



# ENTUSIASMO A TUTTA STAMPA

Il mondo delle arti grafiche di nuovo riunito

*Sono stati intensi giorni di confronto e aggiornamento professionale quelli della seconda edizione di Print4All. 246 aziende e 20.922 operatori si sono incontrati per fare il punto sul mondo del printing e del converting*

Giuseppe Goglio

Entusiasmo. Non servono altre parole per definire l'edizione 2022 di Print4All. Un'edizione che ha mostrato il meglio delle macchine per converting, labelling e

printing, frutto del costante lavoro di ricerca e sviluppo delle imprese presenti ed espressione di un mercato che guarda con sempre maggiore interesse a modelli di economia circolare e industry 4.0, ma anche alla servitizzazione e alla digitalizzazione, che consente di velocizzare i processi e rende possibili le personalizzazioni anche a basse tirature. Alto il profilo degli operatori in visita: il 44% era costituito da titolari, amministratori delegati e manager, mentre il 32% era rappresentato da figure tecniche, fondamentali per la selezione e la valutazione delle tecnologie.

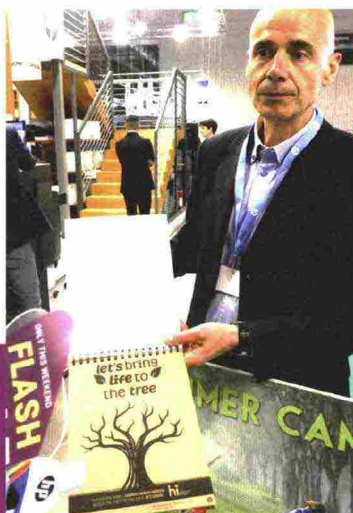
## Dove eravamo rimasti?

A cominciare da chi ha scelto proprio questa occasione per il ritorno sulla scena. «È stata una bella manifestazione, a partire dal potersi rivedere – conferma

**Roberto Giorgio, regional business manager large format di HP** –.

Come se avessimo chiuso nel cassetto questi due anni per riaprirlo da dove eravamo rimasti. L'evento mi è piaciuto e ho visto tanta positività». Tra chi ha colto l'occasione per chiudere un contratto messo a punto nei mesi precedenti, chi aspettava solo di poter vedere nuovamente i macchinari dal vivo o solo per

**Puntare su un'ampia rassegna di applicazioni è sempre una scelta sicura a una fiera. HP ha cercato di andare oltre, mostrando come trattare i materiali anche in tema di versatilità, controllo dei costi e sostenibilità**



aggiornarsi, il lavoro non è mancato. «I veri risultati si ricavano a distanza di qualche mese, ma le trattative in corso sono diverse. Anche se timori e perplessità naturalmente rimangono, tante aziende cercano di superare gli eventi e mostrano voglia di pianificare». Per farlo con convinzione, serve ispirazione.

La riflessione dalla quale è scaturita una larga tendenza a mettere in risalto le applicazioni, con i relativi materiali. «La sostenibilità spinge alla ricerca di intere soluzioni. Vale a dire, studiando anche i materiali. La stampa in interni aumenta e di conseguenza odori e qualsiasi rischio di tossicità sono fuori discussione». Tra le altre tendenze emerse, il desiderio di integrazione, o di soluzioni in grado di assecondare processi di lavoro più articolati. «Dove è possibile, si cerca di evitare la laminazione, utilizzando tecnologie come la nuova PageWide e il Latex per stampa diretta senza necessariamente passaggi successivi. Si lavora sempre più su processi veloci ed esecuzioni immediate, non si può dipendere da più macchinari, con velocità produttive diverse».

scenari



**La versatilità delle apparecchiature Canon è stata sottolineata da una serie di esempi produttivi organizzati per tema. In tutti i casi supportati dalla necessaria consulenza per trovare la propria via verso la personalizzazione**

**Il futuro della stampa**

Soprattutto nelle prime giornate, la presenza di scuole ha contribuito in misura importante all'affluenza complessiva. Un segnale importante per il settore in prospettiva futura, dove non manca chi ha voluto mostrare i risultati di un coinvolgimento diretto iniziato mesi prima. «Abbiamo raggiunto gli obiettivi di partecipazione dei nostri clienti – rilancia **Giuseppe D'Amelio, D&PS marketing&innovation director di Canon** –. In particolare, ci

tengo a sottolineare la forte eco di Come back brighter, la campagna di comunicazione realizzata dagli studenti di NABA. Alla presenza di docenti e rappresentanti della Nuova accademia di belle arti, gli studenti del Triennio in Graphic design e art direction protagonisti del progetto più meritevole hanno visto esposta la propria campagna grafica». Una ragione in più per un bilancio prevedibilmente positivo. Le attese erano alte e i timori certamente non mancavano. Destinati però a sparire poche ore dopo l'apertura. «Siamo stati in grado di supportare diverse tipologie di segmenti di verticali, spaziando dal retail, all'interior design e fino al settore editoriale. Personalizzazione e approccio consulenziale sono elementi fondanti dai quali trarre ispirazione per migliorare costantemente la fiducia e la soddisfazione dei nostri clienti e partner». Nonostante le difficoltà degli ultimi anni, Industria 4.0 resta elemento trainante in termini d'investimento. Aspetto interessante, sempre però con una buona consapevolezza di cosa cercare. «Protagoniste indiscusse sono state le applicazioni, su grande varietà di supporti per le differenti tecnologie piccolo e grande formato, a riprova di quanto sia possibile creare un nuovo modo di comunicare più impattante e attrattivo in diversi settori». Più del singolo macchinario inoltre, l'attenzione è rivolta ai processi interi. «Senza



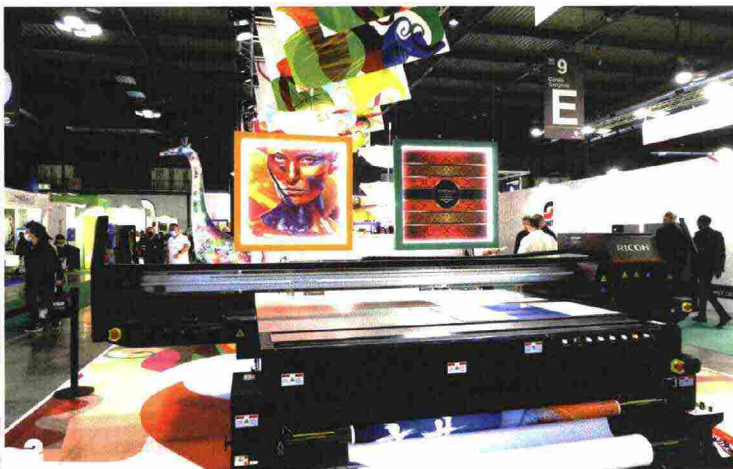
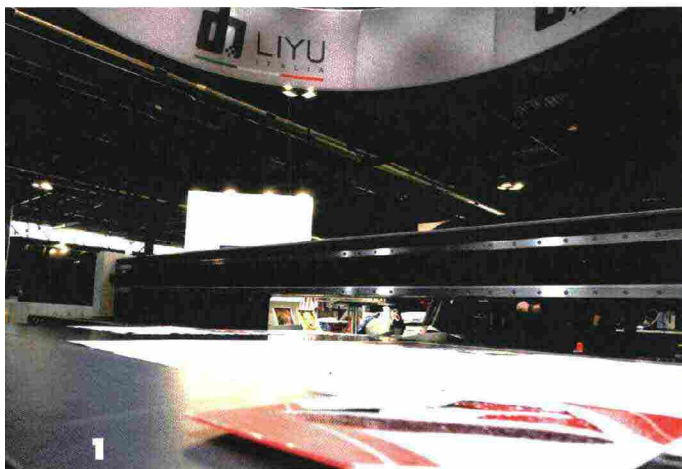
**Tecnologie consolidate Epson al servizio di una varietà crescente di strumenti. Sublimazione applicata agli oggetti, etichette e altre soluzioni possono condividere una qualità di stampa ormai affermata**

automazione e Integrazione non si possono cogliere le opportunità del digitale e della personalizzazione, risparmiando tempo e risorse; anche questa è sostenibilità. I nuovi prodotti lanciati di recente permettono minor consumi energetici e occupando minor spazio. Inoltre, gli inchiostri della famiglia Colorado hanno certificazioni ambientali per interno, interior decoration e per carta decorativa».

**Esame superato**

«È stato un test importante sia per gli espositori sia per il pubblico – osserva **Renato Sangalli, head of sales C&I printing di Epson** –. Da entrambe le parti c'era il desiderio di tornare a incontrarsi dal vivo e noi volevamo verificare proprio questo, offrendo al visitatore una panoramica essenziale, ma a 360°, sulle proposte, dalla fotografia al disegno tecnico, dall'oggettistica al tessile e più in generale la comunicazione visiva». Fermo restando un bilancio nel complesso positivo però, diversamente da una sensazione diffusa alcune aspettative sono andate almeno in parte deluse. «Abbiamo registrato ottimi riscontri e un elevato interesse tra i visitatori, dai quali sono scaturiti diversi nuovi contatti. A essere sincero fino in fondo, però, mi sarei aspettato una partecipazione più numerosa da parte del pubblico». Dietro l'euforia del momento infatti, a stand chiusi restano comunque le problematiche di tutti i giorni, quelle spesso più delicate perché non necessariamente sotto il proprio controllo. «Abbiamo registrato anche un certo livello di frustrazione, in alcuni casi addirittura rassegnazione, non solo per la mancanza di alcuni prodotti nella filiera, ma anche per l'aumento generalizzato dei prezzi dell'energia e dei materiali per la stampa». Una sana dose di realismo, indispensabile per essere pronti a gestire una serie di situazioni eccezionali. «Non è sufficiente mettere a punto prodotti con basso consumo di energia. È necessario lavorare sugli interi impianti produttivi, il livello complessivo delle emissioni nocive, la tipologia e la durata dei materiali di consumo, il trasporto, la distribuzione e lo smaltimento dei consumabili. Tutti devono raggiungere il minor impatto possibile sull'ambiente».





**1 Variare l'offerta è uno degli impegni attuali Liyu, puntando a supportare i clienti nell'intero flusso di lavoro. In particolare invitando a puntare sul packaging, contando su sistemi di stampa e di taglio e inchiostri particolari**

**2 Il colore in un allestimento all'insegna del movimento. Ricoh attira l'attenzione e dimostra la versatilità e l'affidabilità delle varie tecnologie di stampa in catalogo**

**Occhio sul packaging**

Dal grande formato, la comunicazione visiva ha iniziato ormai qualche tempo fa, a spostarsi verso l'interior decoration. Ora, si prospetta un nuovo interessante passaggio in direzione di un altro mercato molto promettente. «Abbiamo incontrato numerosi addetti ai lavori nel mondo della cartotecnica – spiega **Paolo Canuti, sales manager di Liyu Italia** -. Oltre a operatori della visual communication interessati a potenziare i propri reparti produttivi con sistemi di taglio e finitura per entrare in un settore in crescita come quello del packaging». Diversificare significa anche riuscire a passare rapidamente da una lavorazione a un'altra. Soprattutto, puntare su soluzioni versatili. «È una delle caratteristiche più ricercate nelle nostre macchine. Rispondiamo con sistemi in

grado di soddisfare le esigenze di molteplici settori, dalla cartotecnica alla visual communication, fino ai diversi comparti dell'industria. Ingegnerizzate per operare direttamente su un vasto catalogo di materiali, grazie alle esclusive dotazioni messe a punto dall'R&D interno e a una gamma di inchiostri appositamente formulati per le diverse tipologie di supporto».

Caratteristiche tutte a portata di mano, grazie a una serie di applicazioni esposte. L'insieme svariava dai pack più creativi alle stampe su pelle, dalla decorazione di superfici in vetro stratificato fino alle particolari stampe materiche e lenticolari con effetto 3D estese al grande formato.

«Quest'ultima tecnologia in particolare, permette di creare immagini che ingannano l'occhio, dando l'illusione della profondità, o mostrando differenti figure quando l'immagine viene vista da diverse angolazioni. Molto utilizzata nel marketing e nella pubblicità, la stampa lenticolare si

sta rivelando uno strumento interessante anche per gli architetti in ambito di interior decoration».

**Lo spazio del colore**

Tra i segnali più belli dal punto di vista estetico del desiderio di guardare avanti, la ricchezza di colori e oggetti particolari protagonista in diversi stand. «C'erano molta attesa e curiosità da parte degli ospiti, i quali hanno accolto con interesse le tecnologie e le novità presentate – riflette **Giorgio Bavuso, direttore commercial and industrial printing di Ricoh** -. Il nostro stand era un vero e proprio hub applicativo, realizzato utilizzando le nostre tecnologie in ogni suo dettaglio. Dal pavimento, agli oggetti sospesi, ogni elemento decorativo ci ha consentito di mostrare la versatilità delle nostre tecnologie, sia per quanto riguarda i supporti di stampa sia per la resa finale del prodotto». Anche in questo caso, la risposta è stata decisamente positiva. Più ancora per il conforto dei numeri, utile a ricavare preziosi indicazioni sullo scenario. «Possiamo individuare due macro-aree. Da una parte, clienti o potenziali tali, molto interessati alle novità tecnologiche e applicative che abbiamo mostrato. Alla ricerca di nuovi servizi da proporre. D'altra parte però, intimoriti da una certa preoccupazione riguardo le minacce esterne, quali la guerra e la possibile mancanza delle materie prime, in particolare la carta». Al momento, ancora non abbastanza da frenare i progetti, cogliendo l'occasione semmai per qualche riflessione più ad ampio respiro. «Nel mondo inkjet, c'è stato un forte interesse nei confronti della nuova tecnologia DTF al debutto. Consente di stampare e personalizzare un ampio range di prodotti e materiali tramite transfer».

**Ampia gamma**

«Per noi è stato un successo, e per diverse ragioni – sottolinea **Paolo Zerbi, graphic arts BD general manager, graphic arts business domain di Fujifilm** -. Prima di tutto, la significativa partecipazione di pubblico, con visitatori mediamente molto qualificati e anche un'ottima presenza

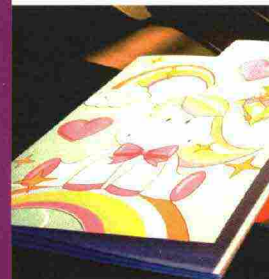




3

**3** Il bentornato Fujifilm è stato impreziosito dal debutto di Prime, nuova stampante flatbed UV, capostipite del nuovo progetto Blueprint, intenzionata a ridefinire il rapporto tra produttività e qualità

L'enorme bagaglio di competenze **Kyocera** sulle testine di stampa inkjet è al centro della proposta alternativa TASKalfa Pro 15000c per le produzioni moderne nel piccolo formato, nobilitazione compresa



4

**4** La ricerca della nobilitazione come fattore distintivo spinge anche Konica Minolta ad attirare l'attenzione sui vantaggi di un sistema integrato, fondamentale per garantire qualità del risultato e accorciare tempi di lavorazione

dei fornitori che ha sicuramente motivato e invogliato il pubblico a partecipare».

A dare il benvenuto, o il bentornato, la nuova Prime, stampante flatbed UV, capostipite del nuovo progetto Blueprint, con rapporto tra produttività e qualità sopra gli standard attuali. «Concept Blueprint sarà protagonista di ulteriori novità a Fespa, con il rafforzamento della gamma. Insieme alla famiglia Revoria, destinate a comporre una gamma sempre più ampia anche nel mondo toner base per creare ponte di transito per le basse tirature ad alta qualità provenienti dall'offset».

Tra i segnali positivi, la chiara volontà del settore di riprendere attività e investimenti. Perfettamente assecondata dall'esposizione di numerose novità e nuove tecnologie, distribuite nei singoli processi della filiera produttiva. «Un altro argomento sul quale siamo molto concentrati è la sostenibilità. Non a caso, lo stand è stato realizzato completamente con materiale riciclabile e le attrezzature in produzione non hanno praticamente prodotto scarti e rifiuti. Veniva stampato solo quanto richiesto dai clienti oppure materiale aziendale utilizzato in futuro».

### Il lato nobile della produttività

«All'inizio avevamo il dubbio di come il mercato avrebbe risposto ad un evento in presenza dopo due anni caratterizzati dalla pandemia – ammette **Antonio Maiorano, sales director professional printing di**

**Konica Minolta** –. Abbiamo comunque deciso di investire tempo e risorse e siamo molto soddisfatti del risultato. Infatti molti sono stati i clienti o potenziali tali venuti a trovarci allo stand, dimostrando interesse per le nostre soluzioni di stampa».

L'occasione si è rivelata utile anche per ribadire il posizionamento nel panorama delle soluzioni per la stampa ad alta produttività e allo stesso tempo consolidare la posizione nel mondo Production Printing. «Abbiamo quindi deciso di portare sia macchine da stampa sia per nobilitazione. Soprattutto però, soluzioni per integrare e rendere più efficienti l'attività di stampa dei nostri clienti per il sistema Accurio Pro Flux». Dimenticati presto i timori iniziali, i segnali positivi non hanno tardato ad arrivare. La voglia di ripartire da parte degli operatori è apparsa subito evidente, con la chiara volontà di ritornare alla cosiddetta quotidianità. Restando comunque coscienti di come in realtà sarà necessario adattarsi a quelle definite una sorta di "nuova normalità". «Bisogna imparare a pianificare meglio le attività, per via della disponibilità incerta e del rialzo dei costi della carta. Inoltre, c'è l'esigenza sempre più forte di poter gestire le basse tirature richieste dal mercato in tempi stretti». In più, indicazioni utili su uno degli argomenti destinati a occupare la scena per qualche tempo. «L'integrazione dei sistemi e l'ottimizzazione dei flussi di lavoro sono un tema da monitorare attentamente. C'è infatti una chiara volontà di portare in casa soluzioni per poter produrre end-to-end i lavori, dalla pre stampa al prodotto finito, riducendo la dipendenza da lavorazioni esterne».



### Nuove sfide inkjet

A fianco del digitale, la convergenza tra le varie tecnologie di stampa ha portato anche a parziali sovrapposizioni. Soprattutto quando si parla di piccolo e medio formato, è ormai la regola poter scegliere tra toner e inchiostro. «Vediamo opportunità interessanti nel mondo inkjet aziendale – dichiara **Takuya Marubayashi, presidente di Kyocera Europe** –. Sulla scia della transizione digitale, possiamo mettere in campo la nostra comprovata competenza nella produzione di testine, combinata all'esperienza maturata nella gestione della carta e il flusso di lavoro dei documenti». La risposta è sotto gli occhi di tutti. L'intero stand era infatti allestito intorno alla TASKalfa Pro 15000c.

Lanciata nel 2019 e ora praticamente a una delle prime uscite ufficiali in pubblico. Capace nel frattempo di conquistare una quarantina di clienti, due dei quali in Italia. «Il calo nella produzione dei volumi ha coinvolto inevitabilmente i sistemi analogici – sostiene Marcel Ebbenhorst manager production print di Kyocera Document Solutions –. D'altra parte, maggiore attività online e social media portano grande attenzione verso stampe personalizzate, piccole tirature e dati variabili».

Tutto quanto vuole riassumere il nuovo sistema di stampa. Pronto a integrarsi sia via hardware sia via software con le altre fasi del processo produttivo. «Abbiamo pensato prima di tutto a come integrarla in un flusso di lavoro – conferma Alessandro Mambretti expert production print solutions di Kyocera Document Solutions –. Questo non significa dimenticare la qualità di stampa, intesa però come certezza del risultato e la sua affidabilità nel tempo». Uno strumento in più a disposizione degli addetti ai lavori, con una serie di opportunità illustrate attraverso una serie di piccoli seminarti tematici. Apprezzati al punto da non esitare nel considerare positivo il ritorno di Print4All. Affluenza e partecipazione hanno infatti soddisfatto i vertici aziendali. «I segnali emersi sono di un mercato in espansione che ricerca affidabilità, produttività di qualità, versatilità applicativa e semplicità d'utilizzo».

### Flusso positivo

«Abbiamo registrato oltre trecento visitatori, con un forte interesse sia per i nostri prodotti post-press, stampa digitale single pass sia per la stampa offset a foglio - racconta **Peter Andrich, amministratore delegato di Koenig&Bauer IT** –. Abbiamo sempre creduto in questa fiera e gli eventi ci hanno dato ragione, superando anche le aspettative».

Se anche fosse andata diversamente, non sarebbe stato tempo perso.

«Dopo il vuoto creato dalla situazione pandemica si sentiva l'esigenza di un contatto con clienti e prospect, ma anche di un confronto tra fornitori e partner in quanto dopo anni di assenza di eventi espositivi dal vivo, il richiamo a constatare gli sviluppi e le innovazioni presentati è stato





Alla capacità di offrire diverse soluzioni di stampa per tecnologie e supporti, **Koenig&Bauer** aggiunge un controllo di gestione completo, dal flusso di lavoro ai dati fino ai componenti, garanzia di affidabilità



**5** Le situazioni impreviste degli ultimi due anni non sembrano aver intaccato la tendenza favorevole al settore delle etichette. Uno scenario confermato dai fatti, del quale Omet può essere dolo soddisfatta

e soprattutto un'importante cartina tornasole per quanto riguarda i trend di mercato e le svariate direzioni che sta prendendo il mondo della stampa a tutto tondo. Per quanto riguarda il nostro campo abbiamo sicuramente avuto un riscontro positivo sia dai nostri clienti sia dai nostri fornitori/partner storici e con molto piacere abbiamo notato anche la presenza di nuovi player sul mercato con i quali si potrebbero aprire diverse prospettive future». Per chi si sente consapevole delle proprie potenzialità, la capacità di adattarsi

più forte». In particolare, elevato l'interesse per le soluzioni integrate. «Non viene offerta solo un'unica tecnologia, ma un portafoglio allargato di prodotti comprendenti sistemi di stampa, finitura e naturalmente tutta la parte di software e workflow. Abbiamo una piattaforma che offre soluzioni uniche e integrate in un contesto industriale produttivo». Tutte le macchine in catalogo sono infatti dotate della stessa logica di gestione di controllo, così come il flusso dei dati o la componentistica. In questo modo il cliente può contare su un unico interlocutore, anche sulle parti di ricambio, invece di avere diversi fornitori. Superata qualsiasi perplessità, il digitale è ormai parte integrante anche di questi sistemi di stampa. «Secondo le configurazioni. «La Rotajet può rispondere a tre mercati: il settore editoriale, il packaging in cartoncino teso e, la decorazione d'interni. Oppure, il sistema di stampa su foglio VariJET 106 si presenta come alternativa digitale al 70x100 tradizionale, integrando la tecnologia a getto d'inchiostro a base acqua». Da sottolineare, anche l'importante rilancio del cartone ondulato. «La recente esplosione dell'e-commerce ha accelerato un mercato già in crescita. La nostra gamma di soluzioni dedicate può contare su tre macchine con una piattaforma tecnologica comune, con la possibilità di soluzioni stand alone o in linea, secondo le esigenze».

**Conferme e prospettive**

«Di fronte alla congiuntura internazionale e il perdurare del clima di incertezza, l'affluenza non era scontata – riflette **Massimo Bellingardi, marketing coordinator di Omet** –. Invece, possiamo solo ritenerci soddisfatti e orgogliosi del risultato ottenuto e dell'impegno investito da parte di tutto il nostro team. Il numero di visitatori è stato infatti ben al di sopra delle nostre previsioni». Merito probabilmente anche della crescita di interesse verso il settore, solo scalfita dalla pausa forzata. «È stata anche

prontamente alla domanda non può essere un ostacolo. «Un tema cresciuto molto negli ultimi anni e al quale noi siamo molto attenti è quello della sostenibilità. In tanti hanno dimostrato di puntare molto su questo aspetto e hanno cercato di fare un ulteriore passo avanti verso un'industria più green ma senza perdere di qualità e capacità produttive». Al riguardo, in esposizione una iFlex con installato il nuovo sistema di Cold Foil Saver, un'innovativa tecnologia proprietaria alla ricerca della massima flessibilità produttiva. Grazie a uno speciale percorso carta studiato appositamente per effettuare un doppio passaggio a registro della lamina, punta a un risparmio di materiale stimato in oltre il 50%. All'interno dello stand, uno spazio era riservato a Ribes Tech, spin off dell'Istituto Italiano di Tecnologia di Milano nato nel 2016, di cui l'azienda lecchese è principale investitore e proprietario. Un produttore di celle fotovoltaiche flessibili stampate con inchiostri organici, impiegate per l'alimentazione di specifici dispositivi hardware in grado di monitorare dati su prodotti, consumatori e ambiente circostante. L'obiettivo è ottenere Smart Labels Bluetooth (etichette intelligenti) applicabili direttamente su qualsiasi prodotto di largo consumo e seguire il percorso.

**Il confronto torna protagonista**

Il legame tra stampa tradizionale e digitale è consolidato anche dalle



**6** **Nobilitazione e integrazione saranno anche temi affrontati di recente per tanti stampatori. Non per Quadient, pronta a cogliere su larga scala i frutti di un impegno di lunga data per allargare la portata delle proprie soluzioni**

soluzioni sempre più versatili per nobilitazione e finitura. Un settore nel quale è il momento di raccogliere i risultati per chi non ha esitato a investire in tempi non sospetti. «Se guardiamo all'evento in sé, il bilancio è certamente positivo – riflette

**Davide Messina, product specialist graphics di Quadient** –. Anche solo per

il fatto di esser finalmente tornati in presenza. Nonostante non fosse la prima uscita in assoluto, il clima era certamente più sereno e le persone più attente rispetto a quanto avevo visto allo scorso Viscom». Condizioni essenziali per uscire da quella sorta di torpore indotto dalle ultime vicende

ai macchinari, qualcuno venuto appositamente per chiudere un contratto già messo a punto nelle settimane precedenti e altri sui quali ci si può augurare una felice conclusione». L'emergenza in realtà ha dimostrato la possibilità di sfruttare canali alternativi. Da considerare però appunto come tali, senza diventare la regola. «Il mercato ha bisogno di occasioni del genere, per incontrarsi e confrontarsi su aspetti difficili da chiarire altrimenti. Parliamo di macchinari e investimenti di una certa portata, è naturale si voglia vederli dal vivo prima di acquistarli». In particolare, i sistemi multifunzione e le soluzioni di post stampa in genere, sembrano attraversando un momento felice. La possibilità di tradurre in pratica la creatività e dare un tocco in più agli stampati, con conseguente maggiori margini di manovra sui prezzi, attira sempre più potenziali utenti. «Le sensazioni sono state decisamente buone. Prima ancora delle prestazioni, l'argomento principale ha riguardato l'innovazione, la capacità di proporre qualcosa di diverso. Una consapevolezza estesa a un altro dei nostri punti di forza, l'integrazione. Non si possono considerare temi nuovi,

e tornare a confrontarsi sugli argomenti principali di una fiera. «Dal punto di vista dei contatti è andata sicuramente molto bene. Tanti interessati





se ne parla ormai regolarmente, ma una maggiore informazione non fa mai male. C'è ancora una buona fetta del mercato alla quale è utile una migliore conoscenza di questi argomenti».

**Il piacere di rivedersi**

Per chi affida alle relazioni dirette con i clienti e agli eventi buona parte della propria strategia di comunicazione, due anni di fermo obbligato hanno rischiato di mettere in discussione i risultati.

Ora, il pericolo si può dire scongiurato. «La fiera c'è stata, e già questo non era per nulla scontato – riflette **Daniele Faoro, team principal - CEO di Guandong** –. In presenza e senza mascherine, è stato un piacere poter rivedere le espressioni delle persone. Per noi, non è una cosa da poco. Combinata a un'ottima affluenza, possiamo solo essere soddisfatti». In particolare, apprezzata la voglia di concludere, solo dopo essersi informati e documentati a dovere. La voglia di farsi trovare pronti ha superato anche ogni tentazione di lasciarsi andare a scuse o lamenti. «Da quanto ho sentito anche dai nostri colleghi, si sono vendute attrezzature come non accadeva da tempo. Senza nulla voler togliere ad altre manifestazioni, questa è risultata decisamente di alto livello». Una delle prime uscite ufficiali del marchio Mr. Magnus sul quale Guandong punta forte, si è subito confermata come una scelta perfettamente in linea con le tendenze attuali. «Tra chi ha già investito in macchinari, l'attenzione è rivolta a materiali particolari, guardando molto alla nobilitazione, un aspetto sul quale oggi i profitti sono interessanti». Altro aspetto importante, all'insegna della versatilità; da leggere anche in chiave sostenibile. «Si cercano opportunità oltre la classica carta, in particolare con molta richiesta di supporti plastici legati al mondo alimentare o al garden. Siamo riusciti a stupire tanti con materiali molto versatili, da sfruttare con diverse tecnologie. Soddisfacendo la grande attenzione alla natura delle plastiche, alle certificazioni e allo smaltimento. Una tendenza in forte crescita anche nel mondo del packaging».

**Gestire i flussi**

Il traguardo sempre più inseguito dell'integrazione, inteso anche come possibilità di ridurre presidi dei macchinari e tempi di trasferimento dei lavori, pone l'attenzione su un elemento come il software, in passato



**7** Una delle prime uscite ufficiali per il marchio Mr. Magnus ha ribadito le intenzioni Guandong di supportare la fame di materiali da trattare con le diverse tecnologie di stampa, ma sempre con l'obiettivo di realizzare prodotti distintivi

**8** Per ottenere i risultati migliori in materia di digitalizzazione e integrazione è indispensabile affidarsi a un software di gestione. Così Enfocus, intende portare nel settore la lunga esperienza maturata in diversi campi



inteso soprattutto come singolo supporto alla fase di progettazione o al controllo delle stampanti. Un settore anche questo in crescita. «Seguiamo i processi di automazione sin dagli Anni '90, soprattutto in settori come assicurazioni e banche – ricorda **Yves De Vlieger, associate director of sale di Enfocus** –. Oggi vediamo buone prospettive anche nel settore della stampa. Uno dei primi obiettivi è individuare errori di progettazione, potenziale fonti di spreco di tempo e soldi». Di fronte alla tendenza manifestata dagli operatori della comunicazione visiva di allargare il proprio raggio d'azione cimentandosi con diverse tecnologie, acquista importanza anche l'integrazione. «Il nostro cliente può esser chiunque gestisca file o stampi. Non è necessariamente legato alla dimensione, ma più alla necessità di gestire diversi passaggi, esterni e interni, dall'agenzia alla consegna, senza incontrare problemi di compatibilità e rallentare il flusso». Una soluzione, in Italia distribuita da Refocus, rivolta a chi sente la necessità di provare a sostituire fasi manuali ma ripetitive dei propri processi produttivi. Ancora meglio, se integrate con il gestionale e la relativa parte amministrativa. Un campo di applicazione relativamente nuovo per chi preferisce concentrarsi solo sulle fasi operative. Sempre più importante però, di fronte a uno scenario dove integrazione e versatilità sono destinate a diventare la regola. «Stiamo raccogliendo un'ottima reattività sul mercato italiano. In parte, anche sulla spinta delle difficoltà di dover sfruttare meglio le risorse disponibili. Come abbiamo avuto la conferma in questi giorni, soprattutto per una ricerca di qualità in ogni dettaglio».





● Nel giro di poco tempo la qualità dell'aria si è ritrovata da argomento accessorio a priorità nei posti di lavoro. Un riconoscimento importante per i sistemi New Aerodinamica, apprezzati da tempo per ambienti sani

**Aria nuova e pulita**

«Se penso all'edizione 2022 del Print4All posso associarla solo a una parola: entusiasmo – annuncia **Paolo Radaelli, CEO di New Aerodinamica** –. Durante tutti i quattro giorni abbiamo respirato per ogni singolo istante un clima di positività, di ricerca continua di novità e di

frenesia, intesa come voglia di recuperare il tempo perduto schiacciando il piede sull'acceleratore». Facile quindi arrivare a un bilancio ampiamente positivo. Più ancora per numero e qualità dei contatti, per la possibilità di riallacciare rapporti dal vivo ed essere testimoni di una piacevole frenesia. «Una bellissima sensazione, arricchita anche da una concretezza mai registrata prima. Abbiamo annotato in agenda già per i prossimi mesi numerosi appuntamenti e richieste, quali realizzazioni di nuovi impianti e implementazioni di situazioni preesistenti». In particolare, apprezzate le novità presentate in fiera, prima fra tutte il revamping del ventilatore strappatore e le relative caratteristiche particolari. Senza naturalmente trascurare l'importanza dell'aumento di sensibilità verso i temi ambientali. «Se i nostri macchinari diventano sempre più efficienti, consentono performance migliori e un'assistenza meno invasiva, condizione base per una minore usura e una riduzione dei consumi energetici». Apprezzati gli sforzi per un sistema di monitoraggio centralizzato, utile per una maggiore facilità di gestione degli impianti nonché una veloce individuazione di eventuali anomalie. «Ha raccolto favori anche la nostra capacità di dare vita a macchinari personalizzati, in linea con le esigenze del cliente, adattandoli agli spazi messi a disposizione». ■