

# Hybridna tlač prepojená na automatizovaný odvin a návin potlačeného materiálu

**Etiketoví špecialisti z firmy Aluprint, s. r. o., (SR) si vybrali Martin Automatic Inc. (USA) pre napojenie automatizovaného odvinu materiálu a návinu potlačeného materiálu v novom hybridnom tlačovom stroji Alprinta 52, ktorý vyrába spoločnosť Müller Martini (SRN).**

So zameraním na špeciálne etikety, celobvodové etikety a zmršťiteľné návrhové etikety, tzv. sleevy, slovenská firma Aluprint, s. r. o., verí, že jej cesta k rastu je vo využívaní najnovších technológií. Posledná investícia do tlačových technológií v tejto spoločnosti bol v r. 2008 hybridný tlačový stroj Alprinta od firmy Müller Martini, vybavený s Martin Automatic s automatizovaným odvinom a návinom materiálu.

## Historie specialisty na etikety

Cesta za úspechom sa začala v roku 1993 od skromných začiatkov, keď pôvodní štyria zakladatelia firmy začali voziť etikety vyrábané v Nemecku na predaj pre miestne pivovary a trh s minerálnymi vodami.

Firma Aluprint odvtedy prešla veľmi dlhú cestu. Dnes je to jeden z hlavných slovenských etiketových špecialistov, zamestnávajúci cca 100 ľudí s ročným obratom okolo 14 mil.

Spoločnosť bola založená v čase, keď sa Európa po páde komunizmu vo východnej časti znovu začala spájať a prudko rástol dopyt z týchto krajín. Zamerala sa na medzeru na trhu v oblasti výroby etikiet a bola tak prvá na Slovensku s čisto touto špecializáciou. Taktiež názov Aluprint odráža jeho špecializáciu na trh v nápojovom priemysle, kde bol veľký záujem o vysoko kvalitné etikety.

## Investice do kvalitných technológií

V roku 1998 sa spoločnosť zamerala na produkciu etikiet ofsetovou tlačou

s inštaláciou Heidelberg SM 74 a o rok neskôr pridali ďalší Heidelberg (6+L). Tieto hárkové tlačové stroje sa stali základňou pre spoločnosť, aby rozšírila svoje schopnosti na potlač fólií v etiketovej brandži. V roku 2001 nainštalovali osmifarbový Gallus (Arsoma) EM 410 UV flexotlačový stroj a potom neskôr v roku 2005 osmifarbový UV flexotlačový stroj SOMA 830 UVG, aby zvýšili kapacitu v segmente UV flexofóliových etikiet.

Zo 100% podielu tlače papierových etikiet na začiatku pôsobenia firmy na trhu konvertovala spoločnosť Aluprint na tlač fóliových etikiet do súčasného podielu 75 %.

## Trendem je sleeve

Generálny riaditeľ spoločnosti Ľudovít Paulini hovorí: „V súčasnosti máme stále výrobné kapacity na hárkovú ofsetovú tlač etikiet pre tzv. mokré lepenie, ale stále vývoj dopytu smeruje k používaniu stále tenšej fólie až pod hranicu mikrónov, ustupuje sa od samolepiacich etikiet a pristupuje sa k transparentným celobvodovým etiketám a zmršťujúcim tzv. sleeveovým etiketám.“

Cituje ľahšiu recykláciu plastových fliaš práve s fóliovými etiketami a zdôrazňuje ich prínos pre životné prostredie. „Papierové etikety nie sú ľahko recyklovateľné, ako by sa na prvý pohľad zdalo najmä z dôvodu pevnosti vlákna a lúhuvzdorných náterov, a len preto, že je to papier, neznamená to prijateľnejšiu ekologickú možnosť.“

S kontinuálnym rastom, záujmom



Generálny riaditeľ Ľudovít Paulini a Ing. Rudolf Kotrla

a dopytom po vysoko kvalitne vytlačených etiketách sa Aluprint rozhodol zainvestovať do hybridnej technológie a v roku 2008 nahradili jeden ofsetový Heidelberg a flexotlačový Gallus (Arsoma) hybridným tlačovým zariadením Alprinta 52 od firmy Müller Martini.

Zložená je zo šiestich UV ofsetových jednotiek, a dvoch UV flexo agregátov, z toho jeden špeciálny pre vodeodolné špeciálne farby alebo laky, resp. termolepidlo.

Hlavným najdôležitejším plusom bolo, že Alprinta má variabilne sa opakujúcu dĺžku, čo znamenalo, že iba platne na ofsetových agregátoch prípadne fotopolymér na flexo agregáte je potrebné meniť pri zmene formátu – tlačovej dĺžky etikety. Výsledné úspory nákladov aj napriek finančnej náročnosti tejto investície sú značné a Aluprint urobil veľký pokrok vo vývoji nových vysoko pôsobivých etikiet pre svojich zákazníkov a ich dôležité značky, medzi ktoré napr. patrí aj Coca-Cola a Heineken.

„Vybrali sme si Alprintu pre vysokú úroveň jej flexibilnej produkcie, ktorú



nám ponúka. Používame dve flexo jednotky pre vyšší nános direktných farieb, alebo nižší na presnejšiu tlač cez ofsetové tlačové platne, samozrejme s možnosťou tlače aj na zadnej strane, takže môžeme uspokojiť dopyt po súťažiacich a akciách," vysvetľuje generálny riaditeľ Paulini. „Z dôvodu dosiahnuť maximálnu využitelnú kapacitu bola potreba inštalovať spoľahlivú automatizovanú manipuláciu na oboch koncoch tlače. Po návšteve niekoľkých tlačiarenských spoločností, sme získali referencie z prvej ruky od existujúcich užívateľov a v príprave projektu s výrobcom tlačových strojov Müller Martini, si spoločnosť vybrala systém firmy Martin Automatic na dovybavenie tlačového stroja automatizovaným systémom odvinu a návinu materiálu.

S predstavou zabezpečenia vysokého a spoľahlivého výkonu Martin Automatic navrhol, aby boli použité agregáty MBS na plne automatizovaný odvin a LRD na návin hotovej produkcie.“

Už počas skúšobnej prevádzky sa vykazovalo zníženie odpadu o 5–10%, cennú úsporu vzhľadom k vysokým nákladom na používané vstupné materiály.

K požiadavke, aby sa vyjadril k úrovni pomoci a servisu pre zariadenia v Martine, generálny riaditeľ Paulini povedal: „Od nášho prvého stretnutia sme vedeli, že jednáme so spoločnosťou, ktorej inžiniering je na vysokej úrovni, servis technickej podpory zo strany jej zamestnancov je prvotriedny, hoci my

sme nemali žiadne potreby zavolať servisných technikov odkedy boli stroje nainštalované.“

Alprinta v súčasnosti produkuje okolo 25 miliónov m<sup>2</sup> za rok, a beží v nepretržitej prevádzke. Asi zo stovkou príprav na zákazky za mesiac, ktoré sú bežné na tomto tlačovom stroji, kombinácia rýchlej tlače a automatizovaná výmena roľní umožnila spoločnosti Aluprint vysporiadať sa s priemerným tlačovým nákladom, ktorý z dôvodu klesol z pôvodných 35 000 bežných metrov v roku 2008, na 25 000 bežných metrov v roku 2009. Je to v dôsledku hľadania možných úspor nákladov v dodávateľskom reťazci a vysoký počet špeciálnych akcií, ktoré generujú zmeny v grafike obalov, ktoré

vyžadujú na naši odberatelia – výrobcovia nápojov.

V súčasnosti až okolo 5 000 zákaziek prejde ročne výrobou, zatiaľ čo viac ako 20 000 rôznych dizajnov a grafických návrhov sa archivuje na opätovné použitie.

Pre celoobvodové etikety Aluprint používa BOPP fóliu, zatiaľ čo pre zmršťovacie sleeveové etikety používa PVC, PET, OPS, PLA.

Podstatne je, že ďalší krok je „cut-and-stack“ fóliové etikety, projekt ktorý úzko spolupracuje s Exxon MOBIL, ich nová folia Label- Lyte BOPP je možná ako priama náhrada za papierové etikety lepené za mokra (používajú síce rovnaké lepidlo, ale v menšom množstve), súčasne ponúkajú zlepšenú grafiku, jasnejšie farby a lepší pultový dojem.

„Sú vhodné pre naše existujúce trhy nápojov, potravín, čistiace prostriedky do domácnosti a pre automobilový priemysel, ponúkajú dobrú oderuvzdornosť a odolnosť voči vlhkosti,“ dodal Ľudovít Paulini.

Zo svojej pozície firmy v meste Vrútky je Aluprint centrálna a strategicky situovaná, aby obslúžila a pokryla všetky európske trhy. Slovensko susedí s piatimi ďalšími krajinami a s komunikačnými spojeniami, ktoré sa stále zlepšujú, spoločnosť vyzerá, že si udrží svoj rast. Získala certifikáciu ISO 9001:2008, certifikát DPG a pracuje na získaní certifikátu ISO 14001. S vysokou úrovňou technológií a priekopníckym akčným duchom je spoločnosť Aluprint – výrobca etikiet – na vzostupe.

