

Forum a Bisceglie per il punto sulla nuova frontiera aperta da una tecnologia avanzata e in costante evoluzione

NINO VINELLA

State leggendo un articolo stampato su di un tradizionale foglio di carta. Ma in questo articolo vi faremo sapere come sta diventando sempre più significativo il peso delle moderne tecnologie nella stampa digitale, un settore sofisticato ed in continua evoluzione. Tanto da volersi comunicare e "spiegarsi" ad una fascia di mercato come il centro-sud Italia, dove innovazione fa spesso rima con competizione a diretto contatto con necessità ed esigenze diverse quanto all'avanguardia.

Se ne è ampiamente discusso a Bisceglie, nel convegno patrocinato dall'Associazione degli Industriali della Provincia di Bari sotto l'egida di Assografici "Nuove frontiere della stampa digitale" organizzato da Digital Print Solutions, divisione Arti Grafiche della Tecnufficio Srl Group (azienda operante con filiali in Puglia a Foggia e Bari ed in Molise a Campobasso), in collaborazione con Xerox, azienda leader mondiale nelle soluzioni di stampa digitale, con Efi, leader mondiale nelle soluzioni hardware/software per la stampa digitale e produttore dei famosi Digital front end fiery.

L'obiettivo di questo "digital printing fo-

Stampa digitale, ovvero innovazione e business

rum", con un eccezionale parterre di protagonisti di primo piano, è stato di allargare i confini attuali di conoscenza della stampa digitale, oggi ritenuti dagli stessi interessati abbastanza limitati nei confronti del resto dell'opinione pubblica per non innescare processi e meccanismi di promozione basati non sulla generica pubblicità fine a se stessa ma sul reale sapere scientifico e strutturale veicolato con testimonianze sui casi di successo ben documentati.

Per la prima volta nel centro-sud, questa community, che storicamente coniuga gli interessi di costruttori, fornitori di tecnologie e di servizi a clienti finali, si "apre" al mondo degli operatori che compongono l'intera filiera del settore della stampa digitale per afferrare gli aspetti più salienti del mercato e proporre gli spunti di riflessione finalizzati all'ampliamento delle reciproche occasioni di business.

Sono state infatti illustrate agli addetti ai lavori alcune nuove applicazioni di successo per utilizzare in modo estremamente innovativo la stampa digitale e cogliere così nuove opportunità di mercato e di profitto.

Il forum non è stato soltanto un semplice

convegno, ma una straordinaria occasione in cui una comunità di operatori professionali altamente qualificati si sono incontrati ed hanno confrontato e discusso con un linguaggio comune le proprie posizioni.

All'evento hanno partecipato esperti, docenti universitari e illustri ospiti internazionali quali Paul Cripps, presidente europeo, Medio Oriente e Africa di Efi, Paul Didier, direttore del Sud Europa di Efi, e Job Rombout, direttore Marketing europeo di Xerox per le Arti Grafiche.

Il convegno di Bisceglie "Nuove Frontiere della Stampa Digitale", svoltosi negli eleganti ambienti del Nicotel, ha rappresentato, inoltre, l'occasione per presentare agli operatori del settore i risultati delle analisi di mercato sulla diffusione della stampa digitale in Italia e le proiezioni di crescita nei prossimi anni.

Per la prima volta nel Centro-Sud dialogo con il mondo degli operatori che compongono l'intera filiera delle arti grafiche
L'incontro è stato organizzato da Digital Print Solutions in collaborazione con Xerox e con Efi

Contestualmente ai lavori del Convegno, si è sviluppata una fitta agenda di appuntamenti a disposizione dei partecipanti per offrire l'opportunità di incontri one-to-one con relatori e analisti presenti all'evento nei numerosi spazi dedicati alla community.

Grazie a questa formula, il forum biscegliese ha concesso ai 115 partecipanti di incontrarsi e quindi condividere le migliori esperienze di business, di casi di successo, approfondire gli aspetti tecnici più sofisticati delle nuove soluzioni con sessioni tecniche dedicate al documento elettronico e alla stampa digitale in tutte le loro applicazioni.

Intervista con Piero Minchillo, amministratore della Tecnufficio Srl Group

I nuovi scenari di mercato chiedono servizi specialistici e costi contenuti

«**È** davvero questa a Bisceglie la prima volta che un convegno riunisca al centro-sud tutti i componenti della collettività delle Arti Grafiche: chi questa comunità l'ha fondata, chi la utilizza e chi ha bisogno di conoscerla meglio per aumentare le proprie opportunità di business».

Non nasconde affatto il proprio personale orgoglio Piero Minchillo, amministratore della Tecnufficio Srl Group: «È grande la soddisfazione di essere riusciti a compiere un piccolo miracolo, quello di riunire all'interno di questo evento una valida rappresentanza dell'intera filiera delle aziende che operano in questo settore: tipografie, produttori e fornitori di tecnologie digitali, le aziende che si occupano di comunicazione e di pubblicità».

Quale sarà lo sviluppo e la diffusione della stampa digitale nei prossimi anni?

«I nostri clienti sono diventati più esigenti in termini di servizio, più accorti ai costi, che stampano solo le tirature che effettivamente utilizzano e che sono diventati, mi sia concesso il termine, anche più "frettolosi"? Proviamo, inoltre, a pensare come sia cambiata, in questi ultimi anni anche la pubblicità e la comunicazione delle aziende; non più generalizzata e indistinta, la pubblicità è diventata più immediata, più mirata, più selettiva».

Internet è diventata l'infrastruttura di comunicazione portante di questa nuova economia?

«L'impatto del web è avvertito sia nella vecchia, sia



Piero Minchillo

nella nuova economia e sta aiutando le imprese (sia nel settore della produzione, sia nel settore dei servizi) a ridurre i costi nella catena dei fornitori, a ridefinire le relazioni aziendali, a entrare in nuovi mercati e a creare nuove opportunità di crescita, di occupazione e di profitto».

Lavorare in un modello produttivo superato significa restar prigionieri di una economia logora...

«Il problema principale non sembra essere di carattere tecnologico, né di risorse, né, tanto meno, di grandezza delle aziende coinvolte. Il principale ostacolo sulla strada dell'affermazione dell'innovazione all'interno delle Arti Grafiche sembra essere piuttosto un problema di consapevolezza delle opportunità che le nuove tecnologie rendono disponibili per gli operatori di questo mercato. Una consapevolezza il cui raggiungimento è possibile solo attraverso un'azione su due fronti. Da un lato attraverso un programma di conoscenza e formazione di coloro che lavorano nel mondo delle Arti Grafiche. Dall'altro, attraverso la spinta di una sempre maggiore richiesta di servizi qualificati, tempestivi e specialistici».

Tutto ciò è avvenuto dove le nuove tecnologie si sono già affermate e le imprese se ne sono giovate...

«Ecco perché una logica innovativa deve diffondersi in tutto il mondo delle Arti Grafiche e, soprattutto, negli imprenditori che le guidano, in cui oltre al profitto, comprendano e mettano al centro i nuovi bisogni dei clienti, andando incontro alle loro esigenze in modo moderno, tempestivo ed efficace».

Innovazione non solo nella scelta di tecnologie quanto nel modo di generare nuovo business?

«Oggi i nostri clienti si aspettano che gli imprenditori del settore non siano solo semplici stampatori, ma che migliorino la propria capacità produttiva, siano più efficienti, contengano i costi, promuovano la competitività e creino nuovi servizi dedicati alla nuova economia, abbandonando il modello di servizi generalizzati e indifferenziati, erogati tramite canali chiusi verticali, tipici della vecchia economia industriale. Sotto molti aspetti sarà compito di ciascuno di noi, produttori, fornitori e utilizzatori di queste nuove tecnologie guidare l'evoluzione verso la nuova era digitale. Qualsiasi impresa dovrà cambiare il modo di rapportarsi con i propri clienti, con i propri fornitori e fare i conti con i nuovi scenari di mercato che si sono delineati».

In questo mercato come trovare una collocazione tale da stimolare questo cambiamento?

«Nell'attuale scenario operativo le nuove tecnologie possono dare un grande apporto, in termini di contenimento delle spese di gestione e, soprattutto, degli investimenti. Giovanni Battista Colombo, presidente nazionale Gruppo Stampa Digitale di Assografici, ha affermato: «Nonostante l'anno appena passato non abbia visto ancora dei chiari segni di ripresa, quest'anno, il 72% delle aziende intervistate prevedono di