



# EUROSTAMPA

## N. 24

• AGOSTO 2020 - RIVISTA PERIODICA DI INFORMAZIONE AZIENDALE - STAMPATO A

BENE VAGIENNA IN EUROSTAMPA

EUROSTAMPA ITALIA  
**BALADIN  
FLOWER POWER**

Pagina 3



POLY-IMPRIM  
**GUCCI**

Pagina 4



EUROSTAMPA CALIFORNIA  
**SLOW WINE  
TOUR**

Pagina 6



## *Alla Famiglia Eurostampa*

Durante i mesi trascorsi abbiamo dovuto affrontare cambiamenti nel nostro quotidiano così come nelle nostre abitudini lavorative. Avrei voluto essere presente in tutti gli uffici ed in tutti i reparti produttivi allo stesso modo ed allo stesso tempo, per fornire il mio supporto a ciascun membro della nostra grande Famiglia. Anche se le sfide di oggi possono sembrare nuove a qualcuno di noi, posso dire che nei 54 anni di storia di Eurostampa non sono mancati momenti difficili. Soprattutto all'inizio di quest'avventura insieme ai miei fratelli, ci sono stati giorni in cui la più grande ambizione immaginabile era quella di poter riaprire l'azienda il giorno dopo. È stato in questi momenti che Eurostampa è diventata qualcosa in più di un'idea imprenditoriale; attraverso queste difficoltà siamo via via diventati una famiglia che parla molte lingue ed accoglie diverse culture.

Oggi, clienti globali riconoscono la nostra capacità e bravura affidandoci il compito di stampare etichette che orgogliosamente riconosciamo in molti bar, ristoranti o supermercati del mondo. Questo è il risultato tangibile del lavoro, dell'impegno profuso e della condivisione di una visione comune con cui, nel corso degli anni, abbiamo affrontato sia momenti difficili che di gioia e grande soddisfazione.

Molti clienti ci hanno scritto in quest'ultimo periodo per ringraziarci e per non aver fatto mancare loro il nostro supporto in questa tempesta. Ora vorrei estendere a tutti questo ringraziamento poiché senza il contributo collettivo non sarebbe stato possibile continuare il cammino della famiglia Eurostampa di oggi e di domani.

Certainly no one could have predicted that 2020 would be the year in which to rethink the ways of working and relating.

However, what made me proud is the certainty that the values on which the Eurostampa Family bases its growth have not suffered any collapses and have actually helped us to overcome particularly demanding moments.

At this moment we can be sure that the Eurostampa group is solid; after the lockdown the restart is marked by the desire to maintain the growth levels of the past years.

The commitment of the management and all the management is aimed at continuing with determination the positive path before the arrival of Covid-19 with the certainty that recent investments and strategic choices made for some years will be decisive and still winning factors such as they have been in these years where we have found important affirmations with our customers thanks also to the continuous investments.

My personal thanks go to all members of the Eurostampa family: in each of our offices they have demonstrated professionalism and commitment by ensuring a constant presence in the company.

*Luciano Cillario*



Scansiona il codice QR per vedere l'intervista di Luciano Cillario sulle reti nazionali.

Scan this QR code to see Luciano Cillario interview



## HAPPY TO HELP

La crescente paura suscitata dalla pandemia di COVID-19 ha scatenato la corsa all'acquisto di disinfettanti per le mani e altri prodotti essenziali, nei supermercati e nelle farmacie. Per far fronte a questa domanda alcuni nostri clienti, nei momenti più difficili, hanno convertito parte delle loro linee di produzione alla realizzazione di gel igienizzanti.

Anche noi abbiamo contribuito facendoci trovare pronti ogni qualvolta ci fosse da lavorare su questi progetti in ogni nostro stabilimento producendo le etichette per questi prodotti.

In Gilmour&Dean, ad esempio, abbiamo sostenuto l'iniziativa di Gleann Mór Spirits Co. Ltd. che ha prodotto gratuitamente una grande quantità di gel igienizzanti da distribuire presso le fasce più vulnerabili della comunità locale.

Con questo spirito siamo orgogliosi di dire che, nonostante le difficoltà, siamo sempre stati a supporto dei nostri clienti con impegno e responsabilità.

During the hard times COVID-19 pandemic spread Eurostampa has supported customer companies who decided to suspend spirit production and are making high strength hand sanitiser for those in need in our local communities.

In particular Leith Spirits companies acted producing an overwhelming quantity of product for free. Demand of over 1,000 requests from individuals and organizations in less than 24 hours in the week commencing March 16th has outstripped current supply and delivery capacity. This community spirit let us proud to say: we stayed and we support customer with daily commitment and responsibility.



## BALADIN FLOWER POWER

La nuova serie delle birre Baladin evoca allegria e positività, un messaggio opportuno per guardare avanti, dopo la pausa forzata legata all'emergenza COVID-19.

In questo progetto sono state realizzate sei nuove etichette ed in ognuna sono stati inseriti riferimenti alla cultura pop, all'arte, alla musica e alla cultura geek, esaltati dalla tecnologia di stampa che utilizza lamina a freddo in digitale DM-JETLINER.

Nella Isaac, la birra bianca speziata ed agrumata, i dettagli sono tutti musicali, legati al sottomarino più famoso della storia della musica ed al dirigibile che lega il suo nome indissolubilmente ai Led Zeppelin. Gli elementi metallici della stampa evidenziano il verde dominante.

Nella Wayan l'ambientazione marina è il tema principale: lo sfondo azzurro porta in risalto la scritta blu metallica ed i colori dei pesci animano vivacemente la grafica dell'etichetta.

Il colore più prezioso ci porta in viaggio in Africa: si intrecciano simboli egizi e marocchini intorno alla grafica Nora, la cui scritta è illuminata da una lamina digitale color oro.

Il nome evocativo della Leon porta il centro della scritta ad essere protagonista insieme ad un marrone metallico del tema legato alla giungla.

Non poteva mancare la ricerca di un eroe nella gamma: La Super lo ha identificato in Superman, al centro di un nome di un bell'arancio metallico circondato da simboli legati a questo tema.

La birra dal nome più sinfonico riporta, sulla scritta Rock'n'Roll, un nero metallico che graffia uno sfondo ricco di energia. Per questo creativo progetto il contrasto creato dalle ispirate grafiche è accentuato dagli effetti metallici della lamina digitale e rafforzato ulteriormente dalla vernice applicata sul nome del prodotto che esalta l'artigianalità del marchio.

The new series of Baladin beers evokes joy and positivity, a positive message to look forward after the forced break due to the COVID-19 emergency. In this project, 6 new labels of the most loved beers have been created and each have been listed on pop culture, art, music and geek culture.

In Isaac, the spiced and citrus white beer the details are all musical, connected to the most famous submarine in the history of music and to the airship that binds its name inextricably and one of the best known musical groups in history. The metallic elements of the print emphasize the dominant green.

In Wayan, the marine setting is the main theme: the blue background highlights the metallic blue writing and the colors of the fish vividly animate the label graphics.

Beautiful gold takes us on a journey to Africa: Egyptian and Moroccan symbols intertwine around the Nora graphics: the name of the beer is illuminated by a digital foil.

The evocative name of Leon brings the center of the writing to be the protagonist together with a metallic brown of the theme linked to the jungle.

The search for a hero in the range has not been missing: Super has identified him in Superman, in the middle of a name of a metal bell surrounded by symbols related to this theme.

The beer with the most symphonic name bears its name in a beautiful metallic black that scratches a background full of energy.

The beautiful contrast created by the graphic inspirations is enhanced by the metallic effects of the digital foil and further accentuated by the paint applied on the product name which did not enhance the brand's recognisability.



## POLY-IMPRIM GUCCI

Eurostampa sta sviluppando da alcuni anni etichette nel settore dei cosmetici sia negli Stati Uniti che in Europa.

Siamo oggi fornitori di diversi marchi importanti come ROCHAS, L'ARTISAN PARFUMEUR, REVLON, LANCASTER, BOURJOIS, RIMMEL, ROBERTO CAVALLI, CHLOE, MEXX e GUCCI.

Quest'ultimo, uno dei marchi del lusso più conosciuti e influenti del mondo, ci ha affidato la produzione delle etichette di alcuni dei propri profumi.

In particolare, forniamo la gamma GUCCI BLOOM per tutte le capacità (5 ml, 30 ml, 50 ml e 100 ml) e diverse profumazioni (Acqua di fiori, Nettare di fiori, Ambrosia).

Inoltre, tra poche settimane uscirà una nuova linea e allo stesso tempo stiamo lavorando alle prossime fragranze per il 2022. Parliamo di un'etichetta complessa per la sua struttura, lavorazione e per il livello di requisiti richiesti dal cliente.

Eurostampa has been developing special labels for the cosmetics sector in the United States and Europe for some years. Today we are suppliers of many brands such as ROCHAS, L'ARTISAN PARFUMEUR, REVLON, LANCASTER, BOURJOIS, RIMMEL, ROBERTO CAVALLI, CHLOE, MEXX, but there is an Italian luxury brand that entrusts the production of the labels of some of its perfumes to Eurostampa group: GUCCI. We supply the GUCCI BLOOM range for all capacities (5 ml, 30 ml, 50 ml and 100 ml) and different fragrances (Flower water, Flower nectar, Ambrosia ...). A new line will be released in a few weeks and we are already working on the next fragrances for 2022. A complex label for its structure given by the union of different materials) for its workings and for the level of requirements of the brand's fashion house .



## WINE SPIRITS VIRTUAL FAIR

Il 9 e 10 giugno abbiamo preso parte alla prima fiera virtuale completamente dedicata al mondo del packaging dall'alto valore aggiunto dei vini e degli spirits. La fiera risulta tutt'ora aperta e tutti i contenuti sono tuttora fruibili inquadrando questo codice QR e registrandosi al sito: <https://www.winespiritsvirtualefair.com/>

Diciannove aziende provenienti da dodici paesi del mondo hanno contribuito ad animare uno spazio virtuale che è rimasto attivo 48 ore consecutive. Il progetto prevedeva un'area pavillion all'interno della quale ciascuna azienda ha esposto i propri servizi e prodotti.

Una seconda area virtuale è stata dedicata a webinar di approfondimento su numerosi argomenti. Abbiamo condotto cinque videoconferenze affrontando diversi temi grazie alla collaborazione con clienti e docenti universitari: dalla sostenibilità alla grafica ai progetti di ripartenza post COVID-19.

Questa fiera ci ha consentito di sviluppare nuovi contatti con aziende di paesi del sud America, India, Francia e UK.

On 9 and 10 June our company participated to the first virtual fair completely dedicated to the world of packaging with the high added value of wines and spirits. The fair is still open and can be visited on the website: <https://www.winespiritsvirtualefair.com/>

19 companies from 12 countries around the world have helped to animate the virtual space by embracing a 24-hour time slot. The virtual space available to companies has been divided into the "pavillon" area and the "webinars" area. In the pavillions each participating company has its own stand where it provides links to virtual content and presentations as well as its contacts. Every visitor who enters this virtual space had the opportunity to chat with us on 9 and 10 June and to contact us via webcam to learn more about our content.

In the section dedicated to webinars Eurostampa conducted 5 videoconferences in the two days related to the most disparate topics: from sustainability to graphics to post-COVID-19 restart projects. The content of webinars such as that of the salon can be used by everyone by framing this QR code and registering on the site.

This fair has allowed Eurostampa to develop new contacts with mainly wine and rum companies from countries of South America, India and France and the UK who have visited the fair.



Scansiona il codice QR per registrarti e accedere alla fiera virtuale.

Scan the QR code to visit the WSVF



## EUROSTAMPA CALIFORNIA SLOW WINE TOUR

Lo Slow Wine tour statunitense è arrivato nel 2020 alla decima edizione e si è concluso martedì 25 febbraio. Si tratta di un'iniziativa volta a far conoscere una selezione di produttori vinicoli, attraverso la narrazione non solo del vino ma anche della storia delle cantine che lo producono ed i sistemi di coltivazione dei vigneti. Ospite d'onore di quest'anno è stato il Piemonte con una selezione di produttori, in parte clienti Eurostampa, che hanno incontrato un pubblico di addetti ai lavori a San Francisco, Seattle, Denver, New York e Boston.

Nella tappa di San Francisco, abbiamo presentato al pubblico le etichette stampate sui progetti di Spazio di Paolo ed il nostro progetto Envelope.

In onore al tema di quest'ultimo, "Women: regenerating food, regenerating earth", abbiamo conferito un premio alla co-proprietaria della cantina Scribe Winery, seriamente danneggiata dagli incendi che hanno colpito la California la stagione scorsa.

The tenth anniversary of the US Slow Wine tour ended on Tuesday 25 February. It is an initiative aimed at making known a selection of wine producers through the narration not only of wine but also the history of the cellars that produce it and the systems of cultivation of the vineyards. Piedmont was the guest of honor this year with a selection of wineries, partly Eurostampa customers, who met an audience of professionals in San Francisco, Seattle, Denver, New York and Boston.

In the San Francisco stop Eurostampa set up a space where it was possible to present the labels printed on Mario di Paolo's projects to the public and, collaterally, present our Envelope project. In honor of the theme chosen for the Envelope 2019, Women-regenerating food, regenerating earth, an award was given to the Scribe Winery winery, seriously damaged by the fires that hit California last season.



## INTERVISTA A KRISTEN GREGORY



### Da quanto tempo lavori in Eurostampa?

Lavoro qui da 8 anni; prima come customer service e dal 2017 ho iniziato a gestire il servizio clienti.

### Quali sono i momenti di maggior soddisfazione durante il tuo lavoro?

Onestamente la cosa più importante è la fiducia che i clienti ripongono in me ed il rapporto che riesco a costruire con loro. Questo è ancora più gratificante quando un cliente si complimenta con un membro del mio team. Quando arrivano apprezzamenti ai colleghi perché hanno svolto un lavoro eccellente mi fa molto piacere trasmetterli sia a loro che ai superiori.

### Cosa apprezzano maggiormente i nostri clienti nel rapporto con Eurostampa?

In primo luogo, Eurostampa è un'azienda a conduzione familiare. La porta di Gianmario è aperta sia a noi che ai nostri clienti. L'accesso ai vertici è ciò che ci contraddistingue davvero.

Un altro aspetto che i nostri clienti apprezzano di noi è la continuità, spesso la nostra funzione è anche quella di collaborazione ad una serie di loro progetti.

### Quali sono le competenze importanti da sviluppare quando si lavora nel servizio clienti?

La prima cosa da fare nel servizio clienti è prestare attenzione ai dettagli e non pensare solo a breve termine, ma anche a lungo termine. Si devono elaborare le informazioni riguardanti la grafica, i volumi degli ordini, le tempistiche dei materiali, i programmi di produzione. Ciò richiede una visione lungimirante di tutti i piccoli dettagli e del quadro generale. Per fare questo, soprattutto per i nostri clienti interni, è necessario essere diligenti nella comunicazione. È estremamente importante comunicare in maniera esauriente per assicurarsi che tutti abbiano tutte le informazioni.

### Che consiglio daresti a chi inizia il suo primo giorno in Eurostampa?

Di solito dico a chi inizia il suo primo giorno; c'è molto da imparare e non aver paura se ti sembra strano. La stampa è un'altra lingua ed imparare una lingua richiede pratica e tempo. Ci sono termini tecnici, ed anche i clienti hanno la loro lingua. Ma una persona che si impegna e che non ha paura di fare domande, può gradualmente arrivare ad incastrare insieme tutti i pezzi del puzzle.

### How long have you worked at Eurostampa?

I've worked at Eurostampa for 8 years; first as a Customer Service representative and in 2017 I started managing the customer service department. My role as manager came during a transition to a new organizational structure. Change is always a challenge but because we created the structure as a team, it was easier to get buy-in from everyone and the real challenge was in learning the new processes together.

### When are you most satisfied with the work you do for Eurostampa?

Honestly the biggest thing is the trust and relationship that I have with my customers. Getting a thank you email after a press approval or hearing our customers say how much they appreciated a solution we provided to an unexpected issue; this doesn't happen every day, so when it does, it means a lot. And it's even more rewarding to me when a customer compliments a member of my team. When I hear of the members of my team doing a phenomenal job, I love passing it on to them and to those above me.

### What do our customers most value in the relationship with Eurostampa?

First, Eurostampa is a family business. Gianmario's door is open to us as well as to our customers. That access to top leadership really sets us apart. That access extends to our sales and account management teams as we are always available to address anything our customer requires.

Another aspect of Eurostampa that our customers value is our history with our customers. Some of our customers go through a lot of turnover. We really do not have much turnover. So we may know more about our customers than they may know.

### What are important skills to develop when working in customer service?

You must be extremely detail-oriented but not just thinking short-term but also for the long-term. You have to process information regarding graphics, order volumes, material timelines, production schedules. This requires forward-thinking on all the small details as well as the big picture. To do this, especially for our internal customers, you need to be diligent about communication. It is so important to over-communicate to make sure that everyone has all the information.

### What advice would you give to someone who is starting their first day at Eurostampa?

I usually tell people on their first day; there is a lot to learn and don't be scared if it seems foreign to you. Printing is another language and if you don't have a printing background it is a lot to learn. Learning a language takes exposure and practice and time. But a committed person, not afraid to ask questions, can gradually pick up a little bit here and there until eventually the puzzle pieces all fit together.

## INSIEME FACCIAMO LA DIFFERENZA

Eurostampa ha introdotto dei nuovi contenitori per la raccolta differenziata nelle aree break e nelle sale mensa.

Oltre all'attenta regolamentazione e gestione dei rifiuti la chiave di volta per progredire è sicuramente una presa di coscienza dell'importanza del ruolo di ciascuno di noi nella catena del riciclo. La tutela del territorio e dell'ambiente è una priorità: separare al meglio le diverse tipologie di rifiuto è fondamentale per attivare la filiera industriale virtuosa che porta all'effettivo recupero e riciclo.

### WASTE SORTING

Eurostampa has introduced new containers for waste sorting in break areas rooms. In addition to careful regulation and waste management, the key to progress is certainly an awareness of the importance of each of us as a major player in the recycling chain. Protecting the territory and the environment is a priority: separating the different types of waste in the best possible way is fundamental to activate the virtuous industrial chain that leads to effective recovery and recycling.



## EUROSTAMPA ADERISCE AL PROGETTO RIVENDING PER LA RACCOLTA PLASTICA

RiVending è un progetto di economia circolare a zero rifiuti atto a raccogliere e riciclare le plastiche usate nell'erogazione di alcuni prodotti dei distributori automatici. Accanto alle macchinette del caffè è posizionato un contenitore per la raccolta ed il riciclo delle palette e dei bicchieri di plastica. Il coperchio del contenitore presenta fori grandi quanto il diametro dei bicchieri, oltre ad uno più piccolo per le palette. Il materiale inserito nei fori scivola attraverso dei tubi rigidi che ne favoriscono l'impilamento uno dentro l'altro.

La plastica recuperata da bicchieri e palette è di altissima qualità e di un unico tipo (polistirolo). Inoltre, i residui di caffè, latte, thé o bevande simili sono liquidi facilmente lavabili che non producono contaminazione delle scaglie o granuli di plastica reimmessi nel ciclo di produzione. Queste sono le principali caratteristiche che rendono il programma RiVending particolarmente virtuoso.

### EUROSTAMPA ADHERES TO RIVENDING PROJECT FOR PLASTIC RECYCLING

RiVending is a zero waste circular economy project aimed at collecting and recycling the plastics used in the dispensing of some vending machine products.

The plastic recovered from glasses and pallets is of the highest quality and of a single type (polystyrene). In addition, the residues of coffee, milk, tea or similar drinks are easily washable liquids that do not produce contamination of the plastic flakes or granules returned to the production cycle. These are the main features that make the RiVending program particularly virtuous.

La **Raccolta** della Plastica **Oggi**



La **Raccolta** di Bicchieri e Palette con **RiVending**

