

SULLE TECNOLOGIE LA PAROLA AI FORNITORI

LE TECNOLOGIE DI **STAMPA DIGITALE DI GRANDE FORMATO**, DA ROLL TO ROLL A FLATBED, A SOLVENTE O UV, RIVESTONO UN **RUOLO SEMPRE PIÙ DI PRIMO PIANO** NELL'AMBITO DELLA VISUAL COMMUNICATION E NON SOLO. **I VANTAGGI DEL DIGITALE IN QUESTO AMBITO VANNO DALLA VERSATILITÀ DEI SUPPORTI ALLA POSSIBILITÀ DI PERSONALIZZARE I PRODOTTI E REALIZZARE DA POCHE COPIE FINO AD UN PEZZO UNICO.**

DURST

Alberto Bassanello, direttore vendite Italia



Dal vostro punto di vista di fornitori di tecnologie di stampa per la comunicazioni OOH, quali sono le applicazioni più richieste del momento?

Bassanello: Dipende molto dal settore, ma in generale le applicazioni più richieste spaziano dai poster di grandissimo formato, stampati in genere su PVC, banner oppure su tessuto, alla stampa diretta su materiali rigidi. Inoltre, la domanda si rivolge ampiamente anche in direzione di espositori permanenti o promozionali realizzati con materiali innovativi.

Proiettandoci nel prossimo futuro, come crede cambierà la domanda del mercato?

Bassanello: È in atto già da alcuni anni un fortissimo aumento dell'interesse nei confronti di forme di comunicazione sempre più personalizzate, innovative, rapide. I volumi sono in calo, ma la qualità della comunicazione visiva stampata è molto alta e sempre più orientata a un messaggio diretto.

A proposito delle tecnologie di produzione, verso quali sistemi produttivi i player del settore guardano con maggiore interesse?

Bassanello: Proprio in funzione delle nuove esigenze del mercato, in ambito produttivo è in corso un evidente spostamento dalle tecnologie di stampa offset e serigrafica, tradizionalmente utilizzate per il grande formato, verso la tecnologia digitale, in particolare verso i sistemi a getto di inchiostro UV. Vi sono, del resto, numerosi vantaggi legati all'utilizzo di questa tecnologia, dalla flessibilità di stampare medie e piccole tirature fino alla possibilità del pezzo unico e/o della personalizzazione totale del prodotto. Senza contare la versatilità consentita dai sistemi di ultima generazione nei cambi dei materiali, da rigido a bobina, o del soggetto da stampare, cambi che vengono ora effettuati in tempi ristrettissimi, ovvero non è più necess al set up delle macchine. Su questo fronte, Durst punta oggi molto sul sistema Rho P10, presentato all'ultima edizione di drupa, che oltre a tutti i vantaggi sopra elencati, offre altresì una elevata qualità di stampa.

Concludiamo la nostra chiacchierata con una considerazione generale: quali vantaggi offre una comunicazione di grande formato?

Bassanello: Per chi sceglie di comunicare con una campagna OOH, vi sono chiaramente vantaggi in termini di visibilità e, valutando l'ambito più prettamente operativo, anche di flessibilità e velocità di realizzazione. E non va certo dimenticato l'aspetto economico, laddove, grazie alle tecnologie di ultima generazione, è possibile sviluppare campagne di grande formato con costi contenuti rispetto a quelli richiesti da altri mezzi di comunicazione.

www.durst.it



AGFA GRAPHICS



Marco Oreste Reggiroli, Marketing Manager Italy

Quali sono le applicazioni di comunicazione out of home (OOH) più richieste del momento?

Reggiroli: Direi che la crisi economica e le difficoltà dei mercati hanno favorito negli ultimi due anni lo sviluppo del digital signage, essendo questa tecnologia appetibile dal punto di vista economico. Tuttavia, va detto che qualità e impatto visivo

non sono gli stessi di quelli offerti da un prodotto stampato con livelli qualitativi elevati. Per quanto riguarda le applicazioni più tradizionali del settore OOH, nel presente si fa ampio utilizzo di cartone per le applicazioni da interno (espositori, packaging, allestimento punti vendita) e di banner/pvc per le applicazioni da esterno.

Pensando ai prossimi anni, come crede cambierà la domanda del mercato? Verso quali applicazioni andrà orientandosi?

Reggiroli: Nei prossimi anni, assisteremo sicuramente a una crescita sempre maggiore dell'utilizzo di tessuto, sia nell'ambito dell'interior decoration che in quelli dell'allestimento per eventi e della produzione di display per POP. E sempre maggior spazio verrà dato al cartone e, in generale, ai materiali riciclabili. Inoltre, per quanto riguarda l'interior decoration, si è già affermata, e continuerà ad affermarsi con forza ancora maggiore, la tendenza all'utilizzo delle tecnologie di personalizzazione e nobilitazione dei particolari di arredamento e decorazione per ambienti.

Il packaging in cartone, ma non solo quello, risulterà il settore con il maggiore interesse verso le nuove tecnologie di stampa digitale. Opportunità prettamente digitali quali la personalizzazione, la localizzazione, le campionature, il branding nei punti vendita catalizzeranno l'attenzione delle grandi case di produzione, che con le proprie richieste eserciteranno una significativa influenza sulle scelte produttive delle aziende di stampa, in direzione di tecnologie digitali di ultima generazione.

E per quanto riguarda il digital signage, potrebbe risultare di fondamentale importanza nello sviluppo della pubblicità outdoor. Tuttavia, credo che sviluppando in modo corretto il valore aggiunto della stampa e la sua nobilitazione, l'inserimento del digital signage possa configurarsi a livello di compartecipazione nel communication mix e non come protagonista.

Guardando, nello specifico, alle tecnologie di produzione, verso quali sistemi e soluzioni si guarda con maggiore interesse, ovvero in quali individuate le maggiori opportunità di business?

Reggiroli: Credo che la stampa digitale a letto piano con tecnologia piezo UV sia la tecnologia di produzione nella quale si possano trovare i maggiori benefici pratici per le attuali necessità comunicative. Riesce, del resto, a rispondere a tutto ciò che oggi il settore della comunicazione OOH richiede, da un'ampia gamma di formati e supporti di stampa a colori brillanti e resistenti alla possibilità di nobilitazione fino a localizzazione, personalizzazione e così via. Unitamente, non va dimenticato, a convenienza economica e livelli di investimento relativamente contenuti (se paragonati ai livelli attuali dell'offset).

Se dovesse illustrare i vantaggi offerti da una comunicazione OOH, su quali aspetti si soffermerebbe?

Reggiroli: Innanzitutto, credo sia importante sottolineare il fatto che il settore della comunicazione OOH racchiuda un'ampia gamma di prodotti finiti, dall'outdoor all'interior decoration fino ai piccoli particolari di packaging e a lavorazioni industriali (piastrelle, laminati plastici, laminati metallici, vetro), offrendo di conseguenza una grande versatilità nella scelta dei mezzi. La tecnologia consente, poi, di realizzare le più svariate applicazioni: il limite è sostanzialmente dato dalla fantasia di chi progetta la comunicazione e il grande vantaggio è che si possono realizzare campagne di comunicazione di grandissima efficacia con sforzi e con costi non proibitivi.

www.agfagraphics.com



FUJIFILM



Ignazio Binetti, Digital Print & Wide Format Sales Consultant

Partiamo dal tema delle applicazioni della visual communication: quali sono, a suo avviso, le più richieste del momento?

Binetti: Direi che nel corso degli ultimi due o tre anni, tra gli operatori del settore della comunicazione, abbiamo potuto osservare l'emergere di due fenomeni tra loro strettamente connessi.

Da un lato, si è certamente verificato un rallentamento della domanda e quindi delle vendite di macchine e applicazioni roll-to-roll.

A fronte di un segmento saturo, i player del settore tendono al massimo a sostituire macchine roll-to-roll a solvente con sistemi UV, ma quando si tratta di pianificare investimenti per l'inserimento di nuove attrezzature l'attenzione sembra piuttosto essere rivolta a sistemi di stampa flatbed, e proprio questa è, a mio avviso, la seconda tendenza in atto: la domanda di sistemi di stampa piana sta crescendo negli ultimi anni, a tutti i livelli, dalle macchine piccole a quelle più performanti. Tale fenomeno è strettamente legato alla versatilità dei sistemi flatbed, che offrono non soltanto soluzioni applicative nell'ambito della comunicazione visiva, ma si prestano altresì alla realizzazione di altre tipologie di applicazioni, dalla decorazione di interni a quelle industriali.

Rimanendo sul tema delle applicazioni, dove individua le maggiori opportunità di business, pensando ai prossimi anni?

Binetti: Uno degli ambiti ai quali guardare con interesse per il prossimo futuro è sicuramente quello dell'interior decoration, laddove i cambiamenti della domanda e l'evoluzione delle tecnologie di produzione stanno aprendo nuove opportunità su questo fronte. Proprio sull'onda di questa intuizione, Fujifilm ha scelto lo scorso anno di partecipare al Fuorisalone 2012 di Milano allestendo uno spazio per mostrare le possibilità offerte dalle proprie tecnologie in termini di materiali e supporti. Il feedback raccolto ha confermato il potenziale interesse del mercato, anche se c'è ancora strada da fare.

L'altro ambito applicativo che offrirà, a mio avviso, interessanti opportunità per il futuro è quello del packaging. Il mercato dell'imballaggio sta infatti vivendo un momento di cambiamento, legato al progressivo ridursi delle tirature, e proprio questo aspetto potrebbe facilita-

re la proposta di soluzioni di stampa digitale. Tuttavia, anche su questo fronte, la strada da percorrere rimane ancora tanta, dato l'affermazione delle tecnologie di ultima generazione implica al contempo un cambiamento significativo delle modalità operative e commerciali.

A proposito di tecnologie, quali soluzioni sono destinate a emergere nei prossimi anni in ambito produttivo?

Binetti: Innanzitutto, l'abbassamento progressivo delle tirature anche nel settore del grande formato sta facendo sì che molte commesse prima prodotte in offset vengano oggi realizzate in digitale (parlando ancora ad esempio del packaging e nella fattispecie la stampa su cartone ondulato), e questo fenomeno proseguirà anche nei prossimi anni. Inoltre, ritengo che il focus del dibattito rimarrà ancora per un po' sul tema del confronto tra tecnologie a solvente e tecnologie UV. Le prime sono quelle storicamente utilizzate nel settore del grande formato, hanno una tradizione consolidata e per alcune applicazioni fino a 5 mt rimangono le più indicate. Tuttavia, con il crescere dell'attenzione per l'ambiente, sono andate diffondendosi soluzioni con tecnologia UV, più sicure e meno invasive. Per le proprie caratteristiche, questa tecnologia offre un'ampia versatilità produttiva e può essere pertanto declinata per differenti applicazioni in diversi ambiti.

www.fujifilm.it



ROLAND DG MID EUROPE

Massimiliano Calvaresi, Sales Manager



Quali sono le applicazioni di comunicazione visiva più richieste del momento?

Calvaresi: Direi che a suscitare grande interesse tra gli operatori di settore sono oggi le applicazioni nei segmenti dell'interior decoration e del wrapping, anche a fronte della diffusione di nuovi materiali e di conoscenza del know-how. L'altro ambito che riscuote ampio successo è quello della personalizzazione di oggettistica, principalmente attraverso la tecnologia UV.

Pensando ai prossimi anni, come crede cambierà la domanda del mercato?

Calvaresi: Credo che nei prossimi anni ci troveremo di fronte a un cliente sempre più attento all'ecologia e ai servizi complementari al prodotto. Il green influenzerà in maniera sempre più forte le scelte strategiche del cliente e non soltanto in termini di produzione del manufatto, ma come approccio complessivo, da parte dei brand costruttori, sempre più olistico (costruzione, componentistica, sistema

di trasporto, assorbimenti e così via). Per questo motivo, i fornitori del settore andranno sviluppando nuove tecnologie capaci di offrire al mercato soluzioni sempre più integrate con un approccio green. A livello applicativo, sarà soprattutto il settore dell'interior decoration a sentire maggiormente la necessità: oggetti e ambienti a stretto contatto con l'uomo dovranno essere infatti realizzati con logiche eco.



Rimanendo sul tema della tecnologia, quali soluzioni operative possono offrire le opportunità di business più interessanti?

Calvaresi: La conversione completa dall'analogico al digitale o la sua più spinta implementazione coinvolgerà tutti gli ambienti produttivi, anche in quei settori che fino a oggi si sono mostrati meno propensi a compiere questo passaggio. Il cambiamento avverrà soprattutto nelle nuove tecnologie, come accade con l'inchiostro UV, che andranno ad integrarsi con le tecnologie esistenti.

Concludiamo con uno sguardo generale all'universo della comunicazione OOH: quali vantaggi può offrire tale mezzo?

Calvaresi: La comunicazione di grande formato rimane sicuramente l'espressione dall'impatto visivo ed emozionale più dirompente che si possa avere. Purtroppo nelle nostre città essa va via via scomparendo, soprattutto a fronte degli alti investimenti che campagne OOH implicano. Sicuramente la soluzione per i nostri clienti va trovata in una comunicazione fatta su misura. Per questo, è necessaria la versatilità della periferica che permetta di offrire alla clientela un bouquet di prodotti di comunicazione vario e applicabile per ogni settore.

www.rolanddg.it

