



Tre stampatori, tre differenti storie e modalità di affrontare il mercato ma un credo comune: il digital printing firmato HP Indigo è un'imperdibile opportunità di crescita

Tempo di crisi? No, tempo di business digitale

di Isabella Schiavi - isabella.schiavi@sunnycom.it

Una sana boccata di ossigeno. E' questa l'impressione che ho avuto visitando alcuni clienti HP Indigo che hanno confermato la fiducia nella tecnologia digitale acquistando di recente il secondo o terzo dispositivo di stampa. Già, perché a fronte del clima uggioso che pervade il settore e fa piangere miseria a molti stampatori, ho incontrato realtà positive, intraprendenti e dinamiche, che hanno adottato la tecnologia digitale

"cum grano salis", ossia non mettendosi in casa un pezzo di ferro ma impostando attorno a questo un vero e proprio modello di business. Personalizzazione, basse tirature, stampati di qualità in poco tempo e orientamento al servizio: sono queste alcune tematiche comuni a Digitalprint, Mastergraph e Linea4. Integrazione e diversificazione, sono altre parole chiave: la stampa digitale ha finalmente instaurato una felice convivenza con la tecnologia convenzionale, laddove questa è presente, e permette di ampliare target e mercati

di riferimento. In tal senso, sembra superata (era ora!) la diatriba sulla qualità del digitale rispetto all'offset, a fronte degli effettivi progressi tecnologici del primo ma soprattutto per un cambiamento di prospettiva rispetto al passato. La diminuzione delle tirature di stampa e la necessità di prodotti on-demand hanno, di fatto, spianato la strada al digital printing. Infine, il moderno fornitore di servizi stampati non ignora le opportunità offerte da Internet e la possibilità di acquisire nuovi clienti attraverso l'implementazione di

un efficace web to print. Insomma, dialogando con questi clienti HP Indigo emerge forte e chiaro il messaggio che ormai nel mondo del printing non vi è un'unica via, un'unica tecnologia e un'unica soluzione. Oggi lo stampatore, per essere competitivo e guadagnare, deve dotarsi di sistemi di stampa affidabili, avanzati e intuitivi, ma soprattutto deve essere aperto e pensare a ciò che il singolo cliente desidera realmente, a ciò che il mercato richiede e concentrarsi per soddisfare con diversi strumenti tali esigenze.

intervista

Quinto Protti
Managing Director Digitalprint

"Le aziende devono fornire al mercato solo quello che serve: la stampa digitale è lo strumento ideale per farlo"

Che ruolo riveste la tecnologia HP Indigo all'interno della vostra realtà?

La prima stampante Indigo da noi acquistata risale al '99 e da allora abbiamo impostato il business sull'affiancamento offset-digitale. Puntiamo sull'integrazione tecnologica ma oggi l'offset è diventato al servizio del digitale e non viceversa. Bisogna dire anche che lo sviluppo tecnologico ha fatto notevoli passi avanti e oggi le macchine HP Indigo sono delle "Mercedes del settore". Ci avvaliamo di due HP Indigo 5500 e una 5000; realizziamo manuali, stampati commerciali, piccole tirature e lavoriamo anche per case editrici.

Qual è la vostra visione del digital printing?

Il digitale è una filosofia, che va capita e trasmessa ai clienti. Credo che questa tecnologia possa essere valorizzata proprio in questo periodo di crisi, dove è diventata lampante l'inutile sovracapacità produttiva ed è emersa la necessità di proporre prodotti alternativi che rispondano davvero alle esigenze del mercato. E' fallito il concetto per cui l'azienda manipola a suo uso e consumo il mercato: non è più così e le aziende devono adeguarsi fornendo solo quello che serve.

Il riferimento è al print on-demand?

La qualità non è, e non deve essere, il plus del digitale; crediamo piuttosto nella costanza qualitativa e nella velocità. Ciò si traduce chiaramente in una logica di servizio e risposta immediata. Ad esempio, lavora-



mo molto con la fiera di Rimini, che richiede manuali e stampati giorno per giorno, on-demand.

Come gestite il rapporto con i clienti: direttamente o anche attraverso il web?

Non abbiamo implementato un vero e proprio e-commerce, ma Internet si integra nella relazione con il cliente. Cerchiamo inoltre di creare opportunità di incontro: abbiamo partecipato a Grafitalia '09 e abbiamo appena concluso un open-day per confrontarci e presentare i nostri lavori a clienti consolidati e potenziali. Infine, per sensibilizzare il mercato sulle opportunità del digital printing e trasmettere loro che certi lavori non sono una prerogativa esclusiva della stampa offset, abbiamo realizzato un kit comprensivo di un campionario di carte e prodotti stampati in digitale.

www.digitalprintimini.com





intervista

Giancarlo Finetto
Managing Director Linea4

“La stampa digitale fa guadagnare ma occorre continua ricerca e propensione all’investimento”

Che tipo di realtà è Linea4?

Un'azienda giovane, nata poco più di sette anni fa dalla mia esperienza nel mondo della stampa e dal desiderio di affrontare un'avventura imprenditoriale. Abbiamo subito investito nel digitale HP Indigo e oggi ci avvaliamo di una 3050 e di una 5500.

Quali sono i vostri servizi di stampa tipici?

Non puntiamo sulla produzione ma su lavori di qualità. Con HP Indigo 3050 realizziamo stampati destinati al settore della moda per brand affermati e prodotti editoriali, oltre che brevi tirature e prove di stampa. Per quanto concerne la 5500, invece, la utilizziamo per stampati commerciali in genere e per richieste provenienti dal web.

Avete un servizio web to print?

Abbiamo implementato di recente un nuovo sito web che ci consente di allargare la tipologia di servizi offerti e di aprirci al grande pubblico. In questo modo affianchiamo alla clientela classica una tipologia di utenza varia e differente.

Riscontrate maggiore sensibilità nei confronti del digitale?

La gente ha capito che si può personalizzare tutto, anche poche copie stampate. Ad esempio, abbiamo realizzato alcuni cataloghi, uno diverso dall'altro e in tiratura limitata, per il Salone del mobile. Inoltre, sfruttiamo le potenzialità della tecnologia HP Indigo stampando su molteplici carte e supporti e facendo sperimentazione su nuovi materiali.

La stampa digitale è un'opportunità reale per guadagnare: dall'inizio dell'anno abbiamo registrato una crescita pari al 12% e, considerato il periodo generale di flessione, lo riteniamo un ottimo risultato. Indubbiamente, occorre credere e investire in tale tecnologia; Linea 4 desidera essere una sorta di boutique del digitale, pertanto sta investendo in questa direzione.

www.linea4online.it



Da sinistra, Antonio Angerano e Francesco Crotti, Country Business Manager di HP Indigo

intervista

Antonio Angerano
Managing Director Mastergraph

“Il digitale è uno strumento per ampliare il nostro raggio di azione”

Da stampatore tradizionale a fornitore trasversale di servizi stampati: perchè tale scelta?

Nata nel 1995, Mastergraph ha sempre investito in tecnologia. A cinque macchine da stampa offset, abbiamo affiancato nel 2003 la prima HP Indigo per realizzare piccole tirature. Due anni fa abbiamo optato per una 5000 al fine di incrementare produttività e qualità, e ad aprile abbiamo inserito anche una HP Indigo 7000. Venendo da un ambiente offset, pensavamo che la tecnologia digitale fosse un'alternativa per rispondere alle richieste del mercato. Oggi la riteniamo indispensabile perché ci permette di concentrarci sul mercato target ampliando però il nostro raggio di azione.

Un segno che la stampa digitale “gira”...

Il digital printing riveste il 10%

del fatturato ed è in costante crescita. Siamo soddisfatti della velocità, della qualità e costanza cromatica garantita dalla tecnologia HP Indigo, che ci consente di produrre stampati identici dalla prima all'ultima copia.

Che prodotti realizzate?

Lavoriamo molto per il fashion, per cui produciamo cataloghi, opuscoli, inviti, book fotografici, e siamo attivi anche nel comparto farmaceutico. Grazie alle macchine HP Indigo, siamo in grado di realizzare stampati personalizzati di alta qualità, come cataloghi di lusso che richiedono dettagli unici, altissima definizione dell'immagine e finiture particolari.

Quali sono i vostri prossimi progetti?

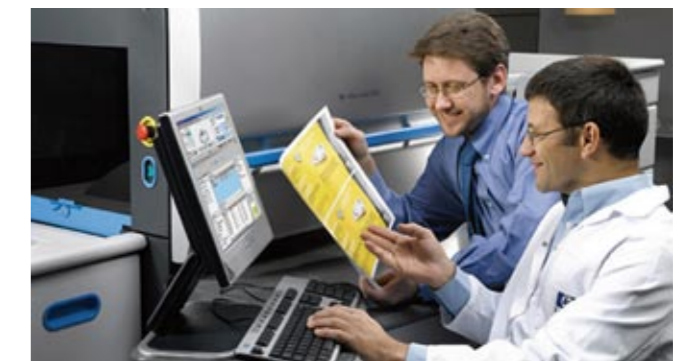
A breve sarà attivo il nuovo sito per la gestione di ordini via web e pensiamo di destinare HP Indigo 7000 alla soddisfazione di tali richieste. Prevediamo l'aumento dei volumi e stiamo già pensando ad una seconda HP Indigo 7000 per il 2010. Speriamo che le nostre previsioni non siano sbagliate!

www.mastergraph.it

Non solo tecnologia, ma un team di esperti e una gamma di servizi mirati per lo stampatore

Il sistema di stampa digitale adottato da un print service provider ha ovviamente la sua rilevanza all'interno del flusso produttivo, tuttavia sappiamo bene che il servizio riveste un ruolo cruciale ai fini della scelta di un fornitore di tecnologia. HP Indigo, il cui team italiano vanta più di trenta persone operanti a vario titolo nel marketing, nelle vendite e nell'assistenza tecnica, supporta i propri clienti con il programma Capture, che comprende un kit con alcuni esempi di lavori stampati, video, analisi di mercati verticali, case history e template per campagne di direct mailing. Inoltre, l'azienda eroga corsi di formazione via web e in aula per specialisti nella vendita e nel marketing e mette a disposizione dei clienti un portale dedicato a carte e inchiostri. Infine, HP Indigo propone Smart Planner, il software per la comparazione dei costi tra le soluzioni Indigo e le macchine offset, con analisi e grafici che illustrano il punto di crossover. Per quanto concerne l'assistenza tecnica, è immancabile il supporto on-site e remoto e un programma di training in costante aggiornamento per l'operatore; in particolare, segnaliamo il corso CO di primo livello per la sostituzione dei consumabili e la risoluzione di problematiche semplici, e il corso AO di secondo livello per la risoluzione di problematiche più complesse.

www.hp.com/it



“Crescono i volumi di stampa digitale e molti clienti investono in seconde o terze macchine. Segno che la tecnologia HP Indigo è matura e soddisfa anche gli stampatori più esigenti, che da parte loro cominciano a comprendere la filosofia e le modalità per la gestione di un business digital oriented”

Gabriella Moretti
Marketing Manager
HP Indigo Digital Press