



## Cartotecnica e comunicazione visiva: Tic Tac "industrializza" il digitale

La storica azienda veneta, tra i leader italiani del large format, prosegue insieme alle tecnologie Durst il proprio cammino nella differenziazione del business e nell'approccio industriale alle applicazioni di stampa digitale

Quando si parla di Tic Tac, al pari di Gescom, Pixart o Masserdotti, concorrenti e fornitori assumono immediatamente la classica espressione di deferenza, che appare doverosa per chi ha scritto pagine importanti nella storia di questo mercato. Un'espressione che si tramuta in un sorriso di rispettosa simpatia per chi ha conosciuto personalmente Giancarlo Miotto, il giovane (e a suo modo geniale!) fondatore e managing director di Tic Tac: un imprenditore che ha saputo interpretare correttamente le opportunità offerte dalla stampa digitale, fare gli investimenti giusti e trasformare il tutto in un business affascinante e redditizio. Quello che un tempo era conosciuto come un "service" - termine che dice tutto e dice niente! - oggi è un importante fornitore di comunicazione stampata con differenti specializzazioni e aree di eccellenza. Tra tutte spicca la cartotecnica, che per Tic Tac non significa produrre qualche display sagomato, bensì approcciare un business complesso con investimenti importanti e un'infrastruttura logistica ineccepibile. Un'avventura iniziata con una stampante Durst e un plotter da taglio, che si è evoluta attraverso la creazione di un reparto dedicato che va dalla progettazione alla spedizione in poche ore del prodotto finito, steso e pronto da montare, che si tratti di uno, dieci o cento pezzi. A questo si affiancano business tradizionali, come la produzione di affissioni.



### interview...

**Miotto: "Da service ad azienda di stampa digitale industriale dedicata al POP e alla comunicazione..."**

*Puoi riassumermi i punti essenziali della tua esperienza nel digitale, fino ad arrivare alla Tic Tac di oggi?*

Tic Tac nasce nel 1992 con il primo plotter elettrostatico Xerox: un investimento nato per caso durante una visita a una fiera del settore. All'epoca avevo in testa molta confusione e, venendo da un altro settore, sentivo di non avere le competenze per proporre il mio prodotto sul mercato nazionale. Tuttavia ho intuito subito che il progetto era vincente e ho lavorato giorno e notte, finché non sono riuscito a partire.

*Dal roll-to-roll ai pack e display digitali: come si è evoluto il modello di business?*

La mia storia non è molto diversa da quella di altri: dalla semplice stampa su carta per l'affissione al manifesto da fiera, fino ai primissimi cavalletti per esporre i poster, antesignani degli attuali display. Quindi l'evoluzione tecnologica nel grande formato, con il roll-to-roll fino a 5 metri e più tardi il flatbed. L'obiettivo è sempre stato quello di essere più veloci e ridurre i costi, continuando ad essere innovatori sul mercato.

*Quanto il flatbed è un reale elemento innovativo? Come vi siete specializzati nella cartotecnica?*

Il vantaggio della stampa diretta è palese fin dal primo giorno, indipendentemente dal cliente e dall'applicazione. Che si tratti del classico allestitore di stand, del decoratore di punti vendita, dell'insegnista, del vetraio, dell'architetto che vuole personalizzare una porta, del tappezziere che deve decorare una tenda veneziana o del semplice cliente

che deve esporre i propri prodotti in fiera, la stampa digitale UV riesce a soddisfare quasi ogni esigenza di velocità, resistenza, creatività e, non ultima, di prezzo. La focalizzazione sulla cartotecnica è nata quasi per caso: molte piccole e medie aziende, che non avrebbero mai pensato di realizzare un proprio espositore a causa degli elevati costi della cartotecnica tradizionale, sono rimaste folgorate dai tempi di produzione, dai prezzi e dalla qualità del nostro prodotto. Da lì abbiamo sviluppato una nostra linea di prodotti, che oggi include centinaia di espositori e progetti cartotecnici per il POP: il cliente può entrare nel nostro sito, scegliere il prodotto che preferisce valutandone dimensioni e dati tecnici, e infine chiedere un preventivo immediato.

**Giancarlo Miotto,**  
Managing Director  
di Tic Tac



*Questo impone un'organizzazione del workflow molto complessa...*

In effetti, dopo le prime lavorazioni effettuate con Rho 205 e un plotter da taglio, abbiamo fatto grandissimi investimenti per strutturare un reparto cartotecnico industriale, dalla progettazione alla grafica, fino alla stampa con RhoPac, alla fustellatura con sistemi Zund e alla logistica. Oggi abbiamo un team di progettazione interno, che lavora a stretto contatto con il cliente finale per realizzare prodotti sempre più appealing, strutturalmente validi e dal costo competitivo.

*Anche nel roll-to-roll siete approdati all'UV di Durst. Perché una tecnologia apparentemente più onerosa per un'applicazione sempre più povera?*

Tralasciando i classici temi dell'odore e dell'aspirazione solventi, crediamo che l'unificazione della base installata sull'UV-curable offra vantaggi qualitativi, di migliore accettazione del prodotto finito e anche di affidabilità. Abbiamo scelto Rho 350R per la sua solidità e anche per la possibilità di automatizzare i processi, integrando un sistema Fotoba per il rifilo delle bobine in linea. Per quanto riguarda i costi, chiaramente l'incidenza degli inchiostri è commisurata ai volumi prodotti e ai reali consumi, e in questo considero l'UV paragonabile al solvente. Inoltre la forza di un'azienda si misura anche nella sua capacità di rifiutare una commessa quando questa è sottocosto.

*Come definiresti oggi Tic Tac? Il concetto di "service" non vi va un po' stretto?*

In effetti più che un service oggi siamo un'azienda di stampa digitale industriale. Una definizione adeguata, anche alla luce dei prossimi investimenti in macchine di alta qualità e altissima produttività.



**RhoPac e Rho 350R: dalla cartotecnica al telo in PVC, l'UV di Durst è una scelta di solidità, alta qualità ed economicità**

Oltre a detenere il primato storico per la prima stampante flatbed UV realmente funzionante e disponibile sul mercato (la mitica Rho 160), nonché per la propria consolidata tecnologia di stampa del bianco, Durst conserva la propria fama di azienda innovatrice grazie a una gamma di prodotti sempre qualitativi, innovativi e capaci di rispondere ad esigenze specifiche. Stampanti come RhoPac, che grazie all'alta qualità di stampa e al sistema automatico di caricamento e scaricamento materiali consente anche ai piccoli e medi stampatori di approcciare con successo il business cartotecnico. Non dimentichiamo Rho 350R, la potente soluzione roll-to-roll UV-curable ad altissima qualità e produttività, che molte aziende hanno scelto per rimpiazzare il proprio installato superwide format solvent-based. Tra le ultime intuizioni di Durst citiamo Rho 600 Pictor, che con i suoi 720 dpi e un prezzo aggressivo ha aperto la stagione delle UV-curable ad altissima risoluzione, su cui oggi si stanno misurando i principali produttori. [www.durst.it](http://www.durst.it)

