



i-Pack heeft de volledige productie onder controle met Canon

i-Pack as emballasje - display

Bedrijfsnaam
i-Pack

Markt
Verpakkingen

Opgericht
1997

Locatie
Sarpsborg, Noorwegen

Diensten
Digitaal grootformaat printen, verpakkingen, winkeldisplays, signmaterialen, commercieel printen, ontwerp en samenstelling, nabewerking, productsamenstelling

Website
<http://i-pack.no/>

Doelstelling

Activiteiten uitbreiden om marktleider in Point of Sale oplossingen te worden.

Uitdagingen

- Moeite met voldoen aan de vraag naar snel te verwerken campagnes die vaak reactief zijn;
- Geen controle op de printkwaliteit met alle nadelige gevolgen vanden voor de kwaliteit van het eindproduct;
- Uitbesteden van korte printtrunks leidde tot verliesgevende productielijn;
- Beperkt en duur proces voor het maken van prototypes;
- Geen capaciteit voor nieuwe toepassingen om het bedrijf door te laten groeien.

Aanpak

- Canon analyseerde de bedrijfsstrategie en zocht naar de beste oplossing waarmee de klant printservices in zijn pakket kon opnemen;
- Canon- en Océ Arizona-technologie werd aanbevolen door de nieuwe zakelijke partner voor de digitale divisie;
- Canon nodigde i-Pack uit voor de pre-launch van de Océ Arizona 6000 serie in Vancouver;
- Demonstratie van de productiviteit en veelzijdigheid op een breed scala van media voor kleinere toepassingen voor verpakkingen, displays en commerciële prints;

- Canon ondersteunde installatie en integratie met bestaande nabewerkingslijn;
- Bood zakelijke ondersteuning bij de overstap naar intern printen voor end-to-end productie.

De Canon-oplossing

- Océ Arizona 6170 XTS
- Onyx Thrive

Resultaten



Verkorte levertijd voor Just-In-Time-aanbod: voor sommige toepassingen van drie weken naar één week



Maandelijkse volumegroei van 300%



Gestreefd wordt naar een volumegroei van 25% eind 2015 en nog eens 15% in 2016



Ondersteuning voor het oprichten van een nieuw ontwikkelde divisie i-Pack Digital, verdere uitbreiding met i-Pack Plast voor toepassingen op hout, kunststof en staal, en i-Pack Design & Communication voor het ontwerpen van campagnes

“”

Dankzij de ondersteuning en technologie van Canon zijn we een eind op weg om onze bedrijfsdoelen te realiseren.

i-Pack heeft de volledige productie onder controle met Canon



300%

maandelijkse
volumegroei



De uitdaging

Het in het Noorse Sarpsborg gevestigde i-Pack is altijd al sterk geweest in het produceren van signmaterialen en verpakkingsooplossingen voor de detailhandel. Het bedrijf, dat sinds de oprichting in 1997 verschillende namen en eigenaren heeft gekend, werkt samen met een aantal toonaangevende verpakkingsooplossingen in Scandinavië en andere Europese markten. Maar in 2013 vond oprichter Atle Andreassen dat het bedrijf niet zijn volledige potentieel benutte. “We waren onze identiteit kwijt”, aldus Andreassen. Functionerend als meer dan een lokale verkooporganisatie voor het moederbedrijf, voerde Andreassen een succesvolle overname uit om het bedrijf weer terug te brengen naar zijn oorsprong. Onder de nieuwe naam i-Pack AS hanteerde de specialist een nieuwe strategie waarbij werd teruggekeerd naar het leveren van producten en, belangrijker, het produceren van hoogwaardige display-oplossingen voor de detailhandel en speciale verpakkingen. Het doel op de lange termijn is de beste in de branche te worden.

Een belangrijk aspect van deze nieuwe strategie is het binnenhalen van omzet in de markt voor kleine oplagen van reclamemateriaal en verpakkingen. Maar volgens Andreassen had het bedrijf niet de mogelijkheden in huis om die producties intern te printen: “Door financiële beperkingen en een gebrek aan visie bij onze vorige eigenaren werd er niet geïnvesteerd in onze eigen printtechnologie. We hadden het printwerk altijd uitbesteed aan productiefaciliteiten in Zweden en Denemarken.”

Dat was bepaald niet effectief. Niet alleen was het traag en lastig, ook de bestel- en transportkosten voor geprinte vellen van een derde partij waren hoog. Andreassen: “Bovendien ondermijnde dit proces onze controle op de kwaliteit van het eindproduct. We konden op geen enkele manier garanderen dat het door de klant goedgekeurde PDF-bestand er hetzelfde uit zou zien nadat het extern was geprint.”

Bovendien willen de belangrijkste klanten van i-Pack – dynamische, merkbewuste marketeers – graag een

voorbeeld van hun product zien om het zelf te kunnen beoordelen. “Onze klanten nemen graag voorbeelden mee naar interne vergaderingen om te demonstreren hoe de uiteindelijke display er in de winkel komt uit te zien. En wij misten nu eenmaal de mogelijkheid om daarvoor prototypes te maken”, aldus Andreassen. Nu klanten steeds meer gingen vragen naar snellere levering van opdrachten en naar meer flexibiliteit van hun leveranciers met het oog op reactieve marketingcampagnes, was het i-Pack duidelijk dat het tijd werd om te investeren in digitale printtechnologie en om end-to-end producties aan te bieden.

Andreassen: “Soms krijgen we op vrijdag een aanvraag voor een displaycampagne die de maandag daarop van start gaat. Het oude proces waarbij werk werd uitbesteed voor offset of screenprinting was daarvoor niet snel genoeg en financieel ook niet haalbaar. We hadden een manier nodig om voorbeelden te kunnen maken en de kwaliteit intern te beoordelen, in plaats van 200 stuks bij een externe drukker te bestellen om er vervolgens achter te komen dat die niet voldeden aan de norm die wij, of de klant, verwachtten.”

“”

Wij kunnen nu hoogwaardige displays en verpakkingsoplossingen produceren, van concept tot eind-product, die tot de verbeelding van onze klanten spreken en waarmee we extra omzet draaien. Dit alles dankzij onze investering in Canon en de Océ Arizona-technologie.

Tijdens de eerste maanden dat we de machine in huis hadden, hebben we meer geprint dan in heel 2014 bij elkaar!



De oplossing

Al kort na de overname zette i-Pack samen met een lokale printprovider een nieuwe divisie op, i-Pack Digital. Deze tak moest een productie-locatie worden waarin de expertise van i-Pack in het ontwerpen van verpakkingsmaterialen werd gecombineerd met de kennis van de printprovider van de printmarkt.

In 2014 besloot i-Pack dat de divisie een partner nodig had ter ondersteuning van de overstap en om de strategie een boost te geven. De eigenaar van de printprovider, Jan Tore Hall, uitte zich heel positief over zijn ervaringen met Canon en de Océ Arizona-technologie. “Jan was zeer te spreken over Canon en de prestaties van hun technologie”, zo meldt Andreassen. “Dat waren allebei belangrijke factoren. Omdat dit onze eerste grote investering in digitale printtechnologie was, moesten we alle variabelen in overweging nemen. Zou het voldoende rendement opleveren, zou het aansluiten bij de behoeften van ons bedrijf en integreren met onze bestaande nabewerkingslijn? Zou de leverancier onze bedrijfsvisie begrijpen om in eigen land en daarbuiten de toonaangevende leverancier van displaymateriaal voor de detailhandel te worden?”

Op basis van de aanbevelingen van Hall nam i-Pack contact op met Canon. Na een analyse van het bedrijfsplan werd het bedrijf uitgenodigd om in Vancouver de exclusieve pre-launch van Canon's nieuwe hoogvolume Océ Arizona UV-flatbedserie bij te wonen.

Andreassen: “In Vancouver kregen we alles te horen over de economische voordelen van intern printen en onze zorgen over eventuele ‘verborgen’ toekomstige kosten via service en onderhoud die onze winstgevendheid zouden kunnen ondermijnen, werden al snel weggenomen.”

i-Pack wist ook dat de Océ Arizona de juiste technologische oplossing bood om kleine, hoogwaardige oplagen van displaymateriaal te printen om de omzet te vergroten. “Daarmee zouden we de capaciteit in huis halen om het hiaat in onze productielijn te vullen en ons zeer concurrerend te maken”, aldus Andreassen.



De resultaten

Dankzij de interne printservice van i-Pack zijn de kosten voor uitbesteding met 50% gedaald en heeft het bedrijf volledige controle op zijn producties en de mogelijkheid om kleine oplagen te printen, waarmee tegelijkertijd de basis is gelegd voor een snelle uitbreiding van het bedrijf.

Nu het bedrijf snel kan inspelen op on-demand bestellingen van klanten, waarbij de doorlooptijd van sommige opdrachten met 30 procent is verkort, zijn de maandelijkse volumes met meer dan 300% toegenomen van gemiddeld 4.000 m² tot 12.000 m² per maand.

Andreassen: "Er worden grote hoeveelheden, zo'n 40% van het totale volume, verwerkt door de Océ Arizona en gemiddeld is de machine 15 uur per dag non-stop in bedrijf. Tijdens de eerste maanden dat we de machine in huis hadden, hebben we meer geprint dan in heel 2014 bij elkaar!"

Bovendien kan het bedrijf zuiniger met substraten omgaan. Afhankelijk van de grootte van de toepassing, kan de Océ Arizona meerdere bestellingen printen met een en hetzelfde materiaal. "We kunnen ook een hele displaytoepassing, die vaak uit meerdere delen bestaat, in één drukgang produceren. Daardoor werken we bijzonder efficiënt en is het eindproduct visueel consistent vanuit elke gezichtshoek."

De investering in Canon heeft bijgedragen aan het versneld toepassen van i-Pack's langetermijnstrategie om marktleider te worden met de ontwikkeling van vier verschillende divisies.

Naast 'i-Pack' en 'i-Pack Digital' zijn er nu ook de divisies 'i-Pack Design & Communication' en 'i-Pack Plast'. De eerste functioneert als een klein reclamebureau dat samen met klanten campagnes opzet, terwijl i-Pack Plast zorgt voor het snijden en prepareren van materialen zoals hout, kunststof en staal voor een breder scala van innovatieve toepassingen die op de Océ Arizona kunnen worden geprint. Deze divisies hebben elk hun eigen vaste klantenkring, maar werken ook samen voor end-to-end producties van displaycampagnes.

"Wij kunnen nu hoogwaardige displays en verpakkingsoplossingen produceren, van concept tot eindproduct, die onze klanten tot de verbeelding spreken en waarmee we extra omzet draaien", zo besluit Andreassen. "Dit alles dankzij onze investering in Canon en de Océ Arizona-technologie. Op basis van deze investering streven we naar een volumegroei van 25% eind 2015 en nog eens 15% in 2016. Dankzij de ondersteuning en technologie van Canon zijn we al een eind op weg om onze bedrijfsdoelen te realiseren."

“”

We streven naar een volumegroei van 25% eind 2015 en nog eens 15% in 2016. Dankzij de ondersteuning en technologie van Canon zijn we al een eind op weg om onze bedrijfsdoelen te realiseren.

De doorlooptijd van sommige bestellingen is ingekort met

30%

Bekijk ook de i-Pack video Case Study



Meer informatie

canon.nl/arizona

Canon Nederland N.V.

Brabantlaan 2
5216 TV 's-Hertogenbosch

Tel: 073-681 5815
Fax: 073-612 0685
canon.nl

 [/company/canon-nederland-n.v.](https://www.linkedin.com/company/canon-nederland-n.v.)
 [/CanonBusinessNL](https://twitter.com/CanonBusinessNL)
 [/CanonBusinessNL](https://www.youtube.com/CanonBusinessNL)
 [/CanonNL](https://www.facebook.com/CanonNL)