ampia gamma di tipologie di stampanti, è stato possibile ridurre anche la complessità correlata all'uso del software, poiché i precedenti 100 layout di codifica sono stati ridotti successivamente a 70.

In parallelo alla qualità di stampa (e in linea con questo "nuovo concetto"), è stato possibile anche migliorare l'efficienza dei processi di etichettatura. I tempi di inattività sono stati ridotti al minimo e la disponibilità degli impianti di produzione è aumentata.

Anche le competenze e le mansioni relative a manutenzione e assistenza sono state riallocate. Alla base di questa decisione è stato l'alleggerimento delle attività e dei compiti che si sono resi necessari in quest'ambito, grazie a alla scelta di un "pacchetto completo e omnicomprensivo" per garantire l'assenza di preoccupazioni, pacchetto che S. Spitz ha incluso all'interno dell'agreement della durata di sette anni stipulato con Videojet. Oltre all'implementazione dei sistemi, tale pacchetto includeva ulteriori servizi di assistenza, così come la fornitura dei materiali di consumo. Questo è uno dei motivi per cui è stato possibile ridurre in maniera consistente le ore di assistenza già durante il primo anno di utilizzo. L'intervallo tra una revisione e quella successiva è stato esteso da 4.500 a 14.000 ore di lavoro. A oggi, nemmeno un'ora di lavoro da parte dei tecnici è stata necessaria per interventi di riparazione e manutenzione.

"Fino a ora", afferma Heimbuchner, "la fiducia riposta nell'uso dei sistemi Videojet e Wolke è stata del tutto ripagata. Dalle fasi di progettazione e installazione al post-vendita, Videojet è riuscita a garantire un servizio di supporto e consulenza davvero di prim'ordine. Il livello di competenza dei tecnici dell'assistenza di Videojet con cui collaboriamo è pari al loro livello di motivazione.

Allo stesso modo, siamo rimasti positivamente impressionati dai risultati: il fatto che l'Availability delle stampanti sia la massima possibile ha avuto un impatto indiretto sulla disponibilità degli impianti nel loro complesso", conclude Heimbuchner. "Abbiamo ottenuto esattamente quello che volevamo: una migliore qualità di codifica dei nostri prodotti e una riduzione nel lungo termine degli sforzi profusi, dei tempi e dei costi!"



Per informazioni,  
chiama **+39 02 55376811**,  
invia un'e-mail all'indirizzo  
**info.italia@videojet.com**  
o visita il sito [www.videojet.it](http://www.videojet.it)

Videojet Italia srl  
Via XXV Aprile, 66/C  
20068 Peschiera Borromeo (MI)

© 2016 Videojet Technologies Inc. — Tutti i diritti riservati.

Videojet Technologies Inc. persegue il miglioramento continuo dei propri prodotti e servizi. Videojet si riserva pertanto il diritto di modificare il progetto e/o le specifiche tecniche senza preavviso.

Case Study-S. Spitz GmbH-0516  
Realizzato negli U.S.A.  
Stampato in Italia-0516

 **VIDEOJET**