

0D xl Unigrafica 2

UOMINI da XL

... UN ALTRO PASSO VERSO L'ECCELLENZA ...

Unigrafica, Gorgonzola

Quale mercato affronta Unigrafica?

Moda e pelletteria sono due settori in cui emergono nomi importanti, ma non si tratta di un'esclusiva, la nostra produzione aziendale spazia dal libro d'arte, tradizione che risale ai tempi delle origini, alla pelletteria e alla cosmetica anche con piccoli lavori di cartotecnica.

I clienti che scelgono Unigrafica sono attratti da una qualità ottenuta con cura e dall'attenzione ai particolari; in questo viene in aiuto la tradizionale esperienza di Carlo Andreoni, il padre, orgoglioso delle sue origini di tipografo: su una platina Mussano & Sisto del 1890 e su due Original Heidelberg anni '50 in perfetto stato, esegue lavorazioni particolari, come i rilievi a secco, che impreziosiscono gli stampati con un tocco di classe ormai raro.

Vediamo macchine tradizionali e una Speedmaster 74 cinque colori. Quali motivazioni hanno spinto al salto tecnologico con una macchina che si pone sopra alla media?

Inizialmente, l'esigenza di passare al formato 70x100, orienta Unigrafica verso la sei colori, un investimento importante per portarsi qualche gradino più in alto rispetto la concorrenza; poi all'ultima Drupa circolavano voci di un progetto completamente nuovo per una macchina offset di ultima generazione; nel 2005 la prestigiosa macchina è stata presentata direttamente in fabbrica alla Heidelberg a pochi intimi, tra i quali c'era Felice Andreoni.

Una attenta analisi sulle caratteristiche e sulle potenzialità della nuova XL indirizza la nostra scelta su una macchina cinque colori con gruppo laccatore che possa offrire una qualità eccellente e una elevata produttività, pur nella consapevolezza di dover affrontare le incognite di una macchina completamente nuova.

Per non abbandonare la vocazione di artigiani (curare la qualità, il servizio e il dialogo con il cliente) si è preferito scegliere una macchina altamente produttiva e qualitativa, piuttosto che estendere l'orario di lavoro assumendone caratteristiche industriali.

Dopo il necessario rodaggio di pochi mesi, oggi possiamo dire di saperla utilizzare, grazie al nostro personale dotato di grande esperienza.

Quanto vi ha influenzato il marchio Heidelberg e il vostro rapporto con Macchingraf?

Siamo molto legati a Macchingraf e a Heidelberg, ma questo non significa che abbiamo trascurato di esaminare ogni altra offerta alternativa di fornitori di tutto rispetto. Abbiamo chiesto e ottenuto dalla Macchingraf non solo di poter effettuare delle prove sulla XL, ma di poter eseguire lavori di nostra produzione per essere certi della scelta. Stampando un lavoro molto particolare, abbiamo verificato non solo la qualità e la produttività di questa macchina, ma anche la sua semplicità operativa, sperimentando tutte le operazioni di avviamento e messa a punto.

Abbiamo inoltre apprezzato il formato 75x105 che ci offre maggiore libertà in stampa, il controllo del colore con Image Control e la possibilità di effettuare i lavaggi mentre si prepara il cambio lastre. Un cambio lavoro in media richiede non più di quindici minuti.

Qual è la filosofia aziendale per i prossimi anni?

La XL è stata per Unigrafica uno degli investimenti più significativi degli ultimi anni, consolidandone i precedenti, tra cui il rilevamento di una piccola azienda di stampa complementare. Per ora preferiamo continuare gli investimenti nella stampa, lasciando la pre stampa ad aziende di fotolito di elevata esperienza e professionalità. I miglioramenti sono sempre stati una delle nostre priorità, come l'immediata installazione del trattamento dell'aria per ottimizzare il lavoro e i risultati. L'organizzazione interna aziendale, al passo con i tempi e le nuove esigenze, manterrà comunque l'impostazione familiare.

Insomma, lavoriamo per ottenere il meglio nel migliore dei modi possibili.

DIDA FOTO OCCHIELLO Andreoni 9

Una famiglia operativa: da sinistra Carlo, Felice, Giancarlo e Antonella Andreoni

BOX

Chi è Unigrafica

Unigrafica nasce nel 1960, quando Carlo Andreoni, impresore, decise di mettersi in proprio dopo aver acquisito una grande esperienza in lavori di riproduzioni artistiche per gallerie d'Arte e Musei. Unigrafica di Gorgonzola pur essendo all'avanguardia nelle scelte tecnologiche, riconosce con orgoglio le proprie origini tipografiche di cui conserva lavori artistici tuttora di grande qualità. Dopo aver acquistato la prima GTO nel 1981, con l'inserimento in azienda dei 3 figli, passa nel 1998 alla Speedmaster 50/70 5 colori e assorbe una azienda complementare. Acquisisce negli ultimi anni una clientela che punta soprattutto alla qualità di stampa e a un servizio su misura. Unigrafica occupa oggi 22 persone e con la XL 105 compie un altro passo verso l'eccellenza.