

Stampa digitale ed editoria, conversazioni con vista mare



In occasione del Festival della Comunicazione di Camogli, Canon ha proposto un workshop dedicato all'innovazione nel settore dell'editoria. Al dibattito, moderato da Severino Salvemini, hanno partecipato, tra gli altri, Federico Usai di Condé Nast Italia e Luca Nesi di Arti Group.

Si è parlato di innovazione tecnologica e del suo impatto sull'editoria nel workshop organizzato da Canon lo scorso settembre, in occasione del Festival della Comunicazione di Camogli (Genova), la manifestazione annuale dedicata agli operatori della comunicazione di cui Canon è Digital Imaging Partner. Moderato da Severino Salvemini, professore ordinario presso l'Università Bocconi, presidente della SDA Bocconi ed editorialista del *Corriere della Sera*, l'incontro - intitolato «Libri, stampa digitale e nuovi media, l'innovazione al servizio dell'editoria e dei lettori» - ha visto la partecipazione di Fedele Usai, amministratore delegato di Condé Nast Italia, Luca Nesi, direttore industriale di Arti Group, e Maurizio Ronzoni, channel director della divisione Commercial Printing di Canon Italia.

È toccato a Luca Ronzoni il compito di raccontare l'evoluzione della stampa digitale e di descriverne l'impatto sull'editoria, puntando l'attenzione sul fenomeno della graduale affermazione di nuovi modelli di business: «L'ingresso della stampa digitale ha operato una rivoluzione nel settore dell'editoria, assicurando efficienza, personalizzazione, rapidità e flessibilità: oggi i libri possono essere creati ad hoc - ad esempio 'assemblando' capitoli provenienti da diverse fonti - con costi di produzione minimi. Tutto ciò sta generando nuove opportunità di business per gli operatori del settore». Un caso di successo in questo senso lo ha portato Luca Nesi, spiegando che - grazie all'installazione di una soluzione Canon Océ JetStream 5500 - Arti Group

(gruppo a cui fanno capo Nuovo Istituto Italiano di Arti Grafiche di Bergamo, Eurogravure di Treviglio e Arti Grafiche Johnson) è riuscito a recuperare il proprio posizionamento nel mercato dell'editoria di libri in bianco e nero. «In questo segmento, ci occupiamo oggi di stampa industriale in tirature minime. Grazie all'introduzione del sistema di Canon, siamo riusciti a ottimizzare la produzione di volumi in bianco e nero. E non solo, perché stiamo utilizzando la stampa digitale anche per implementare la nostra attività di ricerca e sviluppo in house su applicazioni particolari - ad esempio sperimentando nuovi materiali - a fronte dei costi ridotti». Nesi ha poi aggiunto che «il vantaggio competitivo che ne deriva è fondamentale, a maggior ragione per un'azienda che - come la nostra - voglia vivere da protagonista il futuro della stampa, senza dimenticare la propria storia».

L'intervento di Federico Usai ha spostato il focus della conversazione sul mondo digital: «La scelta di affiancare alle riviste cartacee le edizioni online si è rivelata vincente per Condé Nast, che in Italia conta milioni di follower». Tuttavia, Usai ha voluto porre l'accento sul ruolo di primo piano che la carta stampata continua a rivestire nell'era del web e dei social media: «L'aggancio alla reputazione fisica delle riviste è fondamentale per il consolidamento dell'online. Una sinergia che si trasforma nel valore aggiunto dell'offrire una fruizione libera dei contenuti».