

Report BookForum 2009

UNO, CENTOUNO, CENTOMILA

Anche in occasione di BookForum la filiera della Stampa Digitale riconosce a 4IT Group la capacità di riunire le persone influenti e competenti del settore: idee utili per far fruttare il business in un periodo difficile

Il mondo dell'editoria non può fare a meno del digitale: questo è il primo messaggio forte emerso dalla **sesta edizione di BookForum**, evento organizzato da 4IT Group e nato per monitorare l'influenza della tecnologia sul segmento di mercato che coinvolge il libro e tutta la filiera dedicata.

I motivi di tale affermazione risiedono nel nuovo approccio che la società ha verso l'*Economia della conoscenza*: l'accesso sempre più libero ai contenuti che si trovano disponibili in varie forme, e la concreta possibilità di aggregare questi contenuti e pubblicarli in libri costruiti ad hoc anche in tirature limitate. La tecnologia digitale è oggi matura per offrire quella versatilità necessaria laddove le tecnologie tradizionali risultano meno convenienti, potendo garantire la stampa di libri che altrimenti difficilmente sarebbero stati pubblicati, e rendere vitali quei titoli (scientifici o di varia) irripetibili nelle librerie e nelle biblioteche.

Per accelerare tale processo, pur in un momento economico difficile, serve che la catena del valore, composta da autori, stampatori, rilegatori, fornitori di supporti e distributori, si convinca che crisi non deve significare arresto e sospensione, bensì cambiamento e innovazione.

BookForum in numeri

Se l'economia non è favorevole, è il momento di cercare nuove strade e non a caso BookForum ha registrato un incremento di partecipazione di pubblico pari al **14%** rispetto all'edizione dell'anno scorso. Il mercato è alla ricerca di nuove idee e nuove aperture, è in cerca di ispirazione e di risposte.

BookForum ha catalizzato la competenza della **Commissione Digital Printing & Publishing**, nata a inizio 2009 all'interno di **Xplor Italia** per aggregare stampatori, editori, fornitori di tecnologie e supporti. La Commissione Digital Printing & Publishing rafforza anche nel Digital Publishing il ruolo svolto da Xplor Italia, associazione sempre più attiva e concreta su questi temi e portatrice degli interessi di un'intera filiera, lavorando per sviluppare nuove opportunità di business per il mercato complessivo anche quando gli interessi sono affini ma non coincidenti.

BookForum si è avvalso dell'esperienza dei componenti di uno **Steering Committee** selezionato tra i maggiori player di questo mercato e un panel di **sponsor** d'eccezione (Kodak, HP, Epson, Océ, Screen, Tecnograf, Trasma, Kern, Burgo Distribuzione, Mondi Paper, Hyphen, PhotoBook Maker). Così ha offerto un'occasione rara di aggiornamento, spaziando dal self-publishing alla scolastica, dal fotoalbum al tema della varia.

Fausto Ceolini, Presidente di Xplor Italia e Direttore Stabilimento Salario Istituto Zecca dello Stato

BookForum, Digital Printing Forum e MailForum sono momenti in cui la nostra industry si raccoglie e si confronta per conoscere meglio il mercato.

Xplor Italia dal 2000 in avanti ha perseguito alcuni obiettivi attraverso la costituzione di relazioni nazionali e internazionali e attraverso la composizione di gruppi di lavoro che, nel tempo, hanno avuto ruoli in ricerche di mercato, in tavoli di lavoro con le istituzioni, attività di tipo educativo e formativo, momenti di confronto con la filiera. Siamo oggi **270 soci**, a rappresentanza di una filiera di operatori il cui ambito professionale è attorno alla gestione del documento e alla comunicazione stampata. Tra i diversi ambiti in cui l'associazione si muove, possiamo ricordare che:

- siamo partner di SDA-Bocconi in un progetto formativo post-laurea dedicato al Document Management
- siamo al tavolo di lavoro con il Ministero dello Sviluppo Economico per la definizione delle regole di accesso ai servizi postali
- abbiamo dato vita a **Xplor Spagna**, che oggi raggruppa circa 45 soci spagnoli, che a novembre eleggeranno un loro presidente creando così un'associazione come Xplor Italia
- siamo partner con gli altri chapter europei del primo evento europeo dedicato al TransPromo (che si terrà a Bruxelles il 6-7 ottobre)
- siamo membri della Federazione Europea delle Direct Marketing Associations, e membri del comitato direttivo del Direct Mail Advisory Board all'interno dell'Union Postal Universal

A gennaio si è deciso di costituire anche una Commissione dedicata al Digital Printing & Publishing, il cui presidente è Edoardo Morso. È con lui che il gruppo intende dare vita a nuove proposte di studio del mercato.

Xplor è un'associazione aperta a chi intende sostenere queste iniziative, sia con il contributo di idee e spunti, che in termini di sostegno economico alla realizzazione di studi, ricerche, iniziative di divulgazione. Ogni contributo è utile: *è grazie al sapere di ognuno che si ottiene il sapere di tutti.*

Scenari e tendenze di una scelta competitiva **La produzione di libri in digitale è vissuta oggi dal mercato come un'opportunità**

Enrico Barboglio, segretario generale di Asso.It, introduce il BookForum sottolineando l'importanza di un dialogo continuativo fra gli operatori del mercato: *“Se non ci fosse la volontà di collaborazione da parte delle associazioni e delle aziende che supportano l'evento, probabilmente la strada della ripresa sarebbe più lunga. Attraverso il confronto vengono percepiti più velocemente i segnali di un mercato che ha voglia di fare, e la rinascita economica ne risulta accelerata”.*

Sul digital printing interessi economici e speranze di ripresa

È stata messa in evidenza da Piero Capodiecì, presidente di Federgrafica, durante l'assemblea che ha preceduto l'evento, una flessione del mercato delle arti grafiche del 15 – 20%, con punte del 30%. Un calo rilevante è vissuto proprio dal settore dell'editoria, dove il numero delle pubblicazioni stampate è in diminuzione così come il numero delle tirature medie dei libri.

“L'industria del printing - continua Barboglio - è in difficoltà non solo in Italia, ma in tutto il mondo. Lo testimonia anche una ricerca americana da cui però emerge che l'unico segmento dell'industria grafica in crescita è quello del digital printing. Il numero delle installazioni dal 1998 è cresciuto del 300%, così come il numero delle risorse umane coinvolte è aumentato del 250%. Si tratta dunque di un segmento che sta catalizzando interessi economici e alimentando speranze. Tanto più che le previsioni di crescita della stampa digitale a colori tra il 2007 e il 2012 evidenziate dalla ricerca sono sorprendenti: un aumento anno su anno del 10%.”

La produzione di libri in digitale permette una flessibilità nelle possibilità applicative e una velocità di realizzazione che hanno saputo dare una risposta alle richieste provenienti dal mercato. È portatrice di convenienze e di nuove opportunità per gli imprenditori che stanno soffrendo con i prodotti tradizionali, costretti a margini sempre più risicati, ma che potrebbero trovare delle soluzioni ad alto valore aggiunto proprio attraverso l'uso del digitale.

Perché il digitale?

Oggi l'esigenza è quella di aiutare il cliente finale a risparmiare denaro, dimostrando che può fare di più spendendo meno.

“La prima necessità per chi vuole proporre al mondo editoriale servizi di stampa digitale - continua Barboglio - è quella di costruire strategie internet-enabled per poter servire piccole e grandi imprese e far leva su programmi di comunicazione multicanale, con un ROI dimostrabile.”

Se internet è il fenomeno che a detta dei più ha eroso potenziale al mercato della carta stampata, oggi si configura come la strategia che permette di offrire servizi competitivi. Un fornitore di servizi di comunicazione editoriale deve essere in grado di offrire capacità multicanale per il proprio cliente, predisponendo piattaforme utili sia Btb che Btc, pianificando attività di marketing e formando le proprie persone.

“Da una parte risulta fondamentale un'attenzione all'evoluzione tecnologica – precisa il segretario di Asso.It - dall'altra occorre dimostrare ai clienti che è possibile risparmiare denaro.”

Si può ottenere una crescita del fatturato delle vendite massimizzando l'efficienza delle operazioni, ovvero ottimizzando i costi nascosti. Si riducono le necessità di personale utilizzando sistemi che automatizzano i processi, così che le risorse umane possano essere spostate in attività volte alla promozione e alla vendita delle nuove soluzioni applicative.

Il Mercato dei Fotolibri

L'abilitazione delle soluzioni web per dialogare con i clienti è decisiva anche in nel mercato Photobook.

I numeri rilasciati da PMA per la regione dell'Europa Occidentale e gli Stati Uniti mostrano un trend in fortissima crescita: nel giro di 2 anni, a partire dal 2007, si è passati da 369 milioni di euro a 711 milioni in Europa e da 267 a 462 milioni di dollari negli Usa.

Il business generato dai fotolibri rappresenta un introito potenzialmente sette volte superiore a quello delle stampe fotografiche.

Negli Usa la spesa di un consumatore medio, per la stampa in negozio nel formato 10x15, nel periodo '96-'98 era di circa 54 euro per 9 transizioni di 6 euro ognuna. Nel 2008 invece si attestava a 28 euro per 7 transizioni

di 4 euro ciascuna. Con i fotolibri si passa a 188,30 euro, con 7 transazioni di 26.90 euro ognuna, ovvero 6,7 volte in più.

Rivoluzione produttiva e distributiva

La stampa digitale non si differenzia da quella tradizionale per l'output, ma ciò che cambia è la catena di produzione. È necessaria un'attenzione maggiore al lavoro svolto sul file e un'integrazione fra tutti i flussi, dall'invio del documento da parte del cliente, magari attraverso una piattaforma web-based, alla gestione amministrativa della commissione, fino al suo invio alla stampa. Inoltre è richiesta una maggiore automatizzazione di tutti i processi: anche a valle della stampa è preferibile il posizionamento di soluzioni di finitura in linea.

Solo così sarà possibile minimizzare il personale coinvolto nel processo e stampare quelle piccole tirature mirate sulla capacità di assorbimento del mercato, anche in copia unica, e inoltre si riducono le spese nascoste, tra cui quelle di gestione e organizzazione del magazzino.

Oggi il mercato editoriale deve passare dal canale distributivo, particolarmente difficoltoso da governare e non più combaciante con le esigenze del settore.

"I titoli prodotti in Italia in un anno – ricorda Barboglio attingendo ad alcuni dati presentati lo scorso luglio dall'Associazione Italiana Editori – sono 60.000, di cui 35.000 novità.

Nei 1.200 punti vendita arriva solo una parte di questi titoli, i quali poi restano sugli scaffali 20 giorni prima di passare al macero."

Il processo distributivo ha un peso troppo oneroso, giustificabile solo sulle grandi tirature dei best seller.

Rivisitare i processi anche in quest'ultima parte della catena aprirebbe nuove opportunità. *"La rete distributiva deve essere affrontata in una logica di cambiamento di fruizione dei prodotti editoriali - continua Barboglio - e l'alleanza tra internet e i sistemi di stampa digitale può essere la soluzione per superare l'attuale modello distributivo."*

Tiratura media 1,8 libri: è l'era del on demand

È già successo oltreoceano e i dati sono entusiasmanti. Quest'anno negli Stati Uniti, per la prima volta nella storia, il numero di titoli stampati in digitale ha superato il numero di titoli stampati in offset: 285 mila contro 275 mila. Realtà come Lightning Source hanno toccato la produzione di 1,4 milioni di copie/mese passando da un totale di 110.000 copie in un anno (era il 1998) ai 50.000.000 di copie del 2008, con una tiratura media di 1,8 libri stampati, tremendamente vicina alla mission dell'industria digitale che promette l'on demand reale, cioè la produzione anche di una sola copia quando necessaria.

Intervista a Gabriella MORETTI, Marketing Manager, divisione stampa digitale HP Indigo

Qual è il profilo dello stampatore che meglio si adatta all'utilizzo di sistemi di stampa digitale?

Le tendenze di mercato si stanno evolvendo rapidamente. La stampa digitale si configura come un'opportunità per tutti gli stampatori, grandi e piccoli. I grandi che hanno già in mano il business del settore editoriale possono gestire le tirature su quelle che sono le immediate capacità di assorbimento del mercato, ristampando in un secondo momento solo se necessario, ottimizzando così i costi di magazzino e distribuzione.

I più piccoli invece, attraverso l'introduzione di un sistema di stampa digitale, possono cogliere nuove opportunità ed entrare in un mercato prima irraggiungibile, incontrando la richiesta di piccoli editori o aspiranti autori che pubblicano il proprio lavoro in piccole tirature.

Cosa consiglia a uno stampatore che vuole acquistare una stampante digitale?

Non basta avere una tecnologia che stampa in digitale, ma occorre avere un insieme di sistemi integrati che risolvano tutti i problemi di produzione e aiutino a proporre applicazioni innovative.

Hp Indigo ha selezionato numerosi partner che supportano lo stampatore in tutte le fasi della stampa.

Una soluzione degna di nota è Smart Planner, un software a disposizione di tutti i clienti HP Indigo che permette di mettere a confronto i costi di produzione del lavoro realizzato con i due diversi metodi di stampa, tradizionale e digitale. Viene generata in automatico una linea che mostra il break point permettendo di fare una valutazione oggettiva. Ovvio che se c'è un'urgenza, questa può essere assolta solo dal digitale.

Ci può illustrare un caso applicativo italiano rilevante?

È da citare l'esperienza del gruppo Editoriale Repubblica L'Espresso, che nel maggio del 2008 ha dato vita al portale ilmiolibro.it e oggi stampa a colori con due Hp Indigo, la 5000 e la 5500.

A un anno dalla sua nascita ha già pubblicato 21.669 titoli per un totale di 128.637 libri stampati con una tiratura media di 6.7 copie e una massima di 600 copie.

Intervista a Marco Zuliani, Marketing Manager di Kodak Italia

Quali sono le opportunità per uno stampatore digitale?

Al Salone del Libro di Torino ci si rende conto di quante siano le opportunità di uno stampatore che offre il servizio di stampa digitale. Infatti, a parte i grossi nomi dell'editoria, esistono realtà medio piccole che si sono rivolte direttamente al digitale senza passare dal tradizionale. Questo anche perché di fatto sono aziende già proiettate verso le nuove tecnologie, con una conoscenza profonda delle possibilità multimediali offerte da Internet.

Qual è una delle differenze sostanziali tra digitale e offset?

Oggi il messaggio che deve essere lanciato al mercato non è più quello della differenza di impatto visivo del prodotto sull'utente finale. Il libro prodotto in digitale è equivalente a quello stampato con metodologia tradizionale.

Ciò che invece è va sottolineato è che con i sistemi di stampa digitale è possibile accorciare i tempi produttivi: dal ricevimento del file, alla sua elaborazione e realizzazione i tempi sono velocissimi. Merito dell'integrazione di tutti i sistemi che intervengono nel flusso di lavoro e dell'automazione dei processi.

Come sta evolvendo il mercato fotografico?

Se i foto laboratori non avessero avuto i fotolibri avrebbero chiuso. Questa è stata una nuova opportunità per il settore che ne ha permesso la sopravvivenza. I portali che hanno promosso il fotolibro hanno generato applicazioni interessanti: inizialmente l'album del matrimonio, che oggi assolve a una miriade di esigenze, dal professionista che crea il proprio book, al report di viaggio.

La macchina fotografica digitale ha rivoluzionato il mercato: la prima fase è stata l'acquisizione delle immagini, miliardi di scatti senza la spesa della pellicola. La seconda fase è stata l'archiviazione, dove dare un senso ai MegaByte catturati. Ora siamo nella fase in cui si stampano le foto, magari nel formato libro, perché c'è una nuova consapevolezza: una foto ha valore nel momento in cui la si stampa.

La produzione digitale di libri, cosa cambia nei processi approvvigionamento della carta?

Se il trend del mercato dell'editoria è quello della diminuzione delle tirature, è richiesto un processo di cambiamento in tutti gli anelli della catena, compresi quelli a monte. Anche i fornitori di supporti di stampa si trovano ora a dover riorganizzare i processi di approvvigionamento della carta per far fronte alle nuove tendenze del mercato. L'editore infatti, in Italia ancor più che negli altri Paesi, richiede per ciascuna lavorazione una propria selezione di carta, specifica nella grammatura, nel colore, grado di opacità o altro, in nome di una peculiarità propria che identifica una collana o una produzione editoriale. Ma se questa diversità viene mantenuta anche nelle piccole produzioni di stampa in digitale a foglio o a bobina, come gestire gli approvvigionamenti di quantitativi limitati? È possibile garantire agli editori una lavorazione che rispecchi la loro identità?

Nuovo valore alla distribuzione

Come l'avvento della stampa digitale può influire, influirà e sta influenzando i fornitori di carta?

Corrado Lignana, presidente di **Adica**, l'associazione che raggruppa i distributori di carta, e amministratore delegato di **Burgo Distribuzione**, individua un'opportunità nell'avvento della stampa digitale per piccole produzioni sempre più personalizzate. *“Se l'esigenza attuale è quella di diminuire i quantitativi negli approvvigionamenti e ridurre i tempi di consegna, allora la distribuzione si può riappropriare del proprio ruolo intervenendo là dove il servizio ha valore.”*

Negli anni in cui la produzione di libri stampata con tecnologia offset continuava a crescere, le richieste rispecchiavano un modello di approvvigionamento più vicino al canale distributivo della cartiera indiretta piuttosto che al distributore vero e proprio. Oggi le difficoltà che hanno colto il mercato editoriale invertono questa tendenza a favore della distribuzione, che torna a lavorare a stretto contatto con lo stampatore.

Nuovi modi di pensare il libro

Quando si parla di book on demand si intende un mercato molto ampio. Non si tratta infatti soltanto di un travaso fra ciò che prima veniva stampato in offset e oggi viene stampato in digitale. Le applicazioni digitali aprono nuovi mercati, dall'amatoriale al professionale, dalla grande distribuzione alimentare alla moda, che trovano nel libro stampato su misura un nuovo modo di comunicare. E le nuove opportunità non vengono assorbite solo dagli stampatori tradizionali lungimiranti che si sono attrezzati con le tecnologie di stampa digitale, ma anche da nuove realtà imprenditoriali che scelgono il digital printing. Questo porta a una pluralità di interlocutori con cui, chi si occupa di approvvigionamento della carta, deve interfacciarsi. In alcuni casi il rapporto viene completamente

stravolto perché si passa dal tradizionale stampatori-editori a quello tra lo stampatore e il consumatore finale (banche, supermercati, case di moda ecc).

È forte l'esigenza di creare all'interno del settore delle regole che siano di riferimento a tutti coloro che entrano in questo mercato e che non provengono dal settore delle arti grafiche.

Verso modelli di business più sostenibili

Quando si parla di carta si pensa immediatamente allo sfruttamento delle risorse e all'inquinamento. Ma secondo una ricerca di InfoTrends le emissioni date dalla lettura di un giornale stampato sono il 20% di CO2 in meno rispetto a quelle per una lettura di un giornale online per 30 minuti. A differenza dei combustibili fossili utilizzati per generare l'elettricità che attiva gli e-book, gli alberi utilizzati per produrre carta sono una risorsa rinnovabile, questo è un dato di fatto. Si tratta di una provocazione, ma il tema dell'ecologia merita una riflessione su come impostare una politica di business sostenibile.

Corrado Lignana, Presidente di Adica e Amministratore Delegato di Burgo Distribuzione

Oggi stiamo vivendo in un momento molto particolare per la crisi congiunturale che ha colpito tutti i settori produttivi, ma anche per una crisi strutturale che il settore di stampa e distribuzione della carta vive da tempo. L'associazione (circa 35-40 aziende tra cui grossisti di carta e fornitori per l'ufficio) rappresenta circa il 50-60% sul venduto Italia, mentre il restante 40-45% è seguito direttamente dalle cartiere.

In questo contesto, la stampa digitale è una novità gradita, in quanto portatrice di tassi di crescita interessanti per la distribuzione. Se l'esigenza attuale è quella di diminuire i quantitativi negli approvvigionamenti e ridurre i tempi di consegna, allora la distribuzione si può riappropriare del suo ruolo valorizzando il servizio.

Ma quali sono le novità nella produzione di libri? Al di là dei processi che cambiano in base alla tecnologia credo che la novità assoluta stia nelle opportunità del book on demand al di fuori del tradizionale settore editoriale. Se parliamo di libro in senso più ampio, allora si apre tutta una serie di mercati, quindi la chiave di volta è: si riuscirà a incrementare i break-even del mercato del book on demand? Questo aspetto è, soprattutto per i fornitori di tecnologia e di carta, un molto interessante, perché se il break-even cresce e se cresce il livello qualitativo accettato del prodotto finale, si può anche entrare in altri mercati: non è solo l'editoria a far stampare libri, ma nuovi contesti si avvicinano al libro inteso come progetto di comunicazione (es. cataloghi di moda)

Giovanni Battista Colombo, Direttore Generale STCC – Colombo Group

Siamo passati dalle molteplici copie invendute in casa degli editori alle rimanenze delle bobine non utilizzate in casa dei tipografi. A oggi la stampa digitale è corsa in aiuto agli editori, ma gli stampatori, in particolare chi stampa in digitale a bobina, si sono dovuti confrontare con il problema degli esuberanti di carta in magazzino e con un processo produttivo più veloce dei tempi di approvvigionamento della carta. Se si arriva al caso di Lighting Source, che stampa tirature da 1,8 libri, allora si tocca il paradosso. Certo è che in America il problema è più facile da affrontare perché le richieste provenienti dal mercato si attengono a standard qualitativi nel formato e nella tipologia di carta utilizzata che bypassano tutti i problemi di approvvigionamento riscontrati in Italia.

Alfonso Savi, Amministratore Delegato di Mondi Paper

L'incremento dei numeri realizzati con la stampa digitale è stato tutt'altro che sottovalutato dalle cartiere. Sin dagli esordi di questo fenomeno Mondi ha collaborato con i produttori di tecnologia per studiare le soluzioni migliori. A volte la tipografia non dà peso al tipo di carta da utilizzare, ma i prodotti specificatamente studiati per il digitale hanno un comportamento in macchina migliore rispetto alla carta per uso offset, con un'umidità differente che permette di ottenere una qualità maggiore, soprattutto quando si parla di colore. In questa fase evolutiva è importante educare il mercato perché vengano percepite queste differenze.

Lignana ha ragione quando dice che la distribuzione di carta ha con la stampa digitale l'opportunità di giocare un ruolo importante. Se ognuno gioca il proprio ruolo e la distribuzione prende in mano la logistica, saturando le richieste provenienti anche da chi ha piccole commesse, dove il servizio a valore aggiunto gioca un ruolo fondamentale, allora ne risulta avvantaggiata anche la cartiera.

Fausto Ceolini, Presidente di Xplor Italia e Direttore Stabilimento Salario Istituto Zecca dello Stato

Essere Green per noi è un imperativo. Serviamo per l'80% la pubblica amministrazione e probabilmente siamo stati incentivati più di altri ad adottare un modello di Green Printing. Siamo attenti a tutti gli aspetti: le fasi di approvvigionamento, i processi interni da adottare, fino al confezionamento e al materiale di imballaggio. Abbiamo rivisitato anche le attività più banali, quali il recupero dei materiali impiegati nei processi produttivi, per quanto riguarda la stampa offset piana si è passati dal 10% di utilizzo di alcool allo 0%. Utilizziamo solo carte FSC e controlliamo il materiale che consumiamo: non solo le materie prime e i materiali accessori, ma anche la quantità di energia elettrica, gas, acqua utilizzati, per ottenere risultati tangibili.

Editoria scolastica, al via la nuova normativa che porterà una rivoluzione produttiva e distributiva

Nel processo di cambiamento dell'innovazione della scuola digitale sono state approvate delle norme che nei prossimi anni tenderanno a cambiare la modalità di fruizione dei libri scolastici. Assografici, l'associazione industriale che raggruppa il mondo degli stampatori e cartotecnici, sta analizzando i problemi che possono nascere dall'applicazione di questi cambiamenti normativi per dare indicazioni al Ministero dell'Istruzione.

In questa prima fase di passaggio è importante comunicare al governo l'esistenza di un mercato e delle opportunità che le innovazioni tecnologiche nel settore mettono a disposizione. Poi occorre riconoscere che il libro stampato è da sempre preferito alla lettura sullo schermo. Riprendendo i dati emersi da una ricerca **InfoTrends** sugli e-book, cercano di evitare di leggere sullo schermo l'11% degli utenti, preferiscono la stampa quando il testo è lungo il 36%, un altro 36% si rifiuta di leggere sullo schermo e solo il 17% preferisce leggere "on screen". Bisogna trasmettere la conoscenza di vantaggi e privilegi della stampa digitale, che permette di stampare una selezione di testi anche in tirature limitate, evitando gli sprechi e seguendo le scelte degli insegnanti, nel rispetto dei diritti d'autore, dei costi editoriali e di stampa.

Claudio Covini, Direttore Generale Assografici

Il **d.l.112 del 25 giugno 2008**, recepito poi dalla **legge finanziaria 2008, art.15**, afferma che i consigli di classe delle scuole italiane dovranno adottare libri in forma elettronica dall'anno scolastico 2010/11. In un successivo passaggio parla di libri in versione totalmente o parzialmente elettronica. Dietro a questa legge c'è la volontà di ottenere dei risparmi per le famiglie, onerate dai costi dei libri di testo. Ma sarà realmente così? In qualità di rappresentante degli interessi del settore delle arti grafiche, Assografici presenterà presto al Ministero dell'Istruzione una ricerca che metterà in luce i reali costi della stampa dei libri di testo, evidenziando le possibili conseguenze negative dei cambiamenti normativi in atto.

Francesco Crotti, rappresentante Asso.It e Country Busines Manager HP Indigo

Nel 2000 il governo italiano ha deciso di cambiare il sistema scolastico nazionale e ha fondato un sistema che si chiama paritario, che si è affiancato a quello pubblico statale. Il sistema paritario è fondato sul principio di autonomia che prevede una pluralità di soggetti, nel rispetto di regole imposte, e la diffusione di istruzione scolastica e educazione.

La **I.112 del 25 giugno 2008** prosegue nella direzione di una maggiore autonomia. Sono ora i singoli insegnanti i protagonisti, sempre nel rispetto di regole prestabilite, che potrebbero selezionare contenuti editoriali che faranno parte del libro adottato, evitando gli sprechi.

La legge parla di una nuova modalità di fruizione dei libri scolastici, si parla di un approccio differente a quello attuale. Un'ipotesi potrebbe essere quella che la scuola, secondo la necessità didattica, commissiona dei libri di testo nell'ottica di un risparmio per le famiglie.

Prof. Chasseur, Scuola grafica

Il possibile scenario della nuova scuola: tutti i contenuti del libro vengono messi a disposizione in forma digitale e frazionati e il tipografo di paese, in una veste nuova, si mette in contatto diretto con editore e insegnanti della scuola della sua zona per stampare un testo ritagliato su puntuali programmi didattici. Questa nuova modalità del processo di fruizione potrebbe essere sufficientemente conveniente. Il cambiamento però non sarà immediato, si sta parlando di una rivoluzione industriale ed editoriale, dove cambiano processi e rapporti tra i soggetti interessati.

Update tecnologico

Stampa InkJet: le più innovative soluzioni per la produzione di libri in digitale

Bruno Trouvé, EMEA Business Development Manager HP Inkjet

Per l'industria del libro Hp Indigo propone sul mercato diverse tecnologie: l'InkJet press è adatta a stampare l'interno dei libri, Indigo Press per stampare copertine, jackets, photobook, cartoline, fumetti e tutto ciò che comporta l'uso del colore e una maggiore qualità dell'output.

Con l'**InkJet Web Press**, presentata in anteprima lo scorso anno in occasione di Drupa, Hp propone sul mercato una soluzione capace di fronteggiare ogni ciclo di stampa. I benefici sono formato, ingresso a bobina largo fino a 30 pollici, produttività di 122m/min e affidabilità. HP InkJet Web Press può stampare su ogni tipo di carta, anche la carta per quotidiani. Le prestazioni di questa tecnologia, unite all'alta qualità dell'output di stampa (1200x600dpi), la rendono ideale per l'uso industriale ad alta produttività. Gli inchiostri sono realizzati a base d'acqua e vengono utilizzate testine di stampa riciclabili.

Tim Taylor, European Marketing Manager Screen

BookForum è l'occasione per annunciare l'accordo di distribuzione con Atlantic Zeiser per il mercato e per presentare, la prima volta in Italia, ai media e agli operatori di settore l'innovativa **Truepress Jet 520**.

Truepress Jet nasce in casa Screen, una società giapponese attiva non solo nel mercato delle arti grafiche, ma produce macchinari per la produzione dei semiconduttori, flat panel Tv e circuiti stampati. Tutti i settori hanno permesso all'azienda di maturare competenze che sono state utili nella realizzazione di una tecnologia di stampa digitale, anzi, entrare in questo mercato è stata la logica conclusione di un processo, di un cammino chiaro attraverso la storia di Screen. Lo stesso nome "Screen" è legato alla produzione di glass screen di precisione ingegneristica per scanner, computer e stampanti digitali.

La Truepress Jet 520 è una stampante Inkjet ad altissima velocità, alimentata a bobina. Le testine di stampa sono Epson, e garantiscono un massimo di 2-3 cambi per un uso intenso. Tra gli altri partner di Screen c'è Ibm per il mercato transazionale.

Il workflow è basato su Pdf, una scelta che incontra il favore di chi stampa libri. È testata su varie tipologie di carta, anche speciali e non usa più inchiostro di quanto non sia necessario, contribuendo così ad abbassare il costo pagina.

Riccardo Passerini, Business Development Manager, Digital Printing Kodak

Il mercato ogni giorno si trasforma, la tecnologia migliora, aumenta la possibilità di inserire un'applicazione in digitale, e Kodak ha voluto avviare un progetto ambizioso. Creare una stampante digitale in grado di dare qualità offset, allo stesso costo dell'offset. Kodak ha creato **Stream**, una macchina in grado di togliere le barriere legate alla stampa tradizionale e a quella digitale.

Una volta che viene creato un sistema, questo può essere upgradato, e reingegnerizzato in funzione del cliente, ma la cosa più importante dello Stream concept è la qualità: una macchina a getto continuo d'inchiostro che va a 600dpi, paragonabile a un'offset, range intorno ai 175 linee retino, quindi uno stampato realizzato anche su supporti già presenti nella stampa offset (anche carta patinata), aspetto fino a oggi considerato barriera insormontabile.

Finishing on demand, le soluzioni più adatte alle esigenze di flessibilità e dinamicità tipiche della stampa digitale

Matteo Roncagliolo, Managing Director Tecnograf

Tecnograf lavora nella rilegatura tradizionale da sempre, e 3 anni fa si è "buttata" nel digitale, credendoci fortemente. Nel 2008 i risultati hanno confermato che la scelta fatta era vincente: il 50% del fatturato proviene dal digitale e sta aumentando sempre di più.

Presentata a Grafitalia nel 2006, Tower è il primo dispositivo di Tecnograf sviluppato su misura per la stampa digitale, si tratta di un'incassatrice automatica compatta, flessibile, con un cambio formato molto veloce (300 libri ogni ora però con un cambio formato di 45 secondi) e un costo contenuto. Altra caratteristica è il sistema integrato touch screen che dà all'operatore la possibilità di agire in completa autonomia e il cambio formato automatico è gestito attraverso il barcode che la rende ideale per la realizzazione dei fotoalbum.

Il successo di Tower ha spinto l'azienda ad introdurre due nuove attrezzature: **Softcover**, una brossuratrice monomorsa, con grecatura e fresatura capace di lavorare 200 libri l'ora, e una **copertinatrice**, che verrà presentata a fine anno, che si distingue per il cambio formato velocissimo, 15 colpi circa al minuto e 200-250 copertine differenti all'ora.

PhotoBook, l'album delle foto diventa libro con un click

La presenza di molti fotografi, grazie al supporto di CNA Comunicazione, ha testimoniato come questa professionalità stia cercando nella stampa il completamento del ciclo del proprio lavoro

L'avvento della tecnologia digitale ha certamente portato un nuovo entusiasmo tra gli appassionati di fotografia. Lo scatto gratis, immediatamente fruibile a video, per un certo tempo ha inebriato il settore. Secondo quanto emerso durante BookForum, si registra una controtendenza, e una foto ha valore solo se stampata.

Durante l'evento l'album delle fotografie stampato in formato libro ha vissuto un ruolo da protagonista con il Concorso Photobook, iniziativa che ha posto l'accento sull'utilizzo del libro fotografico, stampato in un giorno anche in copia unica, come indispensabile supporto alla qualità del lavoro del fotografo professionista. Questo è l'obiettivo di 4IT Group, CNA Comunicazione, del portale Photographers.it e di Hp Indigo, che hanno trovato una sinergia che ha offerto ai fotografi italiani l'opportunità di dimostrare le proprie capacità. Fra i 47 progetti partecipanti è stato premiato il lavoro **Reattore 4 Chernobyl** di Massimo Bordoni.

Nella sessione pomeridiana sono state ricostruite le fasi di lavorazione dei PhotoBook su un'applicazione web based. Di particolare interesse i commenti e le indicazioni della giuria, tra cui il significativo contributo di Mariateresa Cerretelli, giornalista e photo editor di Class e Presidente del Grin (Gruppo Redattori Iconografici Nazionale), supportata da Antonio Mecca, Resp.le Comunicazione e Terziario Avanzato - CNA Lombardia, Angelo Cucchetto, fondatore Starring e responsabile sito Photographers.it e Dario Morelli di HP Indigo.

È stata evidenziata la necessità di una sempre maggiore collaborazione tra i fornitori di dispositivi di stampa e finitura, che rendono disponibili le tecnologie per l'elaborazione del documento elettronico, e che assicurano una definizione dell'immagine e dei colori più che soddisfacente al fotografo professionista intenzionato offrire ai suoi clienti un prodotto di qualità, entro le 24 ore.

Progetti selezionati concorso PhotoBook

Primo Classificato: Reattore 4 Chernobyl – Massimo Bordoni

Alle ore 1.23'.44" del 26 Aprile 1986 presso la centrale nucleare di Chernobyl, si verificò un'esplosione che disperse in atmosfera un'enorme quantità di materiale radioattivo.

A circa 3km da Chernobyl, fu edificata negli anni 70 la città di Pripjat, per ospitare le maestranze della centrale. Nel 1986 contava circa 47.000 abitanti.

La sera del 26 aprile si decise per l'evacuazione della città. Fu detto ai cittadini di portare con sé pochi effetti personali perché in breve tempo avrebbero fatto ritorno nelle loro case e pertanto la città rimase praticamente intatta.

Oggi, dopo 23 anni dal disastro ecologico, Pripjat è una città fantasma. Gli edifici ormai fatiscenti sono preda della distruzione compiuta dal tempo, gli oggetti abbandonati sono divenuti i testimoni silenziosi di vite bruscamente interrotte. Gradualmente la vegetazione sta riprendendo il sopravvento e gli animali selvatici hanno ripopolato la zona.

Dove l'uomo ha improvvisamente seminato la morte la natura sta lentamente riportando la vita.

Nato nel 1963, Massimo Bordoni per i suoi lavori di reportage predilige l'approfondimento dell'aspetto sociale e antropologico. Ha partecipato a vari concorsi e workshop fotografici.

Finalista: Ecologia: Incontro tra anime – Luigi Facchinetti Forlani

Vivere con consapevolezza l'ambiente significa infondere sacralità all'habitat, il luogo dove ogni uomo pratica le proprie passioni.

Anche i costruttori di immagini partecipano con il loro lavoro alla sensibilizzazione e all'incontro con l'anima dell'ambiente; ciascuno con la propria visione oculare e percezione interiore esplora la bellezza del pianeta o il degrado dello stesso per farne una denuncia sociale.

Il mio sguardo capovolto o riflesso ha colto nella natura un atto trascendentale della specie; una rappresentazione mimetica per ricordare a noi umani che in ogni cosa è immanente lo spirito vitale.

Questo progetto vuole essere una carezza alle invocazioni della natura.

Nato a Ghisalba (Bergamo) nel 1947. Dopo una formazione professionale avvenuta in ambiente milanese, Luigi Facchinetti Forlani si è dedicato professionalmente alla fotografia industriale e pubblicitaria.

L'esperienza professionale ed esistenziale hanno aperto un varco verso quella frontiera in cui un uomo sente il bisogno di raccontare qualcosa.

Finalista: Open Spaces – Maurizio Chelucci

Viviamo perlopiù in appartamenti, scatole che condizionano fortemente i nostri usi. C'è una progressiva e inesorabile tendenza nel muoversi sempre meno a piedi. Casa, macchina, metrò, ufficio, centri commerciali. Ci spostiamo al chiuso, studiamo al chiuso, lavoriamo al chiuso.

I popoli occidentali stanno perdendo il contatto con l'esterno e chi ne soffrirà maggiormente saranno le nuove generazioni che, paradossalmente, conoscono città e posti a migliaia di distanza dalle loro case, ma non hanno più nelle loro giornate un semplice rapporto con l'aria aperta.

Questa vuole essere una ricerca sulla serenità; lavoriamo, studiamo, affoghiamo nei riti della nostra quotidianità per ritrovare noi stessi solo con un vero cielo sulla testa.

C'è una semplicità nel vivere "l'aria" che deve riflettersi nelle immagini. È interazione fra persone e paesaggio, "luogo e uomo" entrambi, in queste opere, protagonisti.

Maurizio Chelucci inizia a fotografare nel 1977 occupandosi principalmente di reportages. Oltre a numerosi articoli sulla fotografia pubblicati su Exibart, Cutframe, Nadir, pubblica un libro di fotografia con CHL e Finson. Nel 1999 diventa direttore artistico per la MassenzioArte ed è fondatore e direttore artistico di Fotoleggendo fino al 2007. Ha al suo attivo diverse mostre personali e collettive in Italia e all'estero dal 1980 a oggi.

Finalista: Tra passato e futuro – Federica De Angeli

Cornigliano, documentazione dal 2006 al 2008.

Le foto raffigurano l'area dismessa dell' Ilva di Genova-Cornigliano, un luogo nel momento di passaggio tra la demolizione e futura destinazione. Sono stata testimone oculare della "disintegrazione progressiva" dei resti di quella che un tempo fu La Cattedrale Maxima di una civiltà ormai estinta. Un luogo dove fantasmi e visioni oniriche prendono forma nella mia mente astraendomi totalmente dalla materia. I resti di rotaie di un binario morto mi trasportano ora, su un lugubre vettore della mia mente, mentre il vento che ha il sapore del carbone mi impone in questo viaggio la direzione obbligata verso immense ciminiere mute, che un tempo eruttavano fumo denso e spaventoso come se lì a bruciare fosse l'intera razza umana. Ecco affiorare la sagoma di un guanto sunto dal tempo e dal lavoro duro: non mi stupirei di ascoltare, qui, ora, le ultime preghiere di chi qui morì dopo una vita vissuta in un'eterna notte buia di carbone. Poi, all'improvviso, un'esile pianta di pomodoro affiora dal suolo sterile e si frapponne fra me e me la Speranza, anzi la Certezza di una Nuova forma di Vita e di una Nuova Era già in Germoglio.

Nata a Genova, dal 1986 Federica De Angeli svolge la professione come fotografa pubblicitaria. Nel contempo pubblica diversi libri fotografici dedicati alla sua città e partecipa a mostre collettive e personali. Dal 2002 si dedica all'insegnamento sia nelle scuole pubbliche che nella propria scuola privata. Continua la ricerca personale.

Finalista: Ultimi Ghiacci nel grande nord – Alberto Nardi

L'effetto serra e il surriscaldamento stanno provocando notevoli cambiamenti climatici che causano la mutazione delle ultime aree di wilderness europee, rifugio di una splendida quanto sempre più rara fauna selvatica. Il book è un reportage su quanto è ancora possibile ammirare oltre il circolo polare artico nel grande nord europeo: ma per quanto ancora?

Salernitano, residente in provincia di Bergamo, classe 1960, Alberto Nardi è fotografo professionista dal 1987 e Socio dell'Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU VISUAL (vedi Repertorio della Fotografia Professionale pag. 682 - <http://www.fotografi.tv/ricerca.php>).