Tecnologie, Prodotti & Mercati editoriali

TecnoMedia

Periodico della ASIG - Associazione Stampatori Italiana Giornali -

Numero 85 - giugno 2015

Nuovi progetti ed investimenti per *Galeati*

Dopo aver rilevato la Galeati dal fallimento del 2013, il

Filo diretto

atex

Sponsor WAN-IFRA Italia 2015

Benvenuti a Bologna

We run the web

Molti tra i più prestigiosi
siti d'informazione nel mondo
hanno scelto soluzioni Atex.

www.atex.com/customers

Tecnologie, Prodotti & Mercati editoriali

TecnoMedia

Periodico della ASIG - Associazione Stampatori Italiana Giornali -

Numero 85 - giugno 2015

Nuovi progetti ed investimenti per *Galeati*

Dopo aver rilevato la Galeati dal fallimento del 2013, il gruppo Comin rilancia la storica azienda di Imola con un nuovo piano industriale e l'obiettivo di massimizzare la polivalenza dei centri stampa italiani, nel segno della stampa "ibrida". All'interno dello stabilimento, su linee ad alta automazione, si alternano prodotti editoriali e commerciali, che hanno contribuito al salvataggio del 90% della forza lavoro impiegata in aree ad alta produttività *a pagina 3*

Inchiostri ibridi per centri stampa multiprodotto

Lo sviluppo di un sempre maggior numero di stabilimenti con ciclo di stampa ibrido, in grado di gestire molte tipologie di carta e di prodotto, e talvolta di alternare sulla rotativa offset la doppia produzione coldset e heatset, ha spinto i fornitori di materiali di consumo verso lo sviluppo di soluzioni in grado di adattarsi al nuovo mercato, come è il caso dei nuovi inchiostri perfettamente compatibili con una vasta tipologia di carte, da quelle per giornale alle patinatine di alta qualità. *a pagina 6*

Luci e ombre nel *Rapporto* dell'Osservatorio

I dati che l'Osservatorio Tecnico "Carlo Lombardi" mette a disposizione delle aziende e dei lavoratori fotografano un settore per il quale la crisi è stata resa ancora più acuta dal persistere di tanti nodi strutturali mai risolti. Il digitale è certamente una direzione obbligata, ma il tradizionale prodotto cartaceo, rimane e rimarrà per molti anni il pilastro più robusto sul quale si regge il settore. *a pagina 8*

Conquiste del lavoro punta sul digitale

Conquiste del lavoro, l'unico quotidiano sindacale al mondo, punta deciso in direzione del digitale. La testata edita dalla CISL, e tutti i supplementi di approfondimento ad esso collegati, adottano una nuova piattaforma produttiva e puntano a conquistare nuovi mercati di lettori, con prodotti specializzati nell'informazione sul mondo del lavoro, sul welfare e sull'economia. *a pagina 13*

Rassegne stampa e tutela del copyright? Si può

Rispettare il diritto di autore e rispettare la forza delle nuove tecnologie per la comunicazione: con questi obiettivi è nata FederRassegne, la prima associazione di aziende specializzate nella rassegna stampa e nei servizi di media monitoring e media intelligence, che aderisce al protocollo Promopress sviluppato dalla Fieg per risolvere il complesso e delicato problema del rispetto del copyright editoriale. *a pagina 17*

Alleanza scuola-lavoro e nuove professioni

L'Ente Nazionale Istruzione Professionale Grafica (ENIPG) ha festeggiato i sessant'anni di attività. Nei piani dell'Ente rimane strategica la partnership con le altre organizzazioni paritetiche imprenditoriali e sindacali del settore grafico, per formare i professionisti del futuro. *a pagina 20*

Le Rubriche

Filo diretto..... *da pagina 24*

Filo diretto
Le aziende informano

Agfa-Gevaert
Ansa
Askanews
Atex
Barenschee
Denex Systems Technology
EidosMedia
Exelis
Ferag
Fujifilm
GMDE
Goss International
Grafikontrol
Hugo Beck
Interstrap
Kalfass
Kodak
Lithosol Italia
manroland
Miles 33
Mima films
Napp Systems
Nela
NTG Open
QIPC
RG
Segbert
Schuite & Schuite
Sitma
SMB SchwedeMaschinenbau
Sun Chemical Group
Technotrans
Telpress
Tera
Tolerans

Visita il nostro sito Internet:
http://www.ediland.it

ediland

ISSN 1974-7152

Periodico mensile. Anno XXII n. 85 - D.L. 353/03 (conv. in L. 27/02/04 n. 46) art. 1 comma 1 DCB - Roma - Reg. Trib. Roma n. 21 del 27-01-2010 - Iscrizione ROC n. 4753

exelis.it

NESSUN SUPER POTERE.

SOLO ESPERIENZA, PROFESSIONALITÀ E CONOSCENZA DEL MERCATO.

walteremeregalli.it

Nessun trucco, soltanto soluzioni concrete.
Dal 1994 sviluppiamo soluzioni integrate per un unico interlocutore: la concessionaria di pubblicità. L'alta professionalità del team Exelis è certificata dal nostro portfolio clienti, che annovera sia concessionarie locali, sia prestigiosi network nazionali. I nostri applicativi vi aiutano a gestire meglio la vendita della pubblicità. Web, radio, digital e televisione sono perfettamente integrati con la tradizionale carta stampata. **Potete fidarvi di chi vi conosce.**

EXELIS
SOLUZIONI PER LE CONCESSIONARIE

I nuovi progetti industriali e i nuovi investimenti della *Galeati - gruppo Comin*

Dopo aver rilevato la Galeati dal fallimento del 2013, il gruppo Comin rilancia la storica azienda di Imola con un nuovo piano industriale e l'obiettivo di massimizzare la polivalenza dei centri stampa italiani, nel segno della stampa "ibrida". All'interno dello stabilimento, su linee ad alta automazione, si alternano prodotti editoriali e commerciali, che hanno contribuito al salvataggio del 90% della forza lavoro impiegata in aree ad alta produttività.

L'anno prossimo, nel 2016, festeggerà i 200 anni di vita. E' una delle più antiche tipografie d'Italia – forse la più antica – e potrebbe diventare, a breve, una delle più moderne. Parliamo della Galeati di Imola (Bo), rilevata dal fallimento nel giugno del 2014, dal gruppo Comin.

Esattamente un anno fa, avevamo chiesto (cfr. TecnoMedia nr. 82) all'Amministratore delegato del gruppo, Andrea Comin, "chi ve l'ha fatta fare?". "Il futuro", ci aveva risposto. E il primo, di questi "futuri", si è chiuso lo scorso 31 dicembre, con un fatturato, in soli sei mesi di esercizio, di 2.600.000 Euro, ed un utile netto di 140.000 Euro.

Nella stampa si può crescere

"Esiste il futuro nell'industria della stampa?" "Certo che sì" risponde Claudio Rossi, il Direttore operativo e commerciale della Galeati. La sfida è come strutturare le aziende, ed i gruppi industriali, di stampa, per affrontare un mercato che cambia a ritmi molto sostenuti.

La Galeati viene da una solida tradizione che affonda le radici nel XIX Secolo. Fondata nel 1816 da Ignazio Galeati, che rilevò la tipografia del Seminario Vescovile di Imola, considerata allora una delle più moderne d'Italia, la società ha affrontato, per quasi due secoli, i cambiamenti tecnologici e di mercato con successo, fino al 2008. In quell'anno, la crisi che ha squassato le economie occidentali, ha colpito particolarmente duro. La società ha dovuto affrontare il crollo del mercato ed alcuni investimenti non andati nel segno sperato, e in un crescendo di difficoltà è arrivata alla dichiarazione di fallimento, decretato nel 2013.

Da lì, dopo la necessaria "due diligence", il gruppo Comin ha rilevato la Galeati, nel frattempo in esercizio provvisorio, senza più né debiti né crediti. Obiettivo, quello di salvare l'occupazione locale e rilanciare lo storico marchio, all'interno di un disegno industriale orientato alla diversificazione dei servizi offerti dal gruppo Comin.

"Investire ha senso"- commenta Andrea Comin-"se il piano è orientato alla sostenibilità economica", tenendo anche conto di un contesto globale ancora molto incerto, e caratterizzato da equilibri delicati.

La Galeati ha concentrato i propri sforzi lungo tre direttrici principali. "Prima di tutto, la valorizzazione ed il consolidamento della clientela storica". L'azienda di Imola è ripartita offrendo ai propri clienti, quelli affidabili, nuove opportunità per realizzare i prodotti che loro erano abituati ad affidare alla società.

Seconda direttrice dello sviluppo, è stata la ricerca del nuovo equilibrio fra area editoriale e area commerciale. La "diversificazione – quella che con un termine non molto felice in Italiano si chiama ibridizzazione"- spiega Claudio Rossi- "ha portato a rivedere i rapporti fra le due aree di prodotto". Galeati aveva un'attività prevalente nell'area editoriale, riequilibrata, in soli sei mesi, verso l'area commerciale. Una scelta che ubbidisce ad un preciso disegno industriale, e che tiene anche conto del fatto che oggi, sul piano contrattuale, la pressione è ancora molto alta. I clienti commerciali difficilmente si impegnano oltre i sei mesi, al termine dei quali è facile dover affrontare richieste di ulteriori revisioni al ribasso.

La terza direttrice di sviluppo è l'assoluta sostenibilità economica. "Non è tempo per i passi

Centri stampa "ibridi"

Centri stampa "ibridi"

Da sin.: Mirco Comin, Presidente, Claudio Rossi, Direttore operativo e responsabile commerciale di Galeati, Andrea Comin, Amm. del. del gruppo Comin

più lunghi della gamba", commenta Rossi.

Galeati ha puntato su clienti, e su commesse, che avessero un ritorno sufficientemente rapido per garantire il sostentamento all'azienda, dopo la parentesi fallimentare.

L'approccio corretto è quello di un'attività orientata più al mercato che non al prodotto, evitando, sottolinea ancora Rossi, di "svilire in modo eccessivo alcuni prodotti, perché si considera, a torto, che i costi si possano ricuperare nell'area editoriale".

Galeati punta a commesse che consentano di andare, progressivamente, a saturare anche il terzo turno di lavorazioni. "Spazi ci sono, a noi spetta di riempirli passo dopo passo, con cliente, e commesse, selezionate per una redditività sostenibile"

Tecnologie, risorse umane e workflow

Uno degli obiettivi del gruppo Comin è stato quello di difendere le risorse umane di un settore, la stampa, già falcidiato dalla crisi economica. Oltre il 90% dei posti di lavori per le maestranze impiegate in reparti ad alta produttività, non dismessi, è stata salvata, e grazie agli investimenti del gruppo Comin oggi è al lavoro con rinnovato impegno a riportare la Galeati ai passati successi.

All'interno del centro stampa sono state abbandonate alcune lavorazioni e dismesse alcune linee produttive, non più in grado di generare utili per il profondo mutamento del mercato. In breve tempo sono scomparse le macchine per la stampa piana, e la rotativa a 16 pagine – "troppo invecchiata tecnologicamente". Con loro è uscito di scena l'intero reparto della legatoria, essendo antieconomico oggi proporre confezione e finishing ai clienti dello stabilimento di Imola.

Sono invece rimaste, e girano a pieno ritmo, una Goss Universal 45, giro 57,8 per 64 pagine di cui 24 a colori, ed una Goss Universal 75, con giro 57,8 e con 64 pagine full color. Le rotative montano un impianto ad alta automazione per la rilevazione dati dalla macchina, integrato con il gestionale, contabile ed amministrativo, sviluppato dalla Edigit International di Bologna.

Il workflow produttivo, se paragonato a centri stampa di assai maggiori dimensioni, può apparire contenuto, ma è perfettamente dimensionato sulle esigenze produttive.

"Ricordiamoci sempre che la Galeati di oggi è nata da un fallimento". Quando è stata acquisita era una struttura snella, e tale deve rimanere. Per saturare i turni di lavoro, bisogna puntare a com-

messe snelle, che non ingessino il workflow interno, naturalmente sfruttando le sinergie fra le finestre necessarie per la produzione editoriale, di solito rigide, e quelle per la tiratura dei prodotti commerciali, in grado di inserirsi nei flussi produttivi con maggiore flessibilità.

"I grandi numeri li lasciamo alle aziende che sono strutturate per farli. Noi preferiamo puntare su commesse più agili".

Senza dimenticare, osserva ancora Rossi, che la Galeati si è sempre distinta sul mercato proprio per la riconosciuta capacità a fare fronte, in tempi rapidissimi, alle commesse che arrivavano in stabilimento.

Dal centro stampa di Imola oggi escono le copie di un quotidiano, il Corriere di Romagna, copie di periodici, settimanali, mensili, free press

Le due rotative Goss Universal 45 e 75 sono equipaggiate con un impianto ad alta automazione per la rilevazione dati dalla macchina, integrato con il gestionale, contabile ed amministrativo, sviluppato dalla Edigit International di Bologna.

di annunci economici ed una miriade di prodotti commerciali, fra i quali bancali di volantoni della grande distribuzione, il mercato, nell'area del Centro Italia, è particolarmente ricco ed interessante.

Aggregazioni ed acquisizioni sono l'unica via di uscita dal momento di impasse che caratterizza il nostro settore, e l'unica che possa far intravedere delle opportunità a medio e lungo termine".

Storicamente si sa che è difficile realizzarle, in particolare nel settore della stampa, ma "è assolutamente indispensabile"- conclude Andrea Comin-" che la visione imprenditoriale superi questo retaggio del passato". In un mercato sempre più ristretto non c'è più spazio per troppi attori: "occorre concentrare i centri stampa e massimizzarne la polivalenza".

Converflex, Ipack-Ima e Intralogistica: un successo di "filiera"

E' possibile riunire in un unico evento di filiera rassegne nate in anni diversi, per categorie merceologiche diverse, che l'evoluzione del mercato ha ravvicinato sempre di più, rendendole in taluni casi quasi interdipendenti?
Sì, è possibile.
La prima edizione "allargata" di Ipack-Ima, mostra mondiale delle tecnologie di processo e packaging per food e non food, abbinata a tre mostre "verticali" dedicate alla lavorazione del prodotto alimentare fresco (MeatTech per le carni, Dairy Tech per il latte e derivati, Fruit Innovation per l'ortofrutta), a Intralogistica Italia (logistica interna per l'azienda), new entry organizzata dalla Fiera di Hannover in collaborazione con Ipack-Ima Spa, e a Converflex (converting e stampa su imballaggio) si è chiusa con un successo all'insegna della qualità della proposta espositiva, di un clima d'affari vivace, e di un'autentica internazionalità.

Guido Corbella, Amministratore delegato di Ipack-Ima

Oltre 2.000 aziende espositrici, +15% di crescita sul numero dei visitatori per Ipack-Ima "allargata" , ha sancito il posizionamento della manifestazione tra le fiere considerate piattaforme globali per il Made in Italy.
Certamente ha giocato a favore l'abbinamento con EXPO 2015, ma anche l'ottica di sistema con la quale si sono mossi gli organizzatori.
"Questa formula originale, che ha offerto una panoramica completa della filiera, dalla lavorazione del prodotto al packaging, dalla logistica aziendale alla stampa"- ha sottolineato l'Amministratore delegato di Ipack-Ima Guido Corbella –"è stata particolarmente apprezzata dai visitatori che con un solo viaggio hanno potuto avere la visione globale dell'intera *supply chain*" .
Un'ottica che, probabilmente, potrebbe essere applicata anche ad altri settori industriali, dove l'evoluzione del mercato sta rimescolando i rapporti di forza globali.

Centri stampa "ibridi"

Inchiostri "ibridi" per i centri stampa multiprodotto

Lo sviluppo, in Italia come all'estero, di un sempre maggior numero di stabilimenti con ciclo di stampa ibrido, ovvero in grado di trattare su poche linee molte tipologie di carta e di prodotto, e talvolta di alternare sulla rotativa offset la doppia produzione coldset ed heatset, ha spinto i fornitori di materiali di consumo verso lo sviluppo di soluzioni in grado di adattarsi al nuovo mercato, come è il caso dei nuovi inchiostri perfettamente compatibili con una vasta tipologia di carte, da quelle per giornale alle patinatine di alta qualità.

Sovra capacità produttiva, riorganizzazione della filiera della stampa, nuove aggregazioni all'insegna della flessibilità del prodotto lavorato: sono sfide che devono affrontare solo gli industriali della stampa italiani?

"Assolutamente no" risponde Michael Zenke, product manager europeo di Sun Chemical Group per l'area coldset, heatset e rotocalco. Nonostante l'attribuzione "geografica" del suo ruolo professionale, Michael ha responsabilità, e quindi competenza diretta, anche per i mercati dell'Africa, Australia, Nuova Zelanda e sud America.

"I problemi che si affrontano in Italia sono gli stessi che si affrontano in molte altre aree del mondo." La sovra capacità produttiva, ovvero lo sbilancio fra l'offerta di centri stampa e la domanda di prodotti da parte del mercato è una situazione molto diffusa nei mercati più maturi. In Europa, la Germania, la Francia, il Regno Unito e la Spagna soffrono lo stesso problema. In altre, poche, aree della terra, come in Cina, ci sono richieste che superano l'offerta, ma sono eccezioni.

"La sfida del cambiamento industriale per adattarsi alle novità è globale" spiega Zenke, e non ci sono molte scorciatoie.

Crescere per acquisizione

Nei mercati dove predomina la sovra capacità produttiva, come in molti Paesi europei, già da alcuni anni si assiste ad operazioni di acquisizione, fusione e successiva razionalizzazione degli impianti di stampa. Un minor numero di aziende, di maggiori dimensioni e maggiore flessibilità di lavorazioni, ovvero in grado di offrire soluzioni per commesse che spaziano dai giornali quotidiani fino a prodotti che richiedono linee offset heatset per stampa su carte patinate di alta qualità, sembra essere una strada sempre più battuta.

La "ibridizzazione" del centro stampa, naturalmente, deve tener conto delle specifiche del Paese. "Nel Regno Unito, per esempio"- spiega Zenke-"c'è un'ampia e solida diffusione di centri stampa con ciclo di produzione heatset". Per un imprenditore che dispone di linee offset coldset, è difficile diventare competitivo. Più facile che avvenga il contrario, ovvero che chi dispone della tecnologia a maggior valore aggiunto, l'heatset, si adatti alla stampa su supporti meno costosi, e di minore qualità.

Laddove le condizioni di mercato siano diverse, ovvero ci sia una consolidata presenza di linee di stampa coldset, il discorso è diverso, e può avere senso introdurre soluzioni per lavorare supporti di qualità superiore, dalla carta da giornale migliorata fino alla patinatina.

In ogni scenario, ci sono comunque componenti strutturali che non cambiano: i prodotti finali devono costare sempre meno, ed essere pronti immediatamente.

"Tutto e subito, della miglior qualità possibile e che costi davvero poco". Sembra essere questa la richiesta più diffusa agli imprenditori che decidono di avviare il processo di "ibridizzazione", sia introducendo forni nelle linee offset per il ciclo heatset, sia inserendo sul coldset degli impianti per la verniciatura di sovrastampa, come dire un deciso miglioramento in direzione della maggiore qualità heatset, sia puntando a migliorare gli impianti già in grado di stampare su carte patinate di qualità.

Inchiostri per stampa "ibrida"

La crescita per incorporazione di società, e per incorporazione di impianti con caratteristiche complementari, è una scelta non solo italiana. "La

Da sin.: Enrico Casarotto, Giampaolo Ferrara, Maurizio Franzoso, responsabili tecnici di Sun Chemical Group, con Michael Zenke, Product Manager Europeo di Sun Chemical Group per l'area coldset, heatset e rotocalco. Alle spalle l'area di stoccaggio inchiostri dello stabilimento di Caleppio di Settala (Mi), il più grande del sud Europa.

sfida è globale anche per noi"- sottolinea Zenke. Già da anni SunChemical Group ha avviato lo sviluppo di nuovi set di inchiostri adatti a diverse qualità di carta. "Il nostro obiettivo era fornire agli stampatori un'unica soluzione in grado di funzionare 24 ore su 24". Di notte si stampano giornali ed altri prodotti editoriali, di giorno i prodotti commerciali. Il centro stampa alterna le torri per il ciclo coldset e heatset, o per l'impiego delle vernici di sovrastampa, ma gli inchiostri che utilizza sono sempre quelli.

"Il vantaggio è evidente": non ci sono i costi relativi allo sviluppo di due sistemi di inchiostrazione, né quelli relativi ai tempi per la sostituzione di un inchiostro ad un altro. Ridotti anche i problemi relativi allo stoccaggio dei prodotti in magazzino. "Se il cliente vuole tutto e subito, con alta qualità e basso costo, bisogna che anche i fornitori si attrezzino".

Dai laboratori di Sun Chemical Group sono uscite due diverse linee di inchiostri per centri stampa "ibridi", che funzionano naturalmente anche per gli stabilimenti più tradizionali.

La prima, denominata Sun New, è quella destinata alle aziende che dispongono di linee heatset e vogliono diversificare i supporti di qualità trattati. "Sono inchiostri spostati verso la parte alta della qualità della carta", ovvero coprono carte da giornali migliorate NP e INP, e carte calandrate da SC a BC fino alla LWC, le "patinatine".

Una seconda linea di prodotti adatti a centri stampa "ibridi" è la Sun Hybrid 24, sviluppata per i centri stampa offset coldset che abbiano introdotto, o si apprestino a farlo, i forni per il ciclo heatset. In questo caso gli inchiostri coprono tutte le tipologie della carta da giornale classica, e salgono sulla scala della qualità fino alla fascia medio/alta del ciclo heatset.

In entrambi i casi, gli stampatori possono cambiare i prodotti, e le carte, in macchina senza dover modificare gli inchiostri. Un solo magazzino, un solo sistema di distribuzione ed un solo sistema di alimentazione dei calamai per un ciclo di stampa su supporti di qualità molto diverse nell'arco delle 24 ore, senza mai dover sostituire l'inchiostro. Questa soluzione, sviluppata con parecchio anticipo rispetto alla reale evoluzione del mercato da parte di Sun Chemical Group, ha finora trovato un'ottima accoglienza da parte dei clienti in Italia ed all'estero.

"Il mercato dei centri stampa ibridi sta crescendo" anche se al momento non è paragonabile, in nessun Paese, a quello delle aziende "dedicate" al coldset piuttosto che all'heatset, o al prodotto editoriale piuttosto che a quello commerciale. Ma laddove questo nuovo concetto di azienda di stampa si è sviluppato, "serviamo tutti i protagonisti", nessuno escluso.

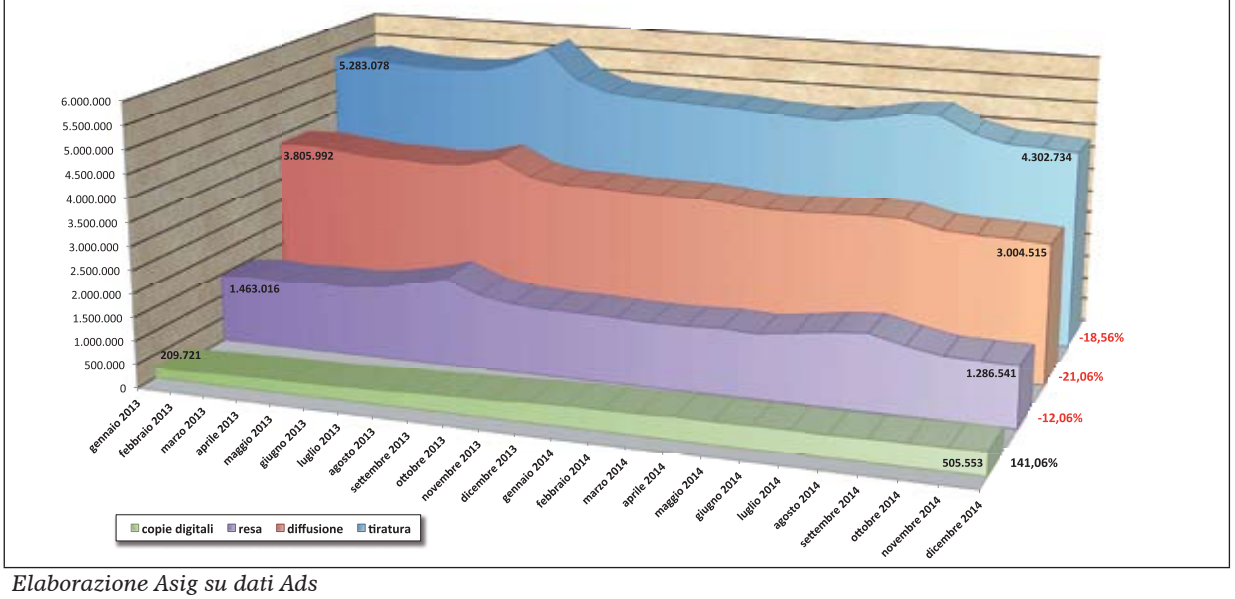
Un settore in trasformazione tra antiche contraddizioni e problemi mai risolti

I dati sull'industria dei quotidiani che - come ogni anno - l'Osservatorio Tecnico "Carlo Lombardi" mette a disposizione delle aziende e dei lavoratori, fotografano un settore per il quale la crisi, di cui ha sofferto tutta l'economia italiana, è stata resa ancora più acuta dal persistere di tanti nodi strutturali che non sono mai stati risolti. Il digitale è certamente una delle strade che gli editori devono imboccare, ma il tradizionale prodotto cartaceo, e la struttura produttiva e logistica che lo sostiene, rimangono e rimarranno ancora per molti anni i pilastri più robusti sui quali si regge l'industria italiana dei quotidiani.

I dati di settore che, come ogni anno, il Rapporto sull'industria dei quotidiani fotografa e mette a disposizione delle parti, non ci raccontano grandi novità rispetto alla storia piuttosto deprimente che ci andiamo raccontando ormai da parecchi anni, dalla fine del 2008 almeno. La crisi, lo sappiamo tutti, ha colpito l'Italia nella sua interezza ed in tutti i settori economici, ma come sempre avviene in questi casi la recessione ha colpito con particolare durezza i settori che, come il nostro, non avevano saputo affrontare e risolvere nei periodi di crescita tutte le contraddizioni e di problemi che il settore si trascinava già da tempo: un mercato pubblicitario squilibrato, un network distributivo complicato e poco flessibile, un sistema di relazioni industriali poco in sintonia con l'emergere di nuove esigenze di organizzazione del lavoro; e, sopra ogni cosa, la definitiva trasformazione del digitale da complemento del prodotto cartaceo a mezzo primario di acquisizione delle informazioni, con tutto ciò che ne è conseguito in termini di ridefinizione del prodotto e della sua catena del valore.

Non servono molte parole per dare un senso pieno della situazione del settore, basta richiamare alcuni tra i dati disponibili nelle pagine che seguono. Nel solo 2014, dati ADS, la diffusione cartacea

Andamento della diffusione cartacea e digitale 2013-2014

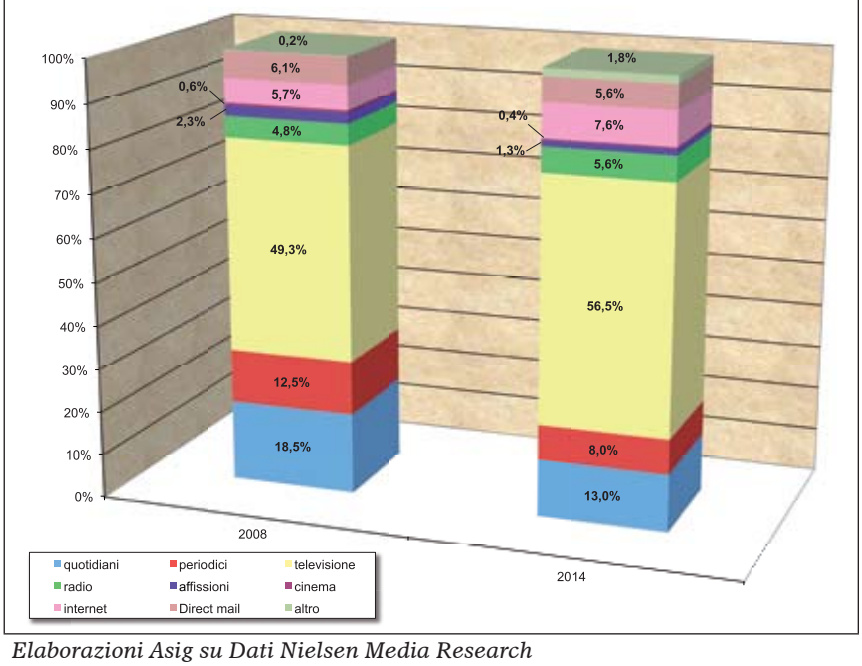


Elaborazione Asig su dati Ads

complessiva è diminuita di oltre 400mila copie al giorno, da 3,6 a 3,2 milioni di copie, pari al 12%. Ciò si è tradotto in una contrazione complessiva da 1,9 a 1,7 miliardi delle copie di giornale stampate. Certo, è fortemente cresciuta la diffusione delle copie digitali, passata in un solo anno da 300mila a 470mila copie giornaliere, ma questa pur promettente crescita riesce a compensare solo in misura frazionale il calo dei ricavi derivanti dalla diffusione tradizionale.

E a proposito di ricavi, la discesa dei fatturati pubblicitari, anch'essa iniziata nel 2008, non sembra destinata ad arrestarsi a breve: anche nel 2014 la pubblicità sui quotidiani ha visto un arretramento appena inferiore al 10%, ben peggiore rispetto ad un mercato pubblicitario che nel suo complesso ha perso il 2,5%. Né i primi due mesi del 2015 autorizzano particolari slanci di ottimismo, con un fatturato in ulteriore contrazione dell'8% rispetto all'analogo bimestre del 2014. In soli 5 anni, tra il 2009 e il 2014, il fatturato pubblicitario dell'intera industria dei quotidiani si è esattamente dimezzato, da 1,5 miliardi a 750 milioni di euro.

Quote del mercato pubblicitario italiano 2008-2014



Elaborazioni Asig su Dati Nielsen Media Research

Certo, non vanno taciuti i piccoli segnali di ottimismo che emergono pur in un panorama così depresso: le otto società editoriali italiane quotate in Borsa hanno chiuso il 2014 con dati sensibilmente migliori rispetto al 2013: il margine operativo lordo è tornato positivo per circa 200 milioni di euro (era negativo per 65 milioni nel 2013), la perdita complessiva si è ridotta a 140 milioni contro gli oltre 500 milioni dell'anno precedente e tre società su otto sono tornate a generare utile. Risultati in miglioramento quindi, ma accompagnati da un calo del fatturato (-4%): segno chiaro del fatto che il contributo positivo ai conti 2014 non è venuto dall'aumento dei ricavi, ma da un contenimento dei costi.

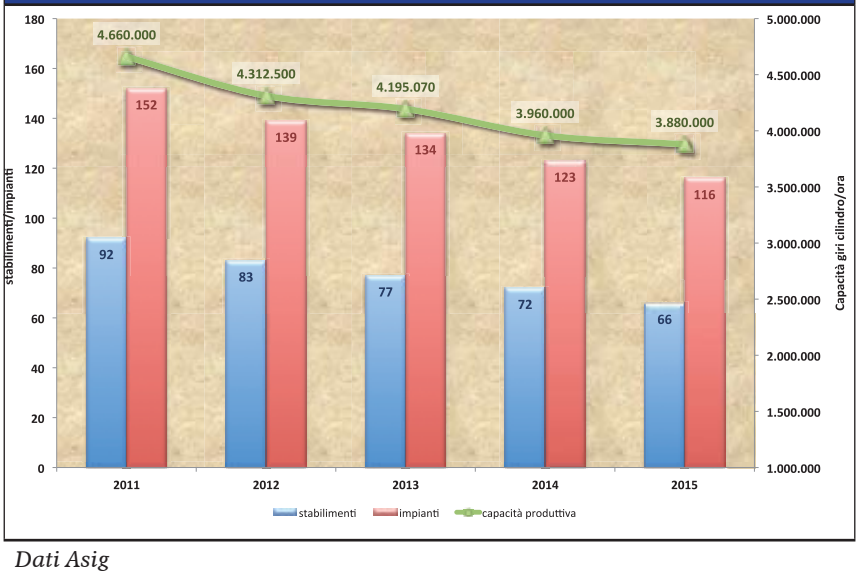
Una situazione di così grave difficoltà non può non avere dirette conseguenze sul prodotto e sull'organizzazione del lavoro, ed anche in questo caso l'evidenza dei dati ci permette di risparmiare inutili commenti. Il 2014 si chiude con un bilancio negativo di 20 testate quotidiane (123 contro le 143 dell'edizione 2014), 20 società editrici (85 contro le 105 del 2014), 12 concessionarie (68 contro 80), 20 agenzie di informazione e servizi (119 contro 139).

È in calo anche il numero degli stabilimenti di stampa, che in base alle nostre rilevazioni sono oggi 66, sei in meno rispetto all'edizione 2014, ed in discesa è anche la capacità produttiva complessiva. Le linee di produzione in attività sono oggi 114, contro le 123 di un anno fa, con una riduzione di capacità stimabile in circa 100.000 giri/cilindro all'ora.

Meno prodotti, meno stabilimenti di produzione, meno occupazione. Il 2014 si chiude per il settore poligrafico con un bilancio occupazionale negativo per ben 540 unità, pari al 12% del totale. Tra il 2008 e il 2014 il numero complessivo di ore lavorate è sceso da 13 a 8 milioni, e il monte retributivo da 263 a 177 milioni di euro. Un settore che, grazie alla legge sui prepensionamenti, è riuscito ad accompagnare in maniera non traumatica le trasformazioni tecnologiche che hanno decimato la popolazione poligrafica nell'arco dell'ultimo trentennio, oggi sta iniziando a conoscere le ristrutturazioni dure, le chiusure delle aziende, con il ricorso ad ammortizzatori sociali come la solidarietà e la mobilità che sino a pochi anni or sono erano quasi sconosciuti.

Si diceva sopra della rivoluzione digitale che ha investito il settore, e che ovviamente non ha impattato soltanto il prodotto ma anche il modo in cui esso viene realizzato. Il contratto di lavoro poligrafico è un catalogo di mestieri e di processi produttivi che non esistono più, soprattutto nella

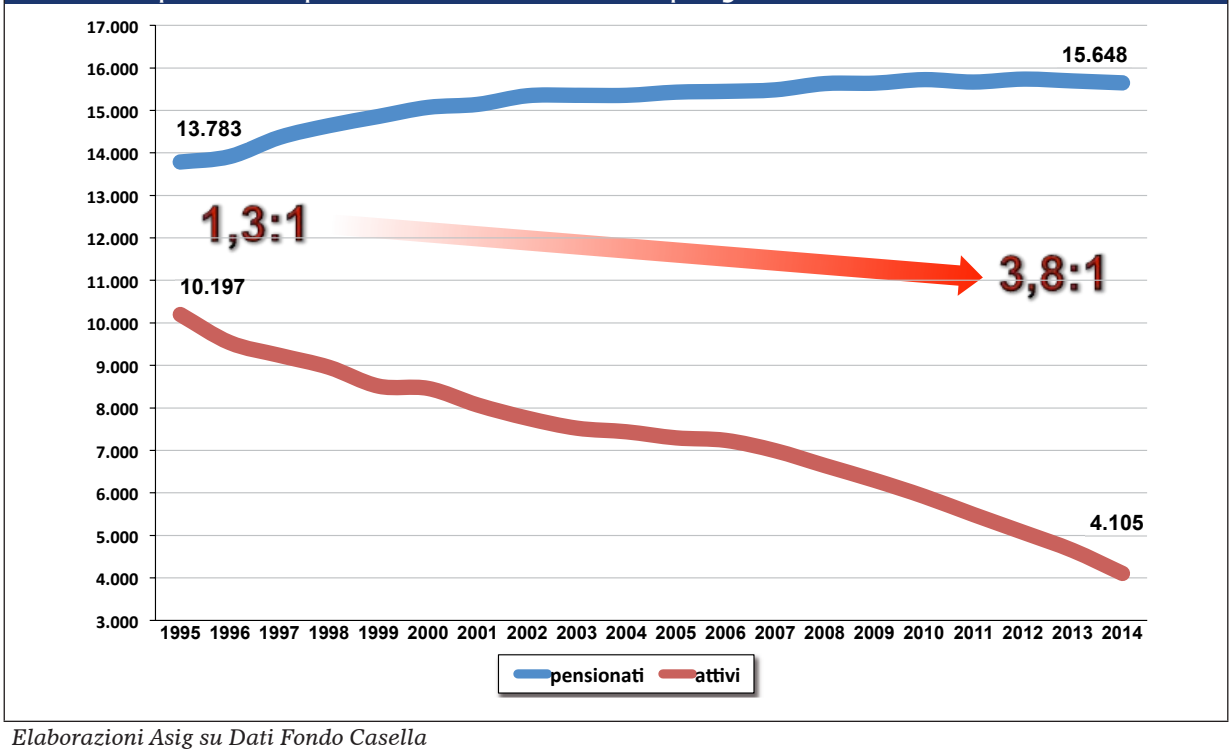
Stabilimenti, impianti, capacità produttiva 2011-2015



Dati Asig

vio che, potendo scegliere, l'azienda sceglierà sempre l'inquadramento meno costoso. Ma a chi riesce a guardare appena un po' al di là dell'immediata emergenza non sfugge che tutto il settore dell'informazione e della comunicazione è ingabbiato in regole e contratti nati in un'altra epoca, con altri presupposti di mercato. Oggi sembra che il poligrafico sia diventato inutile, almeno prima della fase di produzione industriale, ma siamo sicuri che le attività oggi svolte nelle redazioni multimediali da personale con contratto giornalistico non siano invece di natura più tecnica, anche se non ancora previste da nessun contratto di lavoro? La tradizionale distinzione tra lavoro giornalistico e poligrafico regge ancora alla luce delle trasformazioni tecnologiche e di mercato? E per finire, l'attuale contratto giornalistico risponde pienamente alle esigenze dell'industria editoriale di oggi, dove sono totalmente cambiati i parametri di fase che un tempo si definiva "prestampa", e che sono stati interamente fagocitati dai sistemi informatici oppure affidati a personale con altri inquadramenti contrattuali, in virtù del fatto che nelle aziende editrici oggi sono richieste nell'area di preparazione professionalità trasversali rispetto ai vari canali di diffusione delle notizie, ed è ov-

Indice di dipendenza pensionati-attivi nel settore poligrafico, 1995-2014



Elaborazioni Asig su Dati Fondo Casella

mercato e i margini economici sono drasticamente inferiori rispetto anche solo a quattro-cinque anni fa? Siamo certi che la deregulation contrattuale che oggi sta vivendo il settore poligrafico non sia destinata a ripetersi a breve, ammesso che non sia già iniziata, anche nelle redazioni?

Tornando alle aree di nostra competenza, va sottolineato che la fuga dal contratto alla quale abbiamo iniziato ad assistere negli ultimi anni, se pur motivata da considerazioni comprensibili, avrà due effetti collegati tra di loro. In primo luogo, le aziende stampatrici, le uniche che svolgono ancora lavorazioni "tipiche" interamente descritte dal contratto di lavoro poligrafico, rimarranno con il cerino acceso in mano: da un lato avranno infatti editori ormai interessati soltanto al massimo sconto sulle commesse di stampa, dall'altro rimarrà sul loro capo l'obbligo di applicare un contratto con un onere previdenziale ormai insostenibile. I dati ci raccontano di come, nel panorama del nostro settore, le società stampatrici pure, quelle che vivono cioè di commesse di editori terzi, siano quelle in maggior sofferenza: il loro numero è passato da 33 nel 2008 a 19 nel 2014, i dipendenti si sono più che dimezzati, e la loro retribuzione media è oggi inferiore di oltre il 20% rispetto a quella dei loro colleghi che fanno lo stesso lavoro nei centri stampa di proprietà delle società editrici.

Il secondo effetto, già sfiorato, riguarda il Fondo di Previdenza di categoria. La costante diminuzione degli addetti e, ancora di più, il vero e proprio crollo della retribuzione per effetto anche del massiccio ricorso ad ammortizzatori sociali quali la cassa integrazione e la mobilità, rischiano di rendere insufficienti i pur significativi interventi che le parti hanno messo in atto negli ultimi due anni. Se il trend di fuga dal contratto continuerà a questo ritmo e ne rimarranno "prigioniere" soltanto le aziende che non possono fare a meno di applicarlo – in primis gli stampatori – il default del Fondo non sarà più una ipotesi di scuola ma una prospettiva concreta – e tutt'altro che indolore – con la quale tutti dovremo fare i conti.

In questo caso, sulla base dei carichi produttivi attuali e prevedibili nei prossimi anni, non rimarrebbero che 1.500-2.000 addetti nel settore poligrafico; decisamente troppo pochi per costituire un settore a se stante: è tempo quindi di pensare ad un accorpamento all'interno di una filiera più ampia.

Il settore dei quotidiani ha affrontato nel dopoguerra tante difficoltà, ma il realismo ci impone di riconoscere che la situazione è oggi diversa e ancora più critica: quella in cui ci troviamo immersi non è più soltanto la crisi di un settore produttivo che non ha saputo riorganizzarsi, ma è una vera e propria crisi del prodotto. Nell'edizione 2011 di questo Rapporto pubblicammo una "mappa dell'estinzione dei quotidiani", realizzata da un centro di consulenza australiano, che indicava nazione per nazione la data di scomparsa dei giornali quotidiani: per l'Italia, l'anno x era stato fissato nel 2027. Allora ci sembrava la solita esagerazione del fanatico futurologo di turno, da archiviare con un sorriso e magari con qualche rituale scaramantico. Ma oggi, in tutta onestà, possiamo dirci assolutamente certi che tra dieci anni in Italia i quotidiani esisteranno ancora?

Attractive stand options for start-ups!

Standbooking options

You are a company providing services to the news industry? Then join us at the World Publishing Expo in Amsterdam and present your solutions to our international audience:
We bring together established suppliers, decision makers from the publishing industry and upcoming tech companies from more than 100 countries.

www.worldpublishingexpo.com

Conquiste del lavoro: l'informazione economica e sindacale punta sul digitale

Conquiste del lavoro, l'unico quotidiano sindacale al mondo, punta deciso in direzione del digitale. La testata edita dalla CISL, e tutti i supplementi di approfondimento collegati, adottano una nuova piattaforma produttiva e puntano a conquistare nuovi mercati di lettori, con prodotti specializzati nell'informazione sul mondo del lavoro, sul welfare e sull'economia.

A ormai quasi trent'anni dalla sua trasformazione in giornale, Conquiste del lavoro rimane, sempre, l'unico quotidiano sindacale al mondo. "Forse"- racconta Raffaella Vitulano, direttore responsabile –"è anche l'unico ad essere nato prima del suo editore." Conquiste del lavoro nasce nel dicembre del 1948 come settimanale. Il suo editore di riferimento storico, la CISL, nasce nel 1950.

Sotto la segreteria di Franco Marini, nel 1986 Conquiste del Lavoro diventa quotidiano. Da allora, ogni giorno pubblica notizie sul mondo del lavoro, welfare, tutele, diritti, economia e vertenze.

"Non siamo, né mai siamo stati, un house organ sindacale". La testata trova la sua ragione d'essere nell'informazione specializzata. Proprio per questo, la decisione di trasferire tutte le attività giornalistiche su canali digitali, presa per ragioni legati alla profonda crisi del settore nel Dicembre 2014, ha pesato, e non poco, sulla redazione. "Di fronte alle difficoltà abbiamo deciso di tener duro, di mantenere alta la qualità del prodotto e di sfruttare a nostro vantaggio le nuove opportunità offerte dai canali digitali e dalla multimedialità".

Informazione economica multimediale

Conquiste del lavoro non è solo un quotidiano. E' un gruppo di testate a periodicità diversa, tutte incardinate sull'informazione economica.

Conquiste esce tutti i giorni come notiziario web, gratuito, e nell'edizione "edicola", sfogliabile, a pagamento. Collegati a questi prodotti base in formato Tabloid, una testata con approfondimenti che esce cinque volte la settimana, ci sono gli inserti Via Po Cultura e Via Po Economia. Il mensile Reportage è un supplemento dedicato ad approfondire specifiche situazioni o argomenti sul territorio italiano o estero, mentre il Dossier quindicinale è un Tabloid in uscita speciale il lunedì.

Il panorama dei canali da gestire è ampio, e per questo motivo "abbiamo deciso di investire su un sistema editoriale professionale, e non su soluzioni fatte in casa, che pure ci erano state proposte, caratterizzate da tecnologie standard ma assolutamente prive delle funzionalità che ci servivano", racconta il direttore Vitulano.

Quando è stato deliberato il passaggio di tutti i canali al digitale è stato anche, in parallelo, deciso di "affidarsi ancora al fornitore storico, Atex, che dispone di una suite di prodotti in grado di gestire tutta la complessità dell'informazione multimediale", senza perdere di vista abitudini e flussi di lavoro ereditati della carta stampata. Da Hermes 10 si è passati alla versione 11, introducendo il CMS e Polopoly, la soluzione specializzata nella generazione di siti web e prodotti per i canali multimediali.

Tutta la piattaforma è stata acquisita con un contratto di service, ovvero hardware e software sono fisicamente residenti presso il fornitore. "Il vantaggio, in tempi di assoluto controllo dei budget, è quello di disporre di tecnologia all'avanguardia senza doversi sobbarcare un investimento eccessivo" e, soprattutto, senza doversi preoccupare del continuo aggiornamento delle versioni.

Modelli di business digitale

Tutta la produzione di Conquiste del lavoro in formato "sfogliabile", ovvero presente nell'edicola del sito principale, www.conquistedellavoro.it, è a pagamento. Il flusso di notizie pubblicato sul web è, per il momento, ancora gratuito. "Poi si vedrà", dice il direttore Vitulano, ma il principio di base è che l'informazione di qualità bisogna pagarla.

A provvedere alla realizzazione dei canali è la redazione, composta da 11 giornalisti – "compreso il direttore" – supportata dagli uffici stampa del sindacato, diffusi in tutta Italia. E' una rete molto importante, e per certi versi unica. Su Conquiste si

Raffaella Vitulano, Direttore responsabile di Conquiste del lavoro

parla di questioni legate alle comunità locali. Problemi che nascono in aziende o in distretti economici delocalizzati, dove per i media tradizionali può essere molto difficile intervenire, sono alla portata di click per tutti i lettori di Conquiste, grazie al lavoro capillare dei collaboratori sul territorio.

Tutti i pezzi arrivano in redazione attraverso email o altri canali tradizionali, e qui vengono editati dai giornalisti del desk centrale. "Delegati sindacali, RSU, ma anche semplici lavoratori possono avere la prima pagina". Ed è proprio questo bacino di collaboratori a rendere il quotidiano economico sindacale davvero un unicum nel panorama dell'informazione specializzata. La sfida è pubblicare le notizie che non hanno gli altri, e diffonderle in tempo quasi reale, e con estrema facilità, grazie alla nuova organizzazione.

La gestione di tutti i contenuti sulla piattaforma produttiva di Atex ricalca le abitudini di quando si lavorava per il solo prodotto stampato. Un flusso di lavoro indirizzato su linee grafiche abbastanza standardizzate, e gestito da quattro tecnici ed impaginatori di redazione guidati da Vincenzo Sicchio, arriva alla chiusura della testata "sfogliabile", ovvero disponibile in edicola per i soli abbonati.

Lo sfoglio sui diversi canali digitali IOS e Android viene effettuato tramite la soluzione Applix Viewer+, fornita sempre da Atex, fortemente integrata con la soluzione Hermes 11, dalla quale è possibile fare l'arricchimento multimediale.

Il risultato "visibile" è quello di una testata tradizionale, dove le pagine si sfogliano sullo schermo anziché sul supporto fisico. "Il nostro target è il mondo del lavoro, naturalmente", spiega Raffaella Vitulano, ma grazie all'introduzione della nuova piattaforma Atex, che rende particolarmente semplice lo sviluppo di nuovi canali, si sta pensando a raggiungere nuovi segmenti di mercato, come i giovani, o i lavoratori autonomi e professionisti, che per la loro attività hanno bisogno di notizie economiche e sindacali.

La redazione copre anche gli avvenimenti più importanti che si svolgono all'estero. "Abbiamo dato ampio spazio ai problemi legati alla delocalizzazione industriale" prima che altri giornali cavalcassero questo argomento. Talvolta, sulle grandi storie nazionali, capita anche di avere fiuto giornalistico, come nel caso del Reportage dedicato ai problemi della Borsalino, pubblicati alla vigilia del dissesto finanziario che ha poi portato la storia sulle home page di tutto il mondo.

Lo sviluppo delle testate specializzate passa

I canali digitali per le nuove strategie di comunicazione della CISL

Il passaggio dal supporto tradzionale ai nuovi canali digitali ha segnato l'inizio di una nuova strategia di comunicazione da parte della CISL, come non ha mancato di sottolineare il Segretario generale Annamaria Furlan illustrando le ragioni di fondo della decisione.

Annamaria Furlan, Segretario generale della CISL

"Oggi"- ha detto fra l'altro il Segretario -"è indispensabile una nuova strategia di comunicazione capace di far conoscere all'opinione pubblica le scelte e gli obiettivi sindacali a tutti i livelli della CISL. Dobbiamo indirizzare in maniera efficace l'attività dei nostri delegati nei posti di lavoro, adottare nuove logiche di produzione e diffusione dei contenuti che siano capaci di influenzare tutti i mezzi di comunicazione. Questa peculiarietà vale ancora di più con il passaggio al digitale di Conquiste del Lavoro che ci permetterà di arrivare con maggiore tempestività ed efficacia anche nei posti di lavoro, in tutte le realtà dove c'è bisogno del sindacato. Ecco perché oggi comincia una nuova fase non solo per i giornalisti ed i tanti collaboratori del giornale, ma per tutta la CISL".

per l'impiego sempre più ampio di contenuti multimediali. "La vertenza non ha più solo un testo a raccontarla", ma può facilmente essere comunicata attraverso clip audio e video collegate alla notizia principale.

Lo stesso, naturalmente, per tutti i materiali audiovisivi prodotti nell'ambito della Confederazione sindacale, che grazie alla nuova organizzazione possono essere diffusi in tempo reale a tutto il mondo del lavoro.

E la carta? La tentazione di mantenere comunque un qualche legame con il supporto storico delle notizie economiche e sindacali è stato troppo forte. Il sistema Atex, nel momento in cui si chiude l'edizione sfogliabile, genera in automatico due file Pdf, uno in RGB, per i lettori che desiderano stampare il prodotto a casa, su normali strumenti di office automation, ed uno in quadricromia. Conquiste del lavoro non esce più su supporto analogico, ma se in una RSU di qualche zona d'Italia i delegati desiderano comunque diffondere, in modo autonomo, il quotidiano su supporti fisici, lo possono fare portando alla tipografia locale il file Pdf in quadricromia.

I benefici della nuova piattaforma produttiva vanno ben oltre questa opportunità. In passato Conquiste del lavoro usciva ad otto pagine in bianco e nero, che diventavano sedici con gli inserti. "Per crescere in foliazione", ricorda qualcuno -"bisognava chiedere un'autorizzazione specifica".

Oggi non è più così. Le otto pagine diventano spesso dieci o dodici, e gli inserti tematici e di approfondimento arrivano facilmente alle 28 o alle 32 pagine. La produzione è più che raddoppiata, quelli che erano un tempo "inserti" oggi hanno guadagnato in visibilità, e "non servono autorizzazioni a produrre di più."

"Per noi" -conclude Raffaella Vitulano- "l'informazione è un'attività di servizio fondamentale verso il mondo del lavoro". Il digitale è solo un'opportunità in più rispetto al passato. "Visto che esiste, usiamola al meglio".

TecnoMedia
Periodico della ASIG
Associazione Stampatori Italiana Giornali

Via Sicilia 125, 00187 Roma
tel. 06 / 4883566 - fax 06 / 4883489
E-mail: *tecnomedia@ediland.it*

Comitato Editoriale
Paolo Polidori, Nedo Antonietti, Giulia Salvio,
Direttore responsabile
Luca Michelli
ha collaborato a questo numero
Salvatore Curiale
Segreteria di Redazione
Elga Mauro

Registrazione del Tribunale di Roma n. 21 del 27-01-2010
© ASIG Service S.r.l. - 2014 - Tutti i diritti riservati
Sede legale: via Ariosto 24, 00185 Roma

Stampa digitale
CSQ - Via dell'Industria 52 - 25030 Erbusco (BS)

Questo numero è stato chiuso in redazione il 5 giugno 2015
TecnoMedia è consultabile in Internet
http://www.ediland.it

Le risorse per l'editoria: un equilibrio "complesso"

Per i nuovi canali e servizi editoriali occorrono nuove idee e modelli di business da esplorare, ma allo stesso tempo l'attività tradizionale, alla quale non si può rinunciare, deve aprirsi a nuovi prodotti e mercati per tornare a generare efficienza.

Mai come in questi anni, la ricerca delle risorse dell'industria editoriale si è trovata di fronte ad equilibri "complessi", dove tutti i rapporti tradizionali sono messi radicalmente in discussione.

A questi nuovi equilibri, ed al grande "cantiere" delle risorse per l'editoria, è dedicata la XVIII edizione di WAN-IFRA Italia, la Conferenza internazionale per l'industria editoriale e della stampa italiana, che dopo nove anni torna a Bologna, nei giorni 17 e 18 giugno.

Liberare le risorse industriali

Quasi un anno orsono, il Gruppo Comin ha rilevato dal fallimento la Galeati di Imola, con il preciso obiettivo, come si legge anche in altra parte della rivista, di avviare un'azione di diversificazione di prodotti e servizi da offrire ai clienti tradizionali ed a quelli nuovi. Dal primo marzo di quest'anno, la Rotopress International del Gruppo Pigini Printing Division ha iniziato a gestire il sito produttivo di Bologna della Grafica Editoriale Printing, società del Gruppo Poligrafici Editoriale. Diversificare per crescere sembra essere la strada maestra indicata dai due gruppi italiani. E' uno dei temi in discussione a WAN-IFRA Italia 2015, nell'ambito della terza sessione dei lavori, prevista per il giorno 18 giugno, al mattino.

Un argomento che porta con sé, inevitabilmente, domande e riflessioni che vanno al di là delle notizie, pur importantissime, del mercato.

Esistono nuove tecnologie e nuovi materiali di consumo particolarmente adatti a questi nuovi scenari industriali? C'è la possibilità di immaginare nuove soluzioni per la gestione dei flussi di lavoro e per la organizzazione delle risorse umane nei centri stampa "ibridi", dove si cercano commesse per lavorare a ciclo continuo quotidiani, periodici e prodotti tradizionalmente commerciali?

Anche quest'anno la Conferenza è l'occasione per la presentazione ufficiale della Ricerca Annuale dell'Osservatorio Tecnico Carlo Lombardi, con la mappa anagrafica completa di editori, testate, centri stampa, concessionarie e agenzie di informazione, e tutti i dati statistici più aggiornati dell'industria editoriale e della stampa italiana.

Risorse editoriali e pubblicitarie

Alla pubblicità ed all'editoria sono dedicate le altre due sessioni tematiche di WAN-IFRA Italia 2015, previste mercoledì 17 giugno. Non c'è dubbio che le concessionarie, così come tutti i professionisti dell'industria della pubblicità, siano impegnate in prima linea alla ricerca di nuove opportunità di mercato per reperire risorse adeguate alle sfide epocali che bisogna fronteggiare.

Dopo un anno, il 2014, di transizione e stabilizzazione, si può pensare all'inizio della ripresa guardando al trend di medio lungo periodo? Quali iniziative è opportuno intraprendere?

I problemi sul tappeto sono molti, e non ci sono, probabilmente, soluzioni preconfezionate che vadano bene per tutti neppure nell'area dei nuovi canali digitali.

Molte aziende hanno investito in soluzioni per la gestione multimediale dei contenuti. Ma l'introduzione delle nuove piattaforme produttive ha cambiato anche il modo di lavorare? La raccolta e la distribuzione delle notizie sta cambiando, ed in che modo? WAN-IFRA Italia 2015 dà spazio anche alle nuove esperienze avviate in Italia ed all'estero per la ricerca dei lettori nei nuovi contesti della comunicazione, attraverso App specializzate o altre iniziative fortemente ancorate sui territori.

Gli sponsor di WAN-IFRA Italia 2015

Anche quest'anno, WAN-IFRA Italia è stata scelta da molte fra le maggiori aziende fornitrici italiane ed internazionali di hardware, software e materiali di consumo per l'industria editoriale e della stampa quale canale privilegiato per compiere operazioni di branding e per promuovere le soluzioni più avanzate disponibili sul mercato.

Agfa, Atex, Bwebsystems/manroland, EidosMedia, Exelis, Ferag, Fujifilm, Gmde, HP, Kodak, SunChemical, Tecnavia sono le aziende che hanno deciso di investire sulla Conferenza internazionale di quest'anno. Non solo rinnovano la fiducia in WAN-IFRA Italia, ma nell'intera industria editoriale e della stampa italiana.

Monitorare i media rispettando il diritto d'autore: nasce *FederRassegne*

Rispettare il diritto di autore e rispettare la forza delle nuove tecnologie per la comunicazione: con questi obiettivi è nata in Italia FederRassegne, la prima associazione nazionale di aziende specializzate nella rassegna stampa e nei servizi di media monitoring e media intelligence, che aderisce al protocollo Promopress sviluppato dalla Fieg per risolvere il complesso e delicato problema del rispetto del copyright editoriale.

"Rassegne stampa con il bollino di qualità"?

"Sì". Con un bollino "di qualità, di legalità e di efficacia" per tutti gli operatori dell'industria della comunicazione. Pasquale D'Innella Capano, primo Presidente della neonata FederRassegne, costituita da Euregio, Mimesi, PressToday e Telpress non lascia adito a dubbi.

"Il mercato delle rassegne stampa in Italia era arrivato ad un punto di non ritorno". Era semplicemente impossibile proseguire a svolgere un'attività che palesemente contrastava i diritti d'autore, e diventava tanto più invasiva verso gli editori quanto più procedevano le tecnologie per la diffusione on line dei prodotti che un tempo erano solo stampati.

"Da queste considerazioni"- sottolinea D'Innella-"è nata FederRassegne", la prima associazione nazionale di aziende specializzate nella rassegna stampa e nei servizi di media monitoring e media intelligence, in regola con il rispetto del diritto d'autore e con l'impiego su larga scala delle nuove risorse tecnologiche della comunicazione digitale.

Un problema molto delicato

La rassegna stampa è, per tradizione, uno dei problemi più delicati dell'industria dei media. La rassegna è una "spremuta di notizie". Ci sono molti operatori professionali che, una volta letto quello che si dice attorno ad una azienda, un prodotto o una persona, non comprano più il giornale o non consumano più altri media, soprattutto quelli in ambito locale.

Questa situazione, storicamente molto complessa, ha tracimato dai confini naturali con la crisi dell'industria editoriale, costringendo tutti gli attori della filiera a darsi regole e norme più in linea con le mutate situazioni di mercato.

"Il percorso logico della rassegna stampa"- sottolinea D'Innella-"è quello di evidenziare un key fact", ciò un fatto di particolare rilevanza. Quindi individuare una key media, ovvero un passaggio sui mezzi di comunicazione in grado di generare reazioni positive o negative nei confronti di aziende, prodotti e persone.

La funzione degli uffici stampa, al di là della semplicistica intuizione di rappresentare il legame con il mondo esterno, è quella di gestire l'immagine dell'azienda o dell'ente "in modo da generare consenso, che, per le aziende che operano sul mercato, significa mantenere alto il loro valore.".

La "rassegna è un elemento fondamentale per gestire non tanto la relazione azienda/pubblico, quanto per sostenere il valore economico, ed il *sentiment*, di un marchio o di una attività commerciale".

Insomma, dietro alla raccolta commentata di articoli di giornali e di clip multimediali si muove una serie di interessi ben precisi, così come precisi, e legittimi, sono gli interessi degli editori a evitare che queste "raccolte di notizie" vadano a scapito della propria attività.

Una soluzione innovativa

Gli snodi delicatissimi delle rassegne stampa hanno subito una forte accelerazione con

l'aumento esponenziale delle informazioni sui canali digitali. Fino a pochi anni fa "tutto era creato a mano": la rassegna stampa era complicata e dispendiosa, con un costo inaccessibile ai più.

Poi, l'avvento delle edizioni digitali sorgenti in formato Pdf/A, ovvero completi sia della parte grafica che testuale, ha spalancato le porte alla moltiplicazione dei fornitori di servizi.

"L'impiego delle rassegne stampa"- sottolinea ancora D'Innella-"è divenuto torrenziale di fronte alla crescita esponenziale delle fonti".

Pasquale D'Innella Capano, Presidente di FederRassegne ed Amministratore di Telpress Italia, una delle aziende fondatrici della nuova associazione italiana

La reazione, propositiva, degli editori non si è fatta attendere. Fin dal 2012 è stato proposto a tutti gli operatori del settore un accordo di licenza ARS – Aziende di rassegne stampa – nel quale si proponevano i pagamenti di una royalty variabile dal 2% per l'anno 2012 al 4% per l'anno successivo, fino a crescere progressivamente al 6% ed all'8% negli anni a venire, calcolata sul fatturato delle aziende di rassegne stampa rilevato dalla dichiarazione dei redditi.

"Un sistema che ha avuto il vantaggio della chiarezza, e della semplificazione normativa" commenta D'Innella.

Il "protocollo Promopress" , ed il suo assoluto rispetto, sono alla base del copyright di tutta la filiera che utilizza i contenuti editoriali. In più, le società firmatarie dell'ARS che hanno costituito FederRassegne, si sono impegnate ad offrire al mercato oltre alle rassegne rispettose del diritto d'autore, anche servizi innovativi ed avanzati sul piano delle tecnologie.

Tra questi, ricorda D'Innella, che oltre ad essere Presidente della neonata associazione è anche Amministratore di Telpress Italia, una delle quattro società fondatrici, "ci sono i servizi di rassegne in real time", sia legati alla produzione di articoli di giornali disponibili sul web fin dalle prime ore del mattino, sia sulle opinioni che escono sui blog, sia sulle novità che emergono dai Social media.

Queste ultime fanno parte anche di una attività continua di monitoraggio attiva sui canali televisivi e radiofonici.

Poco dopo la nascita di FederRassegne, la Guardia di Finanza ha comunicato la chiusura di un sempre maggior numero di siti web che svolgono, illegalmente, l'attività di monitoraggio dei media.

"La strada è ancora lunga, ma"- almeno, per D'Innella -"oramai è tracciata. Chi vuole operare nel rispetto del copyright lo può fare". FederRassegne offre agli associati anche altri valori aggiunti, oltre all'assistenza in fase della stipula degli accordi con le testate che entrano nel circuito di monitoraggio.

Tutti gli associati hanno condiviso il principio dello sharing tecnologico, ovvero la possibilità di mettere in comune i risultati degli investimenti effettuati da ciascuna società aderente, attraverso un sistema di royalty incrociate.

Rispettare il diritto di autore in ogni segmento industriale, conclude D'Innella, "conviene a tutti".

WEPRINT!: la forza della stampa è ovunque

Per una volta non si è parlato di giornali, di periodici, di libri, di volantini della grande distribuzione, di etichette. Questa volta si è parlato solo, e semplicemente, di Stampa. Un'arte con la "S" maiuscola, una forza trainante della cultura umana che continua ad avvolgerci, a guidarci, a sedurci con la straordinaria capacità di evocare emozioni, creare racconti e donare la gioia di ciò che, semplicemente, è bello.

WEPRINT!, il nuovo concept creato da Fujifilm per parlare della stampa, e per proporre questa antichissima forma di comunicazione nelle sue potenzialità più moderne, e più efficaci, è andato in scena sul palcoscenico della Fondazione Catella di Milano, lo scorso 6 maggio.

Protagonisti di questa iniziativa sono stati, da un lato, service, aziende e professionisti che sviluppano i prodotti stampati, e dall'altro alcuni nomi importanti dell'arte e della ricerca applicati ai media, come il professor Philippe Daverio, critico d'arte internazionale, e Fausto Colombo, professore di teoria dei media all'Università Cattolica di Milano.

Dall'alto: il Prof. Philippe Daverio, critico d'arte; panoramica del pubblico; riproduzione digitale in 3D del quadro di Van Gogh

La Stampa è un'arte in grado di dare corpo a sogni, idee, emozioni ed informazioni, che ormai, complice lo sviluppo delle più moderne tecnologie digitali, possono fissarsi su quasi ogni oggetto ed ogni formato.

Grazie alla nuova tecnologia sviluppata da Fujifilm per la stampa in 3D, la reliefography, approvata dai curatori del Museo Van Gogh, è possibile riprodurre su una tela i quadri del Maestro olandese dando rilievo alle singole pennellate di colore. L'effetto, visto da vicino, è davvero impressionante, e dimostra come la tecnologia di stampa sia ancora oggi inavvicinabile al web quando si tratta di ricreare la fisicità della comunicazione.

Inutile dire che questa tecnologia non solo rende accessibile in tutto il mondo i quadri più famosi dell'artista, ma si presta con un'efficacia più unica che rara a scopi educativi. La stampa, anche in questo caso, abbatte le barriere naturali legate alla impossibilità di trasferire, fisicamente, gli oggetti dell'arte in ogni parte del mondo.

Ma la Stampa è anche protagonista della comunicazione in grandissimo formato, su pvc, da esporre in ampi spazi all'aperto o in vasti ambienti interni. L'illustratore Marco Romano, firma di moltissime cover di Wired Italia, ha creato una composizione a più tavole per illustrare lo sviluppo e la diffusione del business di Fujifilm in un linguaggio grafico caratterizzato da un grande uso del colore. Uno stampatore di San Martino Buon Albergo (Vr) ha poi provveduto, con una macchina da stampa digitale Jet Press 720S, a trasportare su supporto fisico le creazioni dell'artista. In questo caso, la tecnologia ha reso conveniente l'altissima qualità in bassa tiratura di copie.

La giornata di riflessioni, e le esperienze pratiche di creativi e tecnici specializzati a lavorare su supporti innovativi, ha trasmesso, con efficacia, l'idea che la stampa, e la capacità di creare "oggetti tattili" di comunicazione, abbia davanti a se un futuro ancora tutto da esplorare e, in molti casi, ancora da scoprire e da valorizzare sul mercato. E fra i protagonisti ci saranno, c'è da crederci, anche i centri stampa tradizionali che decideranno di differenziare la loro attività ed i supporti, e i prodotti, sui quali lavorare.

Alleanza scuola-lavoro e nuove professioni nel futuro dell'ENIPG

L'Ente Nazionale Istruzione Professionale Grafica (ENIPG) festeggia i sessant'anni di attività all'insegna di una nuova alleanza scuola-lavoro e delle professionalità emergenti legate all'industria grafica digitale del web. Nei piani dell'Ente rimane strategica la partnership con le altre organizzazioni paritetiche imprenditoriali e sindacali del settore grafico, per formare i professionisti del futuro.

"Il più bel regalo di compleanno è arrivato dal Ministero". Angelo Bonacasata, a nome della Pubblica Istruzione, ha annunciato che i giovani iscritti alle scuole grafiche sono aumentati di una percentuale compresa fra il 50% ed il 60%. "Meglio di così, per i nostri primi sessant'anni di attività, non poteva andare" commenta il Direttore generale dell'ENIPG – Ente Nazionale Istruzione Professionale Grafica – Tommaso Savio Martinico.

Fondato negli anni Cinquanta come ente paritetico bilaterale fra le associazioni nazionali dei datori di lavoro grafici, aderenti a Confindustria, e dalle Federazioni dei lavoratori grafici aderenti a CGIL, CISL e UIL, l'ENIPG comincia a operare nel settembre del 1955 come tramite qualificato fra il mondo del lavoro e quello della scuola. A sessant'anni da quella data, l'Ente coopera attivamente con una rete di 37 scuole grafiche, delle quali 11 istituti tecnici industriali (ITI), 5 istituti professionali statali, 2 comunali e provinciali e 19 centri di formazione professionale (CFP).

Formazione fra didattica ed esperienze professionali

"Il nostro settore non è così morto come si vorrebbe fare credere" spiega Marco Spada, rieletto alla Presidenza dell'Ente per un nuovo mandato triennale, il terzo consecutivo –"ma deve aggiornarsi di continuo per resistere alla sfida dei cambiamenti impetuosi che stiamo vivendo". E per questo, l'Ente ha di recente firmato un protocollo innovativo con il Ministero della Pubblica Istruzione che contiene i principi dell'alternanza scuola-lavoro. Un tema ben sviluppato in molti Paesi europei, ma che in Italia stenta ancora a decollare. Insieme alle aziende grafiche, sarà costruito in tempi molto rapidi un nuovo percorso comune fra scuole ed aziende, che si concretizzerà in una serie di percorsi personalizzati per gli studenti. I percorsi formativi delle scuole e degli istituti riconosciuti dall'Ente – 37, ai quali vanno ad aggiungersi altre scuole esterne al rapporto privilegiato, con le quali l'ENIPG è già impegnato a dialogare sul piano della didattica – saranno sviluppati ad hoc. Offriranno degli stage mirati, che si svolgeranno all'interno delle aziende del settore. "Fortunatamente c'è stata una forte accelerazione sul piano legislativo"- spiega il Direttore generale Tommaso Savio Martinico-" che ha favorito lo sviluppo di una serie di nuovi strumenti che consentono all'azienda – nell'ambito dell'apprendistato – di assumere i ragazzi per un periodo minimo di ore". I giovani potranno quindi coniugare l'esperienza in azienda con lo studio a scuola, all'interno di un percorso misto già ampiamente testato, con successo, in Paesi come la Germania, che restano un modello di eccellenza per quanto riguarda l'industria grafica e la formazione professionale.

"Se il giovane apprendista, una volta finito il corso formativo, si dimostrerà valido, si presume che possa fermarsi anche nell'azienda che gli ha offerto lo stage." Naturalmente non è un obbligo per nessuno, solo un'opportunità.

Alleanze con gli organismi paritetici

Pochi settori come quello della grafica sono stati, di recente, investiti dal vento dell'innovazione e della trasformazione. "Fortunatamente, per un'area tradizionale, legata al prodotto stampato su carta, che certamente presenta dei numeri in flessione, l'area legata agli sviluppi del digitale è in fortissima espansione". E' qui dove i numeri si fanno trainanti, ed è qui il settore che ha contribu-

ito a registrare l'aumento a due cifre degli iscritti, fra il 50% ed il 60%. Né bisogna dimenticarsi della cartotecnica, un'area tradizionale "analogica" che non mostra segnali di crisi.

"Noi"- commenta il Presidente Spada -"siamo un po' la ruota dentata che collega il mondo della formazione con quello dell'impresa e con l'industria dei fornitori di macchine e software specializzati". Ovunque si guardi, la trasformazione è in atto, ed i rapporti fra supporto stampato e canali digitali sono estremamente dinamici, e non sempre scontati negli esiti finali. "Tutto ciò che fa parte dei diversi mondi correlati", e collegati alla formazione professionale, fa parte del target di riferimento, e degli interessi, dell'ENIPG. L'Ente ha da anni solidi rapporti di relazione con altri organismi paritetici, come l'Osservatorio Tecnico Carlo Lombardi, che riguarda l'industria poligrafica e la stampa dei giornali quotidiani. "Facciamo e faremo un grande lavoro nelle nostre relazioni datoriali e sindacali con gli altri enti bilaterali", perché tutto ciò che rientra nella formazione e nella qualificazione professionale "fa parte del nostro target di obiettivi".

Da sin.: Marco Spada, Presidente, Tommaso Savio Martinico, Direttore generale ENIPG, nel salone dell'Ente dedicato ad aula per la formazione a distanza

Scuole, formazione e tecnologie

Le scuole professionali del settore grafico hanno la ferma volontà di crescere. "Anche loro devono adattarsi alle novità di un settore in rapida trasformazione". Devono, soprattutto, rimanere al passo con la tecnologia, e poi devono fare i conti con una richiesta formativa che, per le mutate esigenze del settore e per l'avvento del web, richiede competenze generali "a 360 gradi". "La nostra tradizione e la nostra storia"- commenta Spada –"sono legate alla carta stampata, ma oggi il mondo ha virato in direzione dell'integrazione con i canali digitali". I due settori, con parte delle competenze sovrapposte e parte altamente specialistiche, devono convivere. I nuovi percorsi sono già cominciati. "Faremo un'operazione"- sottolinea Martinico-"ad ampio raggio", per estendere la nuova visione della formazione professionale anche alle scuole che non fanno parte integrante del circuito ENIPG.

"I nativi digitali sono abituati al tablet ed al telefonino", ed i libri di testo tradizionali, stampati, dovranno a loro volta integrarsi con le versioni interattive. E questo vale anche per tutti gli altri strumenti formativi. L'Ente ha in previsione di aumentare il numero delle giornate dedicate alla formazione a distanza, incontri on line in video conferenza che si svolgono attraverso il supporto del sistema di Adobe, che è stato implementato nel corso degli anni, e che oggi è visibile anche attraverso i supporti mobili come gli smartphone. L'ENIPG ha avviato, più recentemente, anche una partnership con il MIUR, il Ministero Istruzione Università Ricerca, sempre per lo sviluppo dei nuovi concetti, e nuovi strumenti, formativi.

Nella "rivoluzione tecnologica, come sottolineano Spada e Martinico, giocano, e giocheranno, un ruolo fondamentale le associazioni che rappresentano i fornitori – è il caso di ACIMGA - e naturalmente le case costruttrici estere ed i loro rappresentati per il mercato italiano, come il caso di ARGI. Quest'ultima ha varato un progetto per favorire i contratti di affidamento in comodato gratuito di alcune fra le soluzioni hardware e software più avanzate per l'industria grafica e per la comunicazione sui canali analogici, stampa, e digitali, come il web. "Per noi di ENIPG"- conclude il Presidente Spada-"questi accordi con le scuole professionali danno una valore fondamentale, e strategico, alla componente della squadra che lavora al servizio dei professionisti del futuro prossimo venturo". Un valore aggiunto dove, come già in passato, giocherà un ruolo fondamentale la consapevolezza che lo sviluppo dei sistemi complessi, e l'industria grafica è uno di questi, passerà sempre più attraverso il "gioco di squadra" di tutte le componenti del settore, scuole, imprese, associazioni di categoria, enti bilateri e rappresentanze datoriali e sindacali, controparte attiva dei pubblici poteri.

Macchine, servizi e materiali di consumo: l'industria italiana torna a crescere

I numeri sono più piccoli, ma sull'industria delle macchine, servizi e materiali di consumo dell'industria grafica è tornato il segno positivo.
E questa è già una "notizia", che se pure non riporta il mercato ai tempi d'oro, e ai fatturati del 2010, almeno riporta un cauto ottimismo in tutti gli addetti del settore.
L'industria delle macchine da stampa, nel 2014, è tornata a crescere del 19,7%, con un fatturato aggregato di quasi 185 milioni di Euro (nel 2010 era più di 288).
Le cifre, e gli scenari, sono quelli che escono dai dati raccolti da ARGI, l'Associazione Rappresentanti Grafici Italia, che sotto la guida del Presidente Roberto Levi è cresciuta per rappresentatività ed ha consolidato una serie di servizi importanti per gli associati. Fra questi, servizi specializzati per le fiere, marketing, assistenza contrattuale e legale, sicurezza dell'ambiente, assistenza post-vendita, analisi di mercato, e formazione professionale.

Roberto Levi, Presidente di ARGI, Associazione Rappresentanti Grafici Italia

ARGI, che associa oltre una trentina di aziende rappresentate ufficialmente in Italia, promuove ormai da molti anni una ricerca di mercato che rappresenta uno strumento importante per la conoscenza statistica e quantitativa del comparto grafico italiano, grazie ai dati sempre più esaustivi.
"Dati"- ha ricordato Roberto Levi-"quest'anno nel complesso positivi", ma che mostrano tendenze diversificate nei vari comparti industriali.
Le macchine del mercato grafico, da sole, registrano una crescita superiore al dato aggregato, ovvero segnano un +24,5%, e si attestano ad un fatturato di 153,9 milioni di Euro.
Nel corso del 2014, è cresciuto il peso delle macchine da stampa digitali, che ormai rappresenta una quota di mercato prossima al 40% (era il 25,5% nel 2010). Si riduce, contemporaneamente, la stampa tradizionale, che passa dal 48,5% del 2010 al 38,1% del fatturato globale.
Di segno diametralmente opposto le soluzioni per la poststampa, che segnano un netto ribasso rispetto al 2013: -33,7% rispetto al 2013, la peggiore performance fra i diversi segmenti esaminati.
Nell'area della prestampa sono invece riprese le vendite dei CtP: Nel corso del 2014 sono aumentate per complessivi 5,3 milioni di Euro. Cresce anche la cartotecnica, che dal 2013 al 2014 fa registrare un + 2,3%.
Per quanto riguarda i formati di stampa delle unità offset a foglio, nel 2014 si conferma leader assoluto del mercato, con una quota pari al 66%, il 70*100. In aumento i formati superiori a 100, che passano dal 20% al 25% del mercato. Crollano, invece, le soluzioni per il formato 50*70, che passano dal 14% del 2013 al 1% del 2014.
La sostanziale migrazione dei piccoli formati verso il digitale è confermata dalla eccellente prestazione di questo comparto.
Le nuove unità per l'impressione digitale fanno registrare in dodici mesi un balzo di oltre il 38%, con un fatturato aggregato di oltre 61 milioni di Euro.
Guidano questa classifica le macchine a foglio singolo, che valgono più del doppio, in termini di fatturato, rispetto alle unità da stampa a bobina (35 milioni contro 14,9).
Seguono le macchine specializzate nella stampa di etichette, che comunque in un solo anno crescono da 7,4 milioni di venduto a oltre 11 milioni.
L'area più recente per la raccolta dei dati ARGI, ovvero i materiali di consumo, registra, per i tre segmenti esaminati – lastre, tessuti gommati e prodotti chimici – una sostanziale stabilità.
Nel passato triennio – i dati aggregati precedenti al 2012 non esistono – il venduto in metri quadrati è passato da 20 milioni di Euro a 19,2.
La prevalenza assoluta è per le lastre termiche, incluse quelle più recenti processless.

Uno sguardo oltre
l'editoria stampata,
mobile e web
gmde

COSTRUIAMO OGGI...

Se il vostro business è produrre informazione, ben sapete che le abitudini dei vostri lettori o clienti cambiano sempre più rapidamente. Gli utenti cercano informazioni e intrattenimento su siti web, aderendo a social network e scaricando applicazioni su dispositivi mobili.

Questi sviluppi stanno portando a una grande evoluzione nel mondo della comunicazione, che deve proporre contenuti sempre nuovi su qualsiasi canale ed in ogni momento.

Per gestire il cambiamento in atto, ma soprattutto per guidarlo anche attraverso le evoluzioni future, GMDE si propone come partner con un'esperienza consolidata sui processi produttivi editoriali ed aziendali, unita ad un profondo know-how delle tecnologie digitali emergenti. Tutto questo ci porta ad offrire sempre le più innovative strategie di business digitale per adeguare la propria struttura di produzione, massimizzandone l'efficienza e riducendone i costi.

L’EDITORIA DI DOMANI

SISTEMA EDITORIALE MULTICANALE

GESTIONE FLUSSI PUBBLICITÀ

DIGITAL ASSET MANAGEMENT

PUBBLICAZIONE DIGITALE, ONLINE E MOBILE

RECUPERO ARCHIVI STORICI

SEMANTICA LINGUISTICA

VENDITA INVENTARIO SPAZI PUBBLICITÀ DIGITALE

PRODUZIONE LASTRE, WORKFLOW
E CONTROLLO QUALITÀ DI STAMPA IN ROTATIVA

GMDE possiede un'esperienza trentennale nel campo delle tecnologie per il mercato dell'editoria, fornendo ed integrando soluzioni informatiche per quotidiani, periodici, industria libraria e comunicazione aziendale.

Ricerchiamo costantemente i migliori prodotti e sistemi disponibili sul mercato, ne verifichiamo la solidità e le capacità produttive, quindi costruiamo per il cliente delle soluzioni integrate complete di servizi per l'installazione, training, avviamento e assistenza tecnica in produzione.

Queste attività, svolte quotidianamente da tecnici qualificati, ci pongono nella posizione ideale per comprendere le esigenze attuali, cogliere le opportunità offerte dai migliori fornitori di tecnologia e accompagnare i nostri clienti nelle scelte strategiche per ottenerne il massimo beneficio.

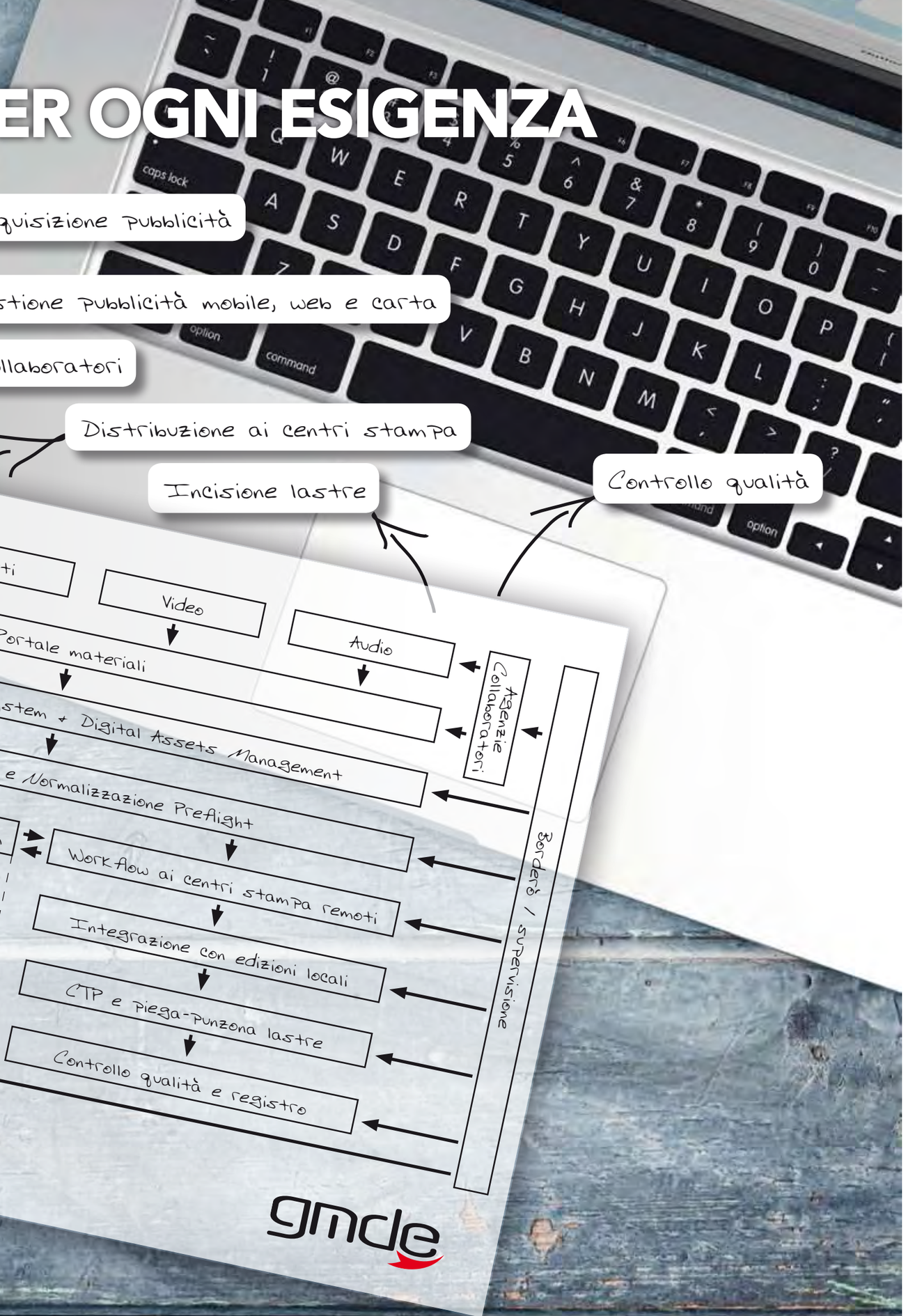
Le soluzioni che realizziamo sono in grado di rispondere a qualsiasi esigenza produttiva: dall'acquisizione alla gestione dei contenuti per la composizione delle notizie, dalla pianificazione editoriale a quella pubblicitaria, dalla gestione dei flussi per la composizione delle pubblicazioni alla standardizzazione e normalizzazione dei file di produzione, fino alla pubblicazione multicanale (tradizionale e digitale), alla gestione e produzione delle lastre di stampa e ai controlli qualità di produzione sulle rotative.

Il valore chiave del nostro lavoro risiede nelle capacità di selezionare i partner tecnologici con i quali comporre le soluzioni che forniamo al mercato e di integrare fra loro prodotti e sistemi di fornitori differenti.

Non solo. **GMDE** vuol dire anche servizi, sia in fase di prevendita che postvendita. Analisi delle esigenze, studio dell'architettura della soluzione, di fattibilità tecnica e valutazione del ritorno economico durante la fase precedente alla vendita, garantiscono la costruzione della soluzione assieme al cliente. È in questo modo che riusciamo a dare vita ad una soluzione che sia realmente in grado di rispondere a qualsiasi esigenza.

Installazione, interfacciamento e personalizzazione dei sistemi, avviamento in produzione, formazione tecnico-gestionale, manutenzione e assistenza con disponibilità di copertura tecnica live e notturna, completano il quadro della nostra offerta.

Un'offerta globale in grado di consentire ai nostri clienti di essere attori protagonisti del mercato editoriale di oggi e del futuro.



LE CHIAVI PER IL FUTURO: I PRODOTTI E I SERVIZI GMDE
Siamo convinti di essere il partner ideale per gli editori che desiderino svolgere un ruolo guida nel mondo dell'informazione, oggi come nel futuro. Per questo offriamo una gamma di prodotti, integrabili e personalizzabili per comporre la soluzione ideale, e una serie di servizi in grado di assicurarne l'avviamento, il funzionamento e l'aggiornamento nel tempo.

SERVIZIO DI ANALISI PRE-VENDITA
Gamma di servizi per assistere il cliente in tutte le fasi di analisi delle esigenze e di studio di fattibilità. Obiettivo è disegnare congiuntamente la configurazione adatta a rispondere alle necessità produttive.

RICEZIONE CONTENUTI
Moduli software web-based per la gestione, in multicanalità, delle fonti informative e pubblicitarie quali contributi di collaboratori, agenzie, concessionarie e redazioni esterne.

SISTEMA EDITORIALE
Piattaforma content management system che consente lo sviluppo editoriale della pubblicazione, in perfetto ambiente di condivisione ad aggiornamento costante del lavoro in corso.

DAM
Gestione digitale integrale di tutte le risorse a disposizione dell'editore, immagini, testi, pagine, documenti, ed oggetti multimediali.

GESTIONE EDITORIALE E PUBBLICITARIA
Sistema per la pianificazione completa della pubblicazione, sia editoriale sia pubblicitaria, con interfaccia verso il sistema amministrativo e funzionalità di gestione del traffico materiali.

OTTIMIZZAZIONE PUBBLICITÀ WEB E MOBILE
Server di gestione ottimizzata delle pubblicità, anche in formato Rich Media, per web e piattaforme mobili.

PUBBLICAZIONE MULTICANALE
Un'unica piattaforma per la distribuzione della pubblicazione multi canale digitale, in forma sfogliabile o meno, per web, desktop e mobile.

NORMALIZZAZIONE E STANDARDIZZAZIONE
Moduli per la normalizzazione, standardizzazione e certificazione dei contenuti, per assicurarne la pubblicazione sia su carta, sia online.

GESTIONE FLUSSI AI CENTRI STAMPA
Workflow che consente la distribuzione dell'edizione nazionale ai centri stampa remoti, l'integrazione con le edizioni locali, e l'invio al reparto produzione lastre.

PRODUZIONE LASTRE CON PIEGA E PUNZONATURA
Sistema completo per la rasterizzazione e incisione delle lastre, con operazioni di piega e punzonatura, marcatura e inoltro automatico del supporto al cestello corretto in rotativa.

CONTROLLO QUALITÀ
Sistema a videocamera sull'unità di stampa che, anche in assenza di marche di riferimento, consente di controllare qualità di stampa, controllo densità e registro di taglio e piega.

INSTALLAZIONE, FORMAZIONE E AVVIAMENTO
Il nostro staff tecnico si occupa dell'installazione delle attrezzature che compongono la soluzione acquistata, facendosi carico anche dell'interfacciamento con gli eventuali sistemi pre-esistenti. Una volta completata l'installazione, eseguiamo la formazione del personale e, successivamente, lo affianchiamo al fine di ottimizzare l'apprendimento e l'utilizzo di ogni singolo dispositivo.

ASSISTENZA TECNICA
Per assicurare la massima produttività dei sistemi installati e in produzione, assicuriamo un servizio di assistenza tecnica hardware e software dell'intera soluzione installata. L'assistenza viene svolta, se richiesto, anche nelle ore di produzione serale e notturna.

COSTRUIAMO OGGI...

Se il vostro business è produrre informazione, ben sapete che le abitudini dei vostri lettori o clienti cambiano sempre più rapidamente. Gli utenti cercano informazioni e intrattenimento su siti web, aderendo a social network e scaricando applicazioni su dispositivi mobili.

Questi sviluppi stanno portando a una grande evoluzione nel mondo della comunicazione, che deve proporre contenuti sempre nuovi su qualsiasi canale ed in ogni momento.

Per gestire il cambiamento in atto, ma soprattutto per guidarlo anche attraverso le evoluzioni future, GMDE si propone come partner con un'esperienza consolidata sui processi produttivi editoriali ed aziendali, unita ad un profondo know-how delle tecnologie digitali emergenti. Tutto questo ci porta ad offrire sempre le più innovative strategie di business digitale per adeguare la propria struttura di produzione, massimizzandone l'efficienza e riducendone i costi.

L’EDITORIA DI DOMANI

SISTEMA EDITORIALE MULTICANALE

GESTIONE FLUSSI PUBBLICITÀ

DIGITAL ASSET MANAGEMENT

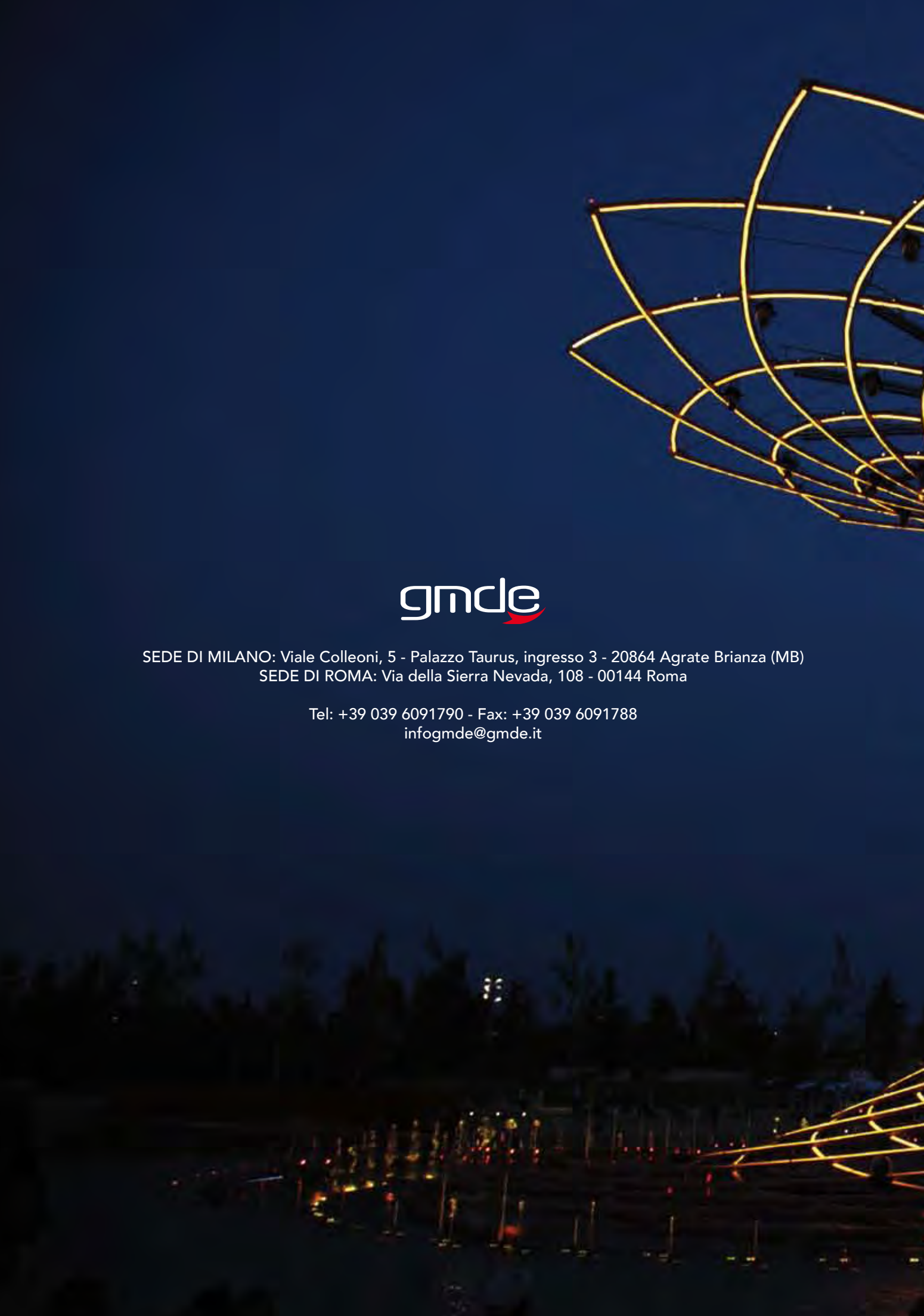
PUBBLICAZIONE DIGITALE, ONLINE E MOBILE

RECUPERO ARCHIVI STORICI

SEMANTICA LINGUISTICA

VENDITA INVENTARIO SPAZI PUBBLICITÀ DIGITALE

PRODUZIONE LASTRE, WORKFLOW
E CONTROLLO QUALITÀ DI STAMPA IN ROTATIVA



SEDE DI MILANO: Viale Colleoni, 5 - Palazzo Taurus, ingresso 3 - 20864 Agrate Brianza (MB)
SEDE DI ROMA: Via della Sierra Nevada, 108 - 00144 Roma

Tel: +39 039 6091790 - Fax: +39 039 6091788
infogmde@gmde.it

100 % informazione
30% di foreste in più

Naturalmente io ♥ la carta

Le foreste europee sono il 30% in più rispetto al 1950*.
In pratica, ogni anno sono cresciute dell'equivalente di 1 milione e mezzo di campi da calcio.

Inoltre la fibra di cellulosa può essere riciclata fino a 7 volte. E con 2.000 chili riciclati al secondo**, la carta è il materiale più riciclato in Europa. Lunga vita alla carta!

* elaborazione Two Sides su dati FAO 2010; (Le foreste europee forniscono l'88% del legno usato per fare la carta in Europa)

** fonte ERPC 2010

Two Sides è un'iniziativa della comunicazione su carta e promuove la produzione e l'uso responsabile della carta e della stampa.

Per saperne di più visita:
www.twosides.info/it

il lato verde della carta

TWO SIDES

Exelis presenta ASTER, gestore dei palinsesti radiotelevisivi

EXELIS Srl A Socio Unico
Via Alle Rotte, 13-15
42011 Bagnolo in Piano (RE)
Strada del Drosso 33/8
10135 Torino
Tel: +39 0522 953867
Fax: +39 0522 953869
www.exelis.it

La suite di prodotti destinati alla gestione dei flussi di lavoro delle concessionarie si amplia con la nuova applicazione per la gestione dei palinsesti radiotelevisivi: Aster.

Aster è completo e semplice da usare, consente la programmazione dinamica ed ottimizzata dei propri spot, con il controllo totale del bacino disponibile e dell'alternanza dei soggetti nelle campagne. "L'ambiente grafico, pulito e lineare permette di tenere sott'occhio la complessità del palinsesto, presentando sempre tutte le informazioni necessarie." - ha commentato Francesco Mariani, responsabile del delivery di Exelis - "Le variazioni possono essere fatte nel modo più rapido possibile con semplici click e drag'n'drop."

La nuova applicazione è inoltre in grado di collocare automaticamente nel palinsesto gli spot di un'intera campagna o di riorganizzare una o più giornate, nel pieno rispetto delle regole commerciali e di affollamento. Un sofisticato algoritmo riconosce i prodotti commerciali ed individua, tra le posizioni disponibili per ciascuno spot, quelle che non generano conflitti di affollamento e sono ottimali per la distribuzione temporale della campagna del cliente, sia nella giornata che nelle date adiacenti.

Aster fornisce più visioni del palinsesto, ciascuna studiata appositamente per rendere semplice la gestione di specifici aspetti. Per singola data vengono presentati il palinsesto redazionale e quello tabellare ed entrambi consentono una contestualizzazione visiva di ogni spot e cluster nel rispettivo programma piuttosto che fascia o rotazione commerciale.

Il palinsesto multi-data consente all'operatore il bilanciamento degli affollamenti ed il controllo sullo sviluppo di ogni campagna su un periodo bi-settimanale.

"La gestione degli spot è cosa davvero semplice." - prosegue Mariani - "Ad esempio, per spostare uno spot basta selezionarlo e trascinarlo nella sua nuova posizione. Un'operazione incredibilmente intuitiva, non importa se si tratta di un'altra fascia oraria o un'altra giornata o, addirittura, di una posizione su un altro mezzo compatibile. Le visioni multi-palinsesto che Aster mette a disposizione rendono ogni riprogrammazione immediata ed a portata di drag'n'drop."

Con Aster, l'utente è in grado di programmare le uscite con pochi, semplici passaggi. In aggiunta alle rotazioni standard sulla giornata o sulla fascia oraria, Aster consente di personalizzare a piacimento l'alternanza e la ripetizione dei materiali.

La distribuzione dei materiali è rappresentata con immediatezza e schematicità, consentendo di determinare esattamente a colpo d'occhio, su di una visione pluri-settimanale, quale soggetto della campagna verrà messo in onda momento per momento.

Il motore di validazione di Aster permette di gestire in totale serenità gli eventuali conflitti o errori. L'algoritmo controlla le normative di legge, gli accordi UPA ed i conflitti merceologici, evidenziando gli eventuali errori, indipendentemente dalla complessità del palinsesto.

Con un semplice click, Aster spedisce via email ai clienti i calendari di pubblicazione delle campagne programmate, rendendoli anche disponibili in un'apposita area web.

La concessionaria può pubblicare i calendari del periodo e delle campagne desiderate sia in formato PDF (con un template personalizzabile), sia in formato Excel che secondo lo standard AdBox.

Filo diretto

Libertà e La Sicilia

La Libertà di Piacenza e La Sicilia di Catania scelgono le soluzioni GMDE

GMDE
Viale Colleoni, 5
20864 Agrate Brianza (MI)
Tel. 0396091790 Fax: 0396091788
http://www.gmde.it

Altre due storiche testate italiane scelgono le soluzioni di GMDE e VirtualCom per ampliare l'offerta sul digitale. La soluzione VirtualNewspaper è già on-line per entrambe le testate con la possibilità di leggere i prodotti realizzati dalle due testate, sia direttamente su WEB che su tablet e smartphone iOs e Android.

La soluzione VirtualNewspaper, ormai largamente diffusa nel mercato editoriale, è caratterizzata da funzionalità lato back offiche che sono state pensate e sviluppate ascoltando principalmente le esigenze degli editori senza perdere di vista la fruibilità e la user experience dei lettori.

Il Backoffice di VirtualCom permette, tramite una serie di moduli messi a disposizione a richiesta sulla piattaforma, di dare al marketing dell'editore strumenti per poter ampliare l'offerta di prodotti, i bundle carta + digitale, tool per monitorare l'attività dei lettori e meglio comprendere come diversificare l'offerta di prodotti così da poter ampliare le marginalità.

Una serie di ulteriori moduli permettono di arricchire lo sfoglio con contenuti multimediali e con pubblicità, nonché attivare la funzionalità di lettura "per articolo" con la funzione text to speach.

La scelta della Libertà e de La Sicilia di dotarsi della soluzione GMDE / Virtualcom nasce soprattutto dal fatto di poter usufruire proprio della flessibilità del prodotto per incrementare le vendite e gli introiti legati al mondo digitale. La possibilità di poter aggiungere anche in un secondo tempo opzioni per ampliare l'offerta verso i lettori è un ulteriore fattore che ha concorso nella scelta tecnologica.

Due testate, una visione univoca sull'uso delle moderne tecnologie che stanno cambiando profondamente il settore quotidiani e dell'edoria in generale.

GMDE, come system integrator globale, ancora una volta ha saputo cogliere le esigenze dei clienti e del mercato dando risposte precise, entrando nelle redazioni dei giornali, fornendo non solo soluzioni ma anche idee nuove.

Tutto questo con l'obiettivo di semplificare e rendere naturale il rapporto tra il giornalista e il web, in pratica per costruire un modo nuovo di scrivere e comunicare le notizie e le informazioni on line.

LA SICILIA
Catania: l'inchiesta sui bilanci
Stancanelli dopo la richiesta di rinvio a giudizio «Nessuno pensi di criminalizzare il lavoro fatto»
Catania
Preso boss del clan «Sciuto-Tigna»
Compravendita di voti, deputati in manette
Ai domiciliari anche gli onorevoli Nino Dina (Udc) e Roberto Clemente (Pid-Cp)
Sequestrato il viadotto di Ponte Cinque Archi
Il governo: «Sulla Formazione pronti a subentrare alla Regione»
«Nicole è morta per grave imperizia»
Lancio di uova a S. Giovanni La Punta
«L'Italia penultima per occupazione dei giovani»

LIBERTÀ
QUOTIDIANO DI PIACENZA FONDATO DA ERNESTO PRATI NEL 1883
Inchiesta Fbi
Scandalo Fifa 7 in manette Blatter indagato
«Ho salvato i progetti Arbos»
Il racconto di Enio Moschini: stavano andando al macero
Una singolare mostra-ricerca alla "Giordani"
A SCUOLA I GIOCHI DI UNA VOLTA
Quelle mietitrebbia verdi hanno fatto parte della mia famiglia
Furti da Rossetti, 2 arresti
Svolta proprio in Valdarda nelle indagini dei carabinieri

Filo diretto

L'Union de Reims elogia il sistema integrato di Fujifilm per la produzione di lastre da stampa per i quotidiani

Il sistema "Lo-chem", che comprende le lastre Brillia PRO-VN, il CTP Luxel news VMAX e le sviluppatrici FCF News, riduce gli sprechi, consente di risparmiare denaro e aumenta l'efficienza dello stampatore di quotidiani francese

FUJIFILM
Value from Innovation

S.S. n. 11 Padana Superiore, 2/B
20063 Cernusco SN -MI
Tel: 02.929741
info@fujifilm.it

L'Union de Reims, lo stampatore di quotidiani francese di proprietà di Rossel Group, ha recentemente investito nel sistema di produzione di lastre per la stampa di quotidiani di Fujifilm, che comprende due CTP Luxel News VMAX, le lastre Brillia PRO-VN e due sviluppatrici FCF News, per migliorare le performance del suo ambiente di produzione.

L'Union de Reims stampa 10 edizioni di giornali ogni notte, per un totale di 140 000 copie. Produce, inoltre, 50 000 copie per un paio di riviste settimanali e 75 000 copie per il free press "MAG CONSO". L'azienda si è impegnata a introdurre tecnologie avanzate per massimizzare l'efficienza di produzione e per fornire ai lettori giornali di ottima qualità.

William Carducci, direttore tecnico di L'Union de Reims, spiega: "Abbiamo visitato il sito di produzione per lastre off-set di Fujifilm a Tilburg, in Olanda, e siamo stati colpiti dalla tecnologia all'avanguardia e dalla completa automazione dell'impianto. Le cinque turbine eoliche installate nel sito, in grado di generare circa il 20% dell'energia totale utilizzata dalla fabbrica e di ridurre in modo significativo le emissioni di CO^2, dimostrano il costante impegno di Fujifilm in R&S e la sua capacità di essere sempre all'avanguardia nelle tecnologie di pre-stampa. Abbiamo subito considerato Fujifilm come partner a lungo termine con cui lavorare. „

L'Union de Reims era alla ricerca di un sistema produttivo, affidabile e semplice per rispettare le scadenze ravvicinate tipiche dell'ambiente di produzione dei quotidiani, senza compromettere la qualità. Carducci sottolinea: "Il sistema integrato 'lo-chem' di Fujifilm per la stampa dei quotidiani, che comprende la lastre Brillia PRO-VN,

il CTP Luxel News VMAX e le sviluppatrici FCF News, era la combinazione perfetta per garantire lastre da stampa di alta qualità ed elevate velocità di produzione".

Con una produttività scalabile, un design robusto e la capacità di produrre stampe di alta qualità, Luxel News VMAX fornisce una soluzione completa grazie a una velocità di uscita produzione che varia dalle 100 alle 400 lastre all'ora. Il CTP è ottimizzato per le lastre Brillia PRO-VN, avanzate lastre violet a basso consumo di chimici, specificatamente progettate per semplificare il processo di pre-stampa e ridurre drasticamente il consumo di chimici. Le lastre Brillia PRO-VN beneficiano della brevettata tecnologia MultiGrain™, che assicura un equilibrio ottimale tra inchiostro e acqua ed estrema praticità.

L'Union de Reims utilizza il CTP Luxel News VMAX, le lastre Brillia PRO-VN e la sviluppatrice FCF News, una combinazione semplice da utilizzare e mantenere, che si traduce in una produzione di lastre efficiente ed economicamente conveniente. Abbiamo dimezzato la quantità di rifiuti prodotta e ridotto il numero di interventi sulla lastra, garantendo un processo di produzione più pulito e più efficiente „.

L'Union de Reims ha investito non soltanto nel CTP Luxel News VMAX DI Fujifilm e nelle lastre Brillia PRO-VN, ma ha anche beneficiato di un servizio dedicato di Fujifilm. „Fujifilm è veloce nel rispondere, assicura disponibilità 24/7 e garantisce supporto sia a distanza che on-site", commenta William Carducci. „Vantiamo un solido rapporto con Fujifilm e apprezziamo la sua capacità di controllare che tutti i requisiti di qualità siano soddisfatti e di prevenire eventuali problemi grazie a programmi di manutenzione proattiva."

E conclude: „Fujifilm è impegnata a sostenere il mercato dei quotidiani con tecnologie dedicate e il suo sistema integrato ‚lo-chem' per la stampa dei quotidiani, che ci ha permesso di massimizzare la produttività, raggiungere i più elevati standard di qualità e migliorare i nostri requisiti ambientali tutti in una volta, è una grande testimonianza di questo. „

A proposito di FUJIFILM Corporation

FUJIFILM Corporation è una delle principali società operative di FUJIFILM Holdings. Dalla sua fondazione nel 1934, l'azienda ha costruito un patrimonio di tecnologie avanzate nel campo della elaborazione delle immagini fotografiche, e in linea con i suoi sforzi per diventare una società di assistenza sanitaria completa, Fujifilm applica tali tecnologie per la prevenzione, diagnosi e trattamento delle malattie in campo medico e Life Science. Fujifilm sta inoltre espandendo la crescita del business dei materiali ad alta tecnologia, compresi i materiali per schermi piatti, per i sistemi di grafica e dispositivi ottici.

A proposito di FUJIFILM Graphic Systems

FUJIFILM Graphic Systems è un partner stabile e di lungo termine concentrato sulla realizzazione di soluzioni di stampa di elevata qualità e tecnicamente avanzate che consentano agli stampatori di sviluppare un vantaggio competitivo e di far crescere le loro aziende. La stabilità finanziaria della società, gli elevati investimenti in R&D consentono a Fujifilm, di sviluppare tecnologie proprietarie per la stampa di eccellenza. Queste includono soluzioni per la pre-stampa, la stampa offset, la stampa di grande formato e la stampa digitale, così come software per la gestione del flusso di lavoro. Fujifilm è impegnata a minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti e delle lavorazioni, operando in modo proattivo nella tutela dell'ambiente, sforzandosi di divulgare il rispetto ambientale presso i propri clienti. Per ulteriori informazioni consultate il sito: www.fujifilm.eu/eu/products/graphic-systems/ oppure www.youtube.com/FujifilmGSEurope;seguiteci su @FujifilmPrint

Nuova piattaforma per la pubblicazione multicanale a La Prealpina

GMDE
Viale Colleoni, 5
20864 Agrate Brianza (MI)
Tel. 0396091790 Fax: 0396091788
http://www.gmde.it

Grazie all'adozione dell'unica suite di prodotti di Miles33, GN4 e VirtualNewspaper, La Prealpina permette alla redazione di essere proiettata verso la multicanalità.

Nelle scorse settimane a La Preaplina di Varese si è concluso il processo di rinnovamento tecnologico che ha coinvolto il sistema editoriale, la pubblicazione digitale dei contenuti su WEB, Tablet e Smartphone e l'integrazione con il nuovo sito WEB prossimamente on line.

La scelta da parte dell'editore è avvenuta anche grazie all'esperienza di GMDE che copre a 360° tutto il ciclo produttivo delle notizie, dalla loro ricezione fino alla loro pubblicazione sia su mezzi tradizionali che digitali, consentendo così di razionalizzare le sinergie tra i reparti.

La flessibilità e l'apertura agli standard delle soluzioni GMDE ha poi contribuito all'ottimizzazione dei flussi di lavoro, alla organizzazione delle attività redazionali, al miglioramento qualitativo del prodotto grazie a personalizzazioni realizzate in loco da personale GMDE in collaborazione con il personale tecnico dell'editore.

Punto fondamentale del progetto è, tra le altre cose, la possibilità di automatizzare interamente il flusso dei collaboratori permettendo la ricezione e la certificazione dei contenuti, siano essi testi, immagini o altri contenuti digitali, mantenendo le informazioni necessarie alla produzione dei dati per il borderò lungo tutto il percorso di pubblicazione. Il portale dei collaboratori, essendo basato sullo stesso engine di workflow del sistema editoriale, permette di attivare delle funzioni di alert, mailing o conversioni dei materiali in ingresso, così da standardizzare le procedure a valle e garantire la coerenza dei dati necessari per la loro eventuale valorizzazione economica.

Grazie alla flessibilità degli strumenti messi a disposizione dalle soluzioni proposte da GMDE, si è potuto, senza il diretto coinvolgimento di Miles33 / Tera, software house che sviluppa la suite GN4, ottenere una totale integrazione per la gestione dei contenuti digitali e multimediali direttamente all'interno della suite GN4, nonostante l'utilizzo di una piattaforma per il sito WEB diversa da VirtualCom. Il dialogo tra gli sviluppatori della piattaforma WEB e i tecnici GMDE ha portato ad interfacciare il sistema editoriale con la loro piattaforma di pubblicazione.

Anche sul fronte degli sfogliatori La Prealpina ha scelto le soluzioni VirtualCom proposte da GMDE per poter offrire ai lettori la possibilità di consultare l'edizione digitale del giornale, sia su WEB che su Tablet e Smartphone per sistemi operativi iOs e Android. La piattaforma VirtualCom, in continuo sviluppo e crescita, permette una evoluzione costante delle soluzioni digitali dando la possibilità agli editori di mettere a disposizione dei lettori nuove funzionalità, così da mantenere attivo l'interesse dei lettori verso l'esperienza di sfoglio. L'acquisizione da parte di Miles33 sia di Tera che di VirtualCom, avvenuta negli scorsi anni, ha portato di fatto alla realizzazione di un sistema di pubblicazione unico. La convergenza del team di sviluppo delle soluzioni VirtualCom con quelle del sistema editoriale GN4 consente agli editori di poter pensare a sinergie ancora più spinte tra i vari canali di pubblicazione.

Tutto il progetto è finalizzato all'ottimizzazione dei flussi di lavoro orientati alla multicanalità, così da massimizzare le sinergie tra i vari mezzi di comunicazione messi a disposizione per i lettori dell'editore.

Ancora una volta GMDE, grazie alla flessibilità delle soluzioni proposte e alla competenza tecnica e consulenziale del proprio personale, ha contribuito al raggiungimento degli obbiettivi dell'editore collaborando alla stesura dei flussi produttivi sin dalla fase di prevendita fino alla completa messa in produzione degli stessi.

Filo diretto

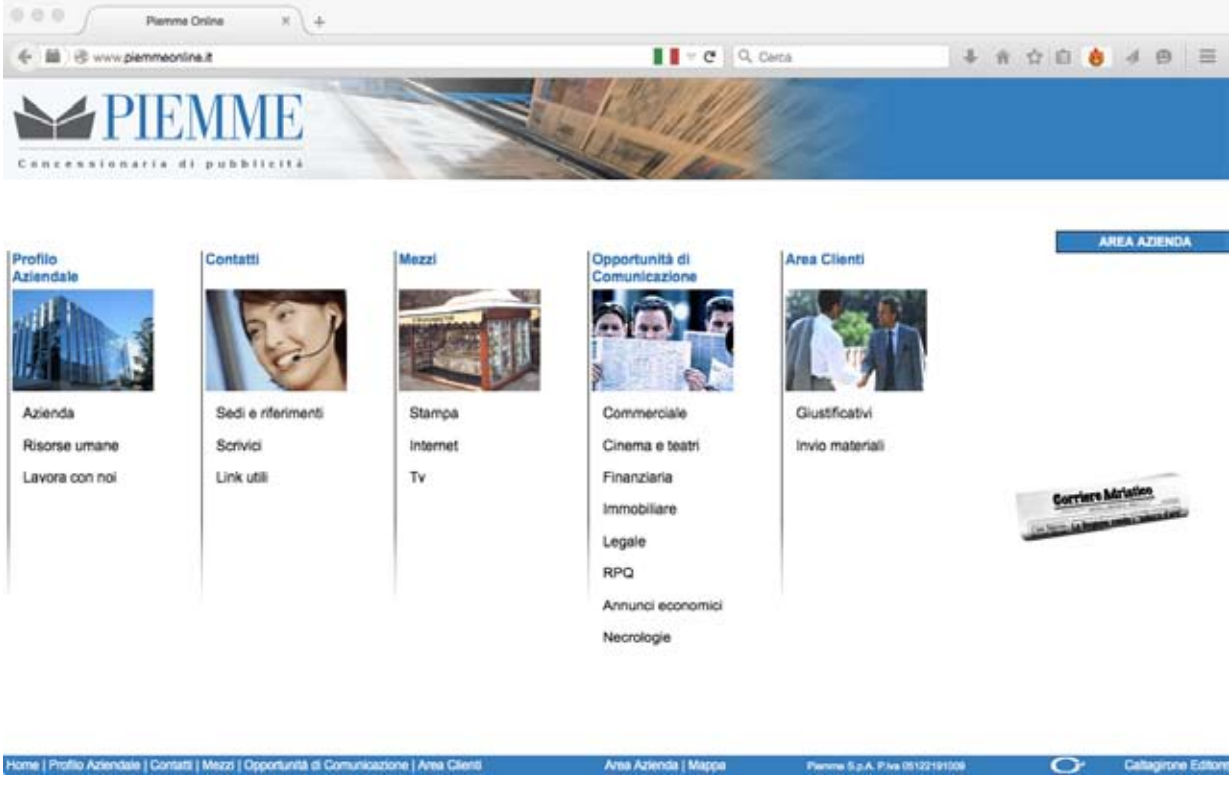
Cydonia per i materiali della concessionaria Piemme

EXELIS Srl A Socio Unico
Via Alle Rotte, 13-15
42011 Bagnolo in Piano (RE)
Strada del Drosso 33/8
10135 Torino
Tel: +39 0522 953867
Fax: +39 0522 953869
www.exelis.it

Piemme, società del Gruppo Caltagirone Editore, sceglie il portale Cydonia di Exelis per la gestione del traffico di tutti i materiali pubblicitari destinati a Il Messaggero, Il Mattino, Il Gazzettino, Corriere Adriatico, Leggo, Nuovo Quotidiano di Puglia, La Nuova del Sud ed alle testate del gruppo RCS per i clienti aventi sede in Lazio, Campania, Calabria, Veneto e Friuli.

"È per noi motivo di grande soddisfazione aver iniziato una collaborazione con Piemme mettendo a disposizione uno dei nostri prodotti di punta" - dichiara Francesco Mariani responsabile del delivery per Exelis - "E inoltre, per volumetrie gestite, Piemme rappresenta una delle installazioni del nostro portale Cydonia più rilevanti ad oggi."

Cydonia, erogato in servizio tramite farm, riceve gli ordini di pubblicazione dal sistema di booking della concessionaria, governa il processo di realizzazione delle creatività, verifica la coerenza dei materiali sia rispetto ai parametri commerciali che di produzione ed alimenta i sistemi editoriali con file nei formati richiesti.



Méthode affronta e vince la sfida delle lingue asiatiche

Sempre più spesso adottato da importanti gruppi editoriali in Asia, con le ultime release Méthode supporta pienamente anche gli alfabeti non latini

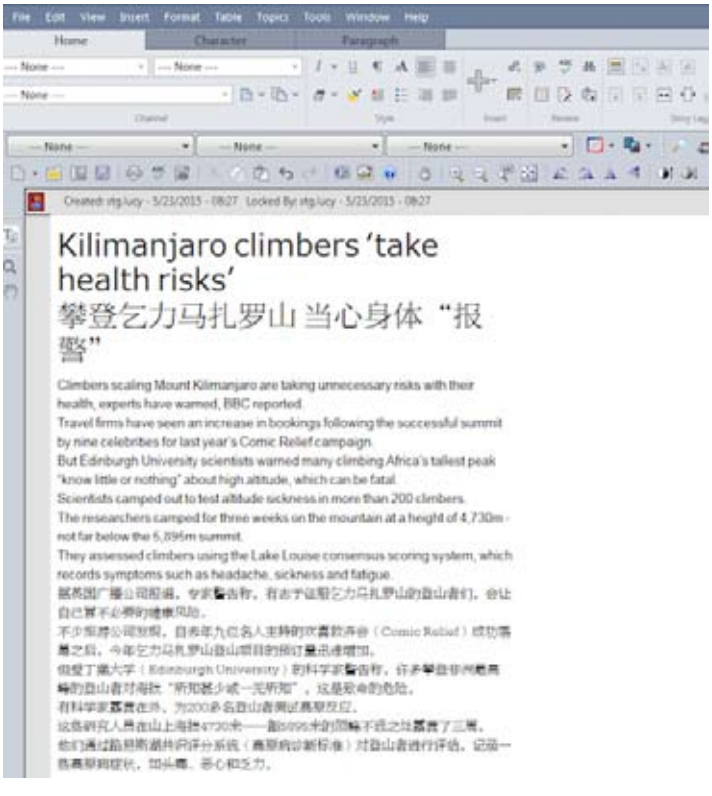
EidosMedia Spa
Corso Vercelli, 40
20145 Milano
tel. 02-36732000 Fax: 02-36732999
www.eidosmedia.com
info@eidosmedia.com

"E' da qualche anno ormai che la nostra base di clienti include anche diverse organizzazioni che pubblicano in caratteri non latini," sostiene Ismail Gazarin, CTO di EidosMedia. "Questo significa ovviamente includere il supporto per queste lingue in ogni fase del processo, dall'input iniziale fino alla pubblicazione su più canali."

"In previsione di evoluzioni future, Méthode è stato uno dei primi sistemi ad adottare degli standard che rendono la gestione di diversi linguaggi più facile e armonica, come ad esempio Unicode. Detto ciò ci siamo comunque trovati davanti a una discreta mole di lavoro in quanto la scelta di una lingua nel nostro sistema impatta ogni aspetto del processo editoriale, dalla sillabazione alla la punteggiatura, dai metadati al layout di pagina."

Tra i nuovi utenti della piattaforma Méthode troviamo il South China Morning Post, con sede a Hong Kong. Sebbene il principale quotidiano del gruppo SCMP sia pubblicato in inglese, il portafoglio comprende diversi titoli in lingua cinese che condividono i loro contenuti anche con il quotidiano principale. Questo richiede un modello multi-lingua che permetta allo stesso file di contenere sia un testo inglese che un testo cinese, e che allo stesso tempo gestisca la storia come un unico oggetto condiviso. Allo stesso modo, le storie in inglese possono contenere nomi o citazioni in caratteri cinesi: per questo motivo la struttura del documento XML di Méthode è stata adattata per gestire i testi misti in un modo facile e intuitivo per l'utente. La soluzione gestisce entrambi i caratteri semplificati cinesi usati in Cina, così come i caratteri tradizionali ampiamente utilizzati a Hong Kong.

Ove possibile, Méthode incorpora soluzioni esistenti che si sono già dimostrate valide: "Sono stati incorporati sistemi esistenti per l'immissione di caratteri cinesi con una tastiera standard", spiega Ismail Gazarin. "come ad esempio il metodo di input Sogou Pinyin, che combina velocità, facilità



Filo diretto

d'uso e vastità di vocabolario." In altri casi sono stati sviluppati speciali algoritmi - per esempio, per gestire la sillabazione delle parole".

Un'altra area che ha richiesto particolare attenzione è stata quella dedicata all'incorporamento di font nei file di output in PDF: i font cinesi difatti hanno una notevole varietà (un singolo font può contenere più di 20.000 caratteri) e per evitare di creare output eccessivamente pesanti, Méthode è stato strutturato per incorporare solo un sottoinsieme del set di caratteri, mantenendo i PDF in uscita di dimensione ottimali.

Méthode fa ampio uso di tag che regolano il flusso di lavoro e di pubblicazione di una storia e che inoltre permettono una ricerca sofisticata e precisa: per fornire queste funzioni nell'ambiente del SCMP, Méthode è stato configurato per permettere ai tag di contenere sia parole in inglese che in cinese. Questo dà la possibilità di prelevare notizie e immagini da agenzie cinesi, che i giornalisti possono poi successivamente ricercare utilizzando parole chiave in cinese.

Un'altra caratteristica importante della piattaforma Méthode è la fedeltà totale della schermata di anteprima al layout effettivo dell'edizione di stampa. Questa corrispondenza 'WYSIWYG' è stata mantenuta nel processo di impaginazione cinese: le pagine di stampa corrispondono esattamente all'anteprima visualizzata sullo schermo utilizzando qualsiasi set di caratteri compatibile con Unicode.

"Il nostro obiettivo era quello di dare agli utenti che lavorano in un ambiente in lingua cinese la stessa qualità, produttività e benefici che sono garantiti agli utenti di Méthode che utilizzano alfabeti occidentali", sostiene Ismail Gazarin.

Oltre al supporto in lingua cinese, Méthode è stato adattato per lavorare per la pubblicazione di report finanziari per i clienti di un'organizzazione bancaria globale attiva in Giappone. Ulteriori sviluppi sono previsti per gli alfabeti hindi e bengali per gli editori che operano nel sub-continente indiano.

"Lavorare con un nuovo set di linguaggi è una continua sfida", conclude Gazarin. "ma la decisione di basare Méthode su tecnologie standard ha dato i suoi frutti, permettendoci di trarre vantaggio da soluzioni e protocolli esistenti, ottimizzandone l'uso all'interno della nostra piattaforma".

Editrice Quadratum: ottimizzazione dei flussi di lavoro

GMDE
Viale Colleoni, 5
20864 Agrate Brianza (MI)
Tel. 0396091790 Fax: 0396091788
http://www.gmde.it

Editrice Quadratum è una family company che, dopo una ristrutturazione interna, si è concentrata principalmente su due settimanali femminili: Intimità e Love Story.

Le redazioni dei due settimanali, realizzati completamente all'interno dell'azienda, sia per la parte editoriale che commerciale, hanno recentemente adottato una soluzione che consente loro di avere la completa gestione dei flussi di lavoro delle riviste.

Passate dall'avere l'appoggio della fotolito per la lavorazione delle immagini e della produzione dei Pdf per la stampa, le redazioni si trovano adesso ad essere autonome in tutto il flusso di lavoro.

Per raggiungere questo risultato alle redazione grafiche delle due riviste e all'ufficio tecnico sono stati forniti i migliori Software disponibili sul mercato.

Previsti nel processo di lavoro e configurati secondo le esigenze di Editrice Quadratum, sono stati installati IPM Service e Simulator di Binuscan, Switch e Pitstop di Enfocus, GMG Color Proof e Elvis DAM di Woodwing. Ancora una volta, GMDE come system integrator per il settore editoria, è stato in grado di offrire soluzioni complete ed integrate in grado di rispondere alle esigenze del cliente (*vedi immagine 1*).

Di Binuscan sono stati installati IPM Service, per la gestione dei flussi di normalizzazione e ritocco delle immagini, e Simulator, per la creazione di moduli di ritocco da richiamare in IPM da applicare alle diverse tipologie di immagine utilizzate nelle riviste.

Le immagini trattate da Binuscan sono poi inserite all'interno dell'impaginato e all'occorrenza scontornate o modificate dalla redazione grafica.

Una volta realizzata la parte editoriale e grafica della rivista, sono sempre i giornalisti grafici a produrre internamente i PDF della rivista grazie

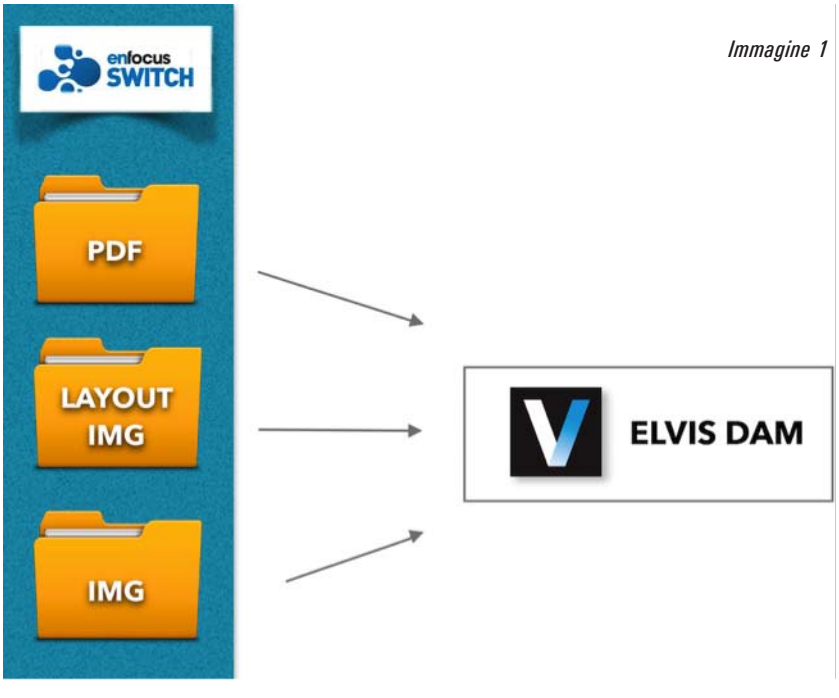


Immagine 1

Filo diretto

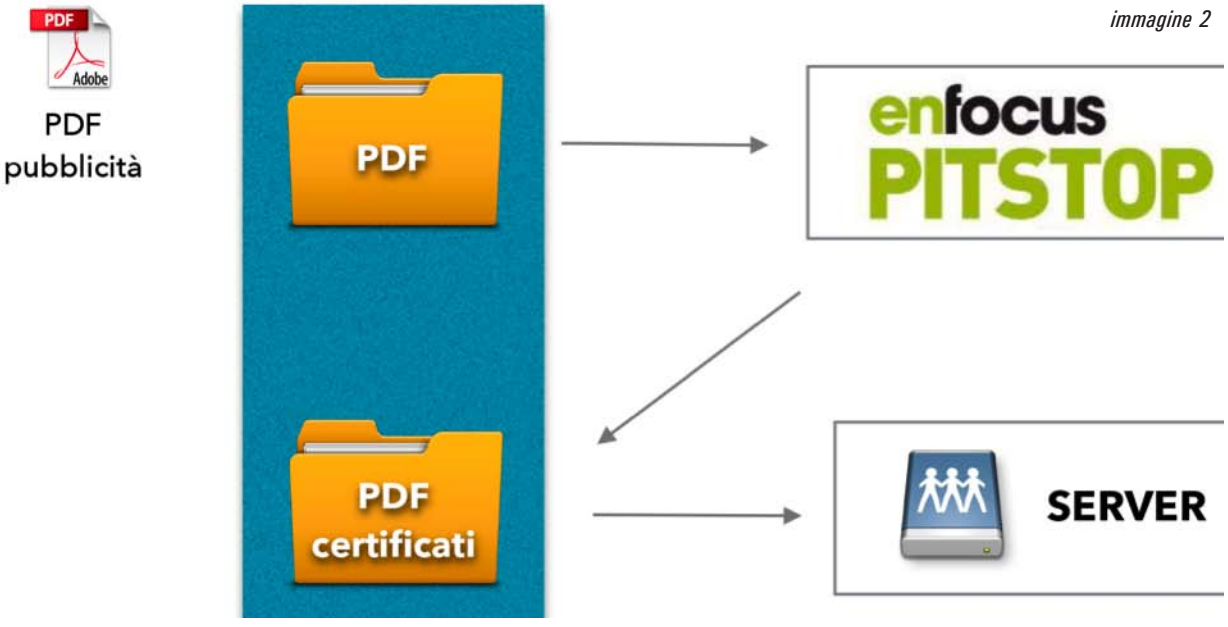


immagine 2

a jobptions installate sulle macchine di redazione, che consentono di preservare i profili colore associati alle immagini direttamente da Binuscan, e ai controlli di Preflight configurati in Enfocus PitStop, che certificano i Pdf per la stampa.

Una volta pronti i PDF, prodotti a pagina singola, è l'ufficio tecnico a produrre la stampa delle prove colore e ad effettuare eventuali correzioni cromatiche sulle immagini impaginate.

Per quanto riguarda le prove colore vengono effettuate su stampanti specifiche, che permetto la stampa delle prove con il corretto profilo colore e la simulazione della carta (*immagine 2*).

È stato inoltre installato per l'archiviazione il DAM Elvis di Woodwing. In Elvis vengono tutt'ora archiviate le immagini originali, gli impaginati di Adobe Indesign e i PDF finali di ogni pubblicazione.

Dietro tutto il flusso lavora Enfocus Switch. Grazie a Switch, interfaccacciato con i server di Editrice Quadratum le redazioni sono state scaricate di molte operazioni di spostamento, rinomina e archiviazione dei file (*immagine 3*).

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.gmde.it

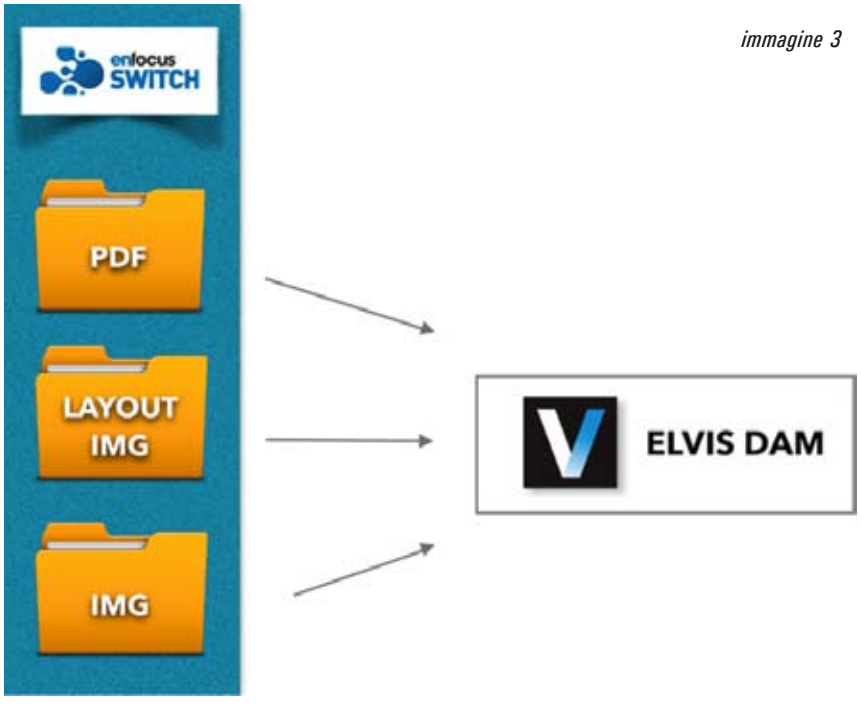


immagine 3

MediaAlpi completa l'aggiornamento dei sistemi concessionaria

EXELIS Srl A Socio Unico
Via Alle Rotte, 13-15
42011 Bagnolo in Piano (RE)
Strada del Drosso 33/8
10135 Torino
Tel: +39 0522 953867
Fax: +39 0522 953869
www.exelis.it

Si è conclusa con successo l'attività di aggiornamento delle soluzioni software per la gestione della pubblicità della concessionaria trentina Media Alpi Pubblicità, che ha in carico la raccolta per l'Adige e i dorsi locali di RCS per il Trentino Alto-Adige, oltre all'emittente di proprietà Radio Dolomiti.

"Il calendario delle operazioni" - ha confermato Patrizia Curreli, responsabile delivery area gestionale - "è stato veramente serrato, affinché la concessionaria trentina potesse essere pienamente operativa con tutte le nuove versioni in tempi estremamente contenuti".

La nuova gestione della fatturazione, del portafoglio agenti e il nuovo cruscotto per la direzione e la rete vendita sono solo alcuni dei plus dell'aggiornamento.

Filo diretto

SpeeD: nuove dashboard per la concessionaria del Gruppo Monrif

EXELIS Srl A Socio Unico
Via Alle Rotte, 13-15
42011 Bagnolo in Piano (RE)
Strada del Drosso 33/8
10135 Torino
Tel: +39 0522 953867
Fax: +39 0522 953869
www.exelis.it

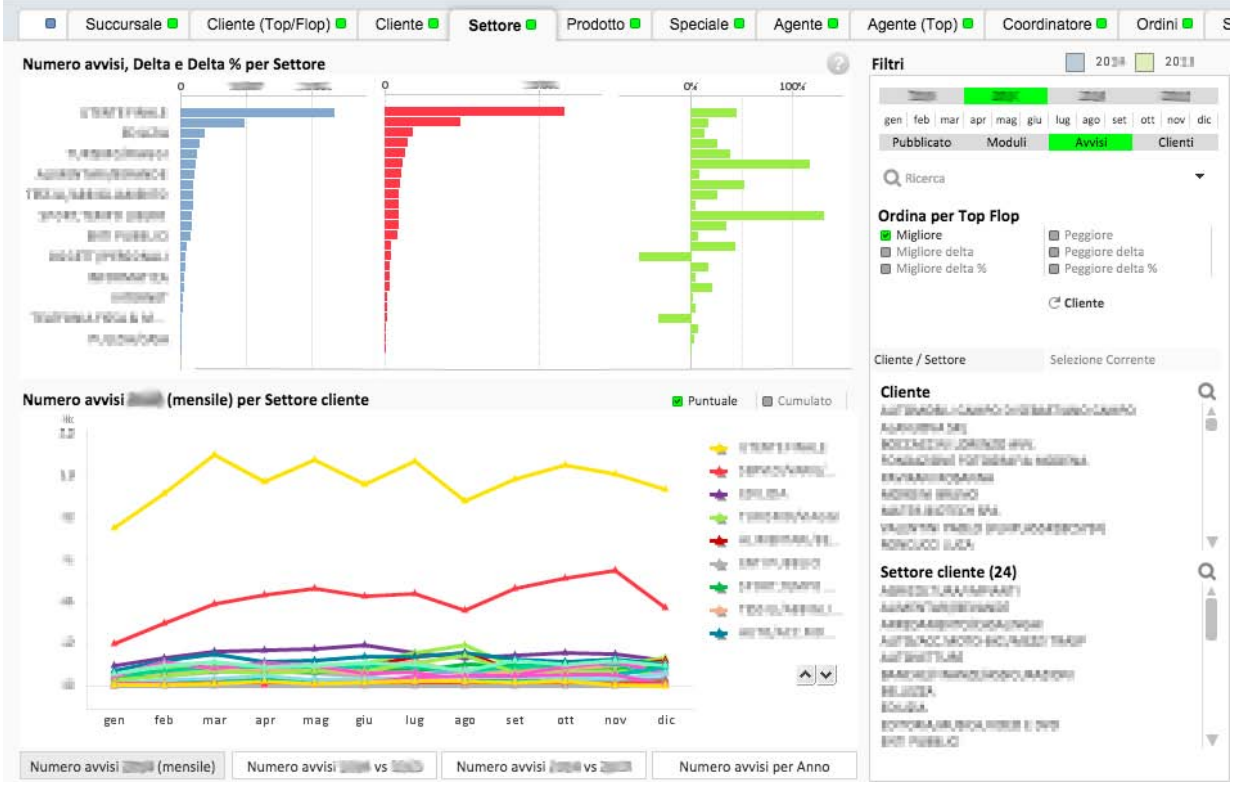
Utilizzando la piattaforma tecnologica Qlik, Exelis ha dotato l'area vendita e la direzione di nuove dashboard attraverso le quali, in base alla profilazione di accesso, è possibile monitorare l'andamento delle vendite in relazione al proprio ruolo aziendale.

I dati sono rappresentati in più schede riepilogative e la facile navigazione rende lo strumento efficace ed intuitivo. Grazie ad una potente compressione dei dati, è possibile mettere a confronto numerosi anni di attività risalendo fino al massimo grado di dettaglio.

Attraverso le visualizzazioni preconfigurate dei dati si ottengono le principali analisi utilizzate dall'area vendita.

La possibilità di scelta fra molteplici indicatori (es.: pubblicato, numero moduli, numero avvisi, numero clienti) e numerose dimensioni, consente all'utente di effettuare qualsiasi analisi. Il confronto dei dati risulta libero, immediato e sempre coerente.

Grazie alla potente modalità di ricerca associativa di Qlik è possibile eseguire ricerche su tutti i dati per ottenere risultati rapidi e immediati.



Le cinque ragioni per le quali i quotidiani stanno passando alle lastre senza sviluppo

Kodak SpA
Viale Matteotti 62
20092 Cinisello Balsamo (Mi)
Tel: +39 02 66028304
Fax: +39 02 66028353
www.kodakworldb2b.it

In tutto il mondo, le lastre senza sviluppo stanno cambiando il modo in cui gli stampatori di giornali preparano le lastre offset. Qui sono analizzati cinque dei motivi principali per i quali sta avvenendo questo cambiamento

1. Le prestazioni ambientali

Risparmio d'acqua

Le lastre da stampa sviluppate in modo tradizionale devono passare in una sviluppatrice per fissare l'immagine sulla lastra prima della stampa. L'acqua è utilizzata per sciacquare la lastra nella sviluppatrice, per diluire le sostanze chimiche di sviluppo, e per pulire la sviluppatrice. La maggior parte dell'acqua viene utilizzata durante la fase di risciacquo, con una media di 14,7 l di acqua per metro quadrato di lastra.

Uno stampatore di quotidiani che utilizza 50.000 metri quadrati di lastre all'anno potrebbe utilizzare circa 735.000 litri di acqua all'anno per lo sviluppo delle lastre.

Le Nazioni Unite indicano la scarsità d'acqua come uno dei problemi più gravi della società del 21° secolo, circostanza che già colpisce tutti i continenti. Nelle zone del mondo che si trovano ad affrontare la siccità o restrizioni relative all'uso dell'acqua, gli stampatori di quotidiani stanno passando alle lastre senza sviluppo per eliminare l'uso di acqua durante lo sviluppo. Ma anche stampatori lungimiranti in altri settori riconoscono l'importanza della conservazione dell'acqua.

Risparmio di sostanze chimiche

La lavorazione di lastre tradizionali con una sviluppatrice richiede circa 0,1 l di prodotti chimici di sviluppo per metro quadrato di lastra, anche se questo valore varia notevolmente in base al tipo di lastra. Quando un giornale passa alle lastre senza sviluppo, non solo si elimina l'uso di prodotti chimici per il trattamento della lastra, ma viene eliminata l'intera impronta di carbonio di quelle sostanze chimiche, comprese le risorse utilizzate per la fabbricazione, la confezione, la spedizione, e, in particolare, dello smaltimento di quelle sostanze chimiche.

Risparmio energetico

Le sviluppatrici per lastre usano l'elettricità sia quando sviluppano le lastre sia in modalità "stand-by". Durante lo sviluppo si consuma più energia elettrica. Inoltre, i forni di preriscaldamento richiedono una significativa quantità di energia, sia per gli elementi riscaldanti che per il controllo della temperatura ambiente. La maggior parte delle lastre per giornali, con sviluppo termico e a laser viola, richiedono preriscaldamento. Attualmente l'unica lastra per giornali che non richiede preriscaldamento è la lastra digitale Kodak Thermalnews PT.

Dal momento che si spreca tempo prezioso per riavviare la sviluppatrice, consentire il preriscaldamento e quindi raggiungere la temperatura di funzionamento se si spegne completamente la sviluppatrice, molti stampatori di giornali la lasciano accesa, anche quando non sta lavorando, con conseguente consumo costante di elettricità. Anche le cosiddette lastre "senza prodotti chimici" devono essere sviluppate in una sviluppatrice (unità di pulizia) con preriscaldamento, usando perciò l'elettricità.

Le lastre senza sviluppo permettono agli stampatori di giornali di spegnere le loro sviluppatrici

Filo diretto

o di eliminarle completamente.

2. Riduzione dei costi

Qualsiasi modifica deve essere sostenuta da un sicuro ritorno sugli investimenti, e cambiare le lastre non sfugge a questa regola. Venti anni fa, quando è stato introdotto il CTP, gli stampatori si sono subito resi conto dei vantaggi economici derivanti dall'eliminazione dei costi e della variabilità associata alla produzione delle lastre a partire dalla pellicola, nonostante il costo del CTP e il prezzo più elevato della lastra. Dato che il ROI è stato significativo, oggi la tecnologia CTP è la più diffusa per la produzione di lastre per la stampa dei giornali in tutto il mondo.

E oggi è proprio il ROI positivo che sta incentivando il passaggio alle lastre senza sviluppo. I vantaggi economici sono simili ai benefici del CTP, inoltre, poiché non bisogna acquistare attrezzature specifiche, i ritorni possono essere ancora maggiori.

Qui di seguito alcuni dei risparmi che i giornali stanno realizzando con le lastre senza sviluppo.

Eliminazione dei costi relativi allo sviluppo chimico

L'eliminazione del costo diretto dello sviluppo chimico è il risparmio più ovvio e il più facile da calcolare. Gli stampatori di giornali devono solo analizzare i costi mensili dei prodotti chimici per determinare quanto potrebbero risparmiare. Lo sviluppo chimico comprende:

- Liquido di sviluppo e finissaggio per i cambi di serbatoio
- Liquido di sviluppo o di rigenerazione contro il decadimento chimico
- Liquido di sviluppo o di rigenerazione usato contro l'ossidazione (dosaggio per ora)

Il costo dei prodotti chimici è un costo importante e facile da determinare, ma gli stampatori possono anche ridurre i costi flessibili relativi all'acquisto e all'immagazzinamento dei prodotti chimici (mantenendo spazio in magazzino, il controllo d'inventario, tempo speso per gli ordini, la movimentazione dei contenitori, ecc).

Eliminazione dei costi di smaltimento dello sviluppo chimico/Costo di conformità

I regolamenti che aiutano a mantenere l'acqua, l'aria, il suolo e le persone al sicuro variano notevolmente da regione a regione, e cambiano nel corso del tempo, e stanno diventando sempre più severe e complesse. Tenere traccia dei regolamenti che cambiano e mettere in atto procedure per essere a norma può essere un impegno complesso che richiede molto tempo. Gli stampatori che hanno adottato le lastre senza sviluppo non sono sollevati solo dai costi per mettersi in regola, ma anche dalla preoccupazione di tenersi informati sulle normative per lo smaltimento dei prodotti chimici. I risparmi includono:

- Costo per smaltire le sostanze chimiche
- Costo/ora per neutralizzare le sostanze, se non sono neutre e che quindi non possono essere smaltite nella normale rete fognaria
- Le spese amministrative necessarie per essere in regola

Eliminazione dei costi delle attrezzature per lo sviluppo

Ogni attrezzatura in un'azienda è un notevole investimento. Qui di seguito sono elencati alcuni dei costi che un giornale deve considerare per ogni attrezzatura. Si noti che le lastre "senza prodotti chimici" richiedono ancora un'ulteriore attrezzatura (l'unità di pulizia), anche se non serve la sviluppatrice tradizionale.

- Costi di manutenzione della sviluppatrice
- La spesa per acquistare la sviluppatrice (se non affittata)
- L'installazione e i costi di formazione dei costi per poter usare le attrezzature
- Infrastrutture aggiuntive (elettriche e idrauliche)
- Il costo dell'acqua utilizzata durante lo sviluppo
- Il costo dell'energia elettrica necessaria per alimentare la sviluppatrice

Costi variabili per lo sviluppo

Il costo di variabilità a seguito dello sviluppo può essere considerevole. Il deterioramento delle sostanze chimiche, le variazioni di temperatura, gli errori di fornitura, cilindri non adatti o contaminati, ecc, possono influenzare la qualità della lastra prodotta, e variazioni o difetti saranno evidenti solo dopo che la lastra viene messa in macchina. Alcuni dei costi di variabilità sono riportati di seguito, ma anche questi sono insignificanti rispetto al costo derivante dal non poter rispettare una scadenza di consegna.

- I costi dei materiali per rifare le lastre - scarti di carta e inchiostro, costo della lastra, del lavoro, etc.
- I tempi morti per i rifacimenti (in ore) moltiplicato per il valore del costo macchina/ora

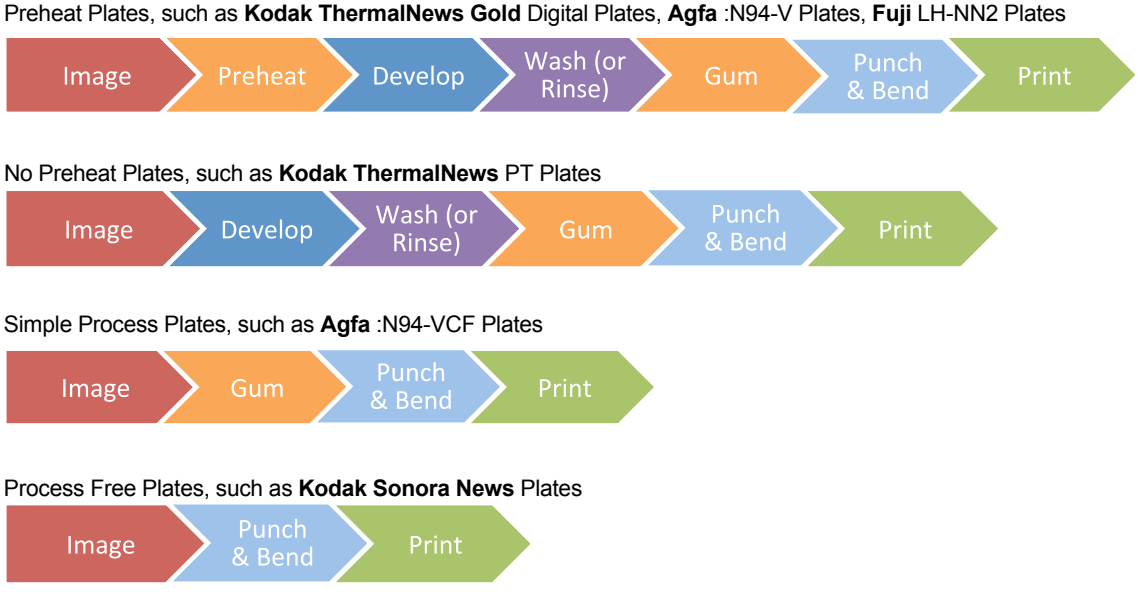
3. Semplificazione della procedura di produzione delle lastre

In teoria, se si eliminano i passaggi di un processo si aumenta l'efficienza operativa e si riduce il rischio di errori sulla linea. Il passaggio dall'analogico al digitale ha segnato un importante

passo avanti nel raggiungimento dell'efficienza nella produzione di lastre. Anche se ci sono soluzioni semplici per produrre le lastre, come le lastre "senza prodotti chimici", le lastre senza sviluppo sono la soluzione digitale di produzione lastre più snella ed efficiente esistente sul mercato.

Le lastre a laser viola, a causa della loro tecnologia, devono sempre essere preriscaldate, quindi è la tecnologia di esposizione termica l'opzione migliore per i giornali che cercano di aumentare la semplicità nella loro linea di produzione di lastre.

Come si può vedere in questo semplice schema, le lastre senza sviluppo hanno bisogno solo di due fasi (esposizione e stampa). Questa semplificazione offre un risparmio di tempo e costi, un maggiore controllo del processo rimuovendo variabili di sviluppo, e crea spazio aggiuntivo in azienda.



4. Non sono più necessarie attrezzature per lo sviluppo

Il tempo e il denaro necessario al mantenimento di una sviluppatrice (o l'unità di pulizia) possono arrivare a un importo considerevole. Tuttavia, anche questi costi sono poca cosa rispetto al costo per uno stampatore di giornali se la sviluppatrice si rompe e fa fermare la macchina da stampa. Eliminando le attrezzature per lo sviluppo non solo si eliminano i costi indicati di seguito, ma anche un elemento di rischio che potrebbe influenzare la produzione se ci sono problemi.

- Contratti di servizio mensili
- Le forniture necessarie alla manutenzione dell'attrezzatura (liquidi di pulizia, panni, spazzole, etc.)
- Il costo del lavoro associato alla manutenzione e alla conservazione delle attrezzature
- Il costo di estrazione e dell'aumento dell'aria condizionata a causa del preriscaldamento della sviluppatrice
- Il costo dell'acqua per pulire la sviluppatrice

Inoltre, se una stanza nel reparto prestampa è piena di macchine, i benefici per la sicurezza a seguito dell'eliminazione di un'attrezzatura sono evidenti. Inoltre, un minor numero di attrezzature significa meno fattori che influenzano temperatura e umidità, e quindi c'è più spazio per installare attrezzature per una maggiore produttività e automazione.

5. Non più prodotti chimici

Gli stampatori di giornali sono felici di essere in grado di eliminare le sostanze chimiche durante la produzione di lastre per una serie di motivi:

- Le sostanze chimiche possono essere considerate pericolose
- Devono essere prese precauzioni per proteggere la salute e la sicurezza dei lavoratori, tra cui le vie respiratorie, gli occhi, la pelle e il corpo
- L'area di lavoro può avere bisogno di ventilazione supplementare
- Le sostanze chimiche possono anche avere

livelli di pH, livelli di tossicità o contenere elementi che superano normative locali specifiche, quindi sarebbe necessario un trattamento o smaltimento professionale
- Le sostanze chimiche possono contenere VOC (composti organici volatili), che, anche se minimi rispetto ai VOC in sala stampa, possono essere evidenti

Le lastre senza sviluppo sono progettate per adattarsi alla maggior parte delle aziende che stampano giornali

Fino a poco tempo fa, le lastre senza sviluppo avevano limitazioni che impedivano ad alcuni stampatori di giornali di approfittare dei vantaggi. Limiti per quanto riguarda la lunghezza della tiratura, velocità di esposizione lenta, e altre caratteristiche avevano limitato l'utilizzo delle lastre senza sviluppo per i giornali più piccoli.

Tuttavia, Kodak è riuscita a superare gli ostacoli tecnici che limitavano l'uso delle lastre senza sviluppo per alcuni mercati, introducendo la lastra Kodak Sonora News, con caratteristiche paragonabili alle lastre tradizionali.

La prima sfida nel creare una tecnologia che permettesse agli stampatori di beneficiare dei vantaggi della produzione delle lastre senza sviluppo era sviluppare un rivestimento che poteva essere rimosso in stampa senza contaminare la macchina da stampa. Kodak ha superato questo ostacolo con lo sviluppo della lastra termica Kodak Thermal Direct per gli stampatori commerciali e la lastra Kodak PF-N per i giornali. In sostanza, Kodak è riuscita a sviluppare un rivestimento sulla lastra che, utilizzando condizioni di stampa normali, si pulisce all'avviamento e quindi si comporta in macchina come qualsiasi altra lastra. Un video che illustra come funziona la tecnologia si può vedere qui: http://youtu.be/oGTtUsyKZEw

La seconda sfida era quella di modificare questo rivestimento per rispondere alle esigenze di una più ampia gamma di applicazioni. Kodak doveva sviluppare una lastra con tempi di esposizione più rapidi, adatta a tirature più lunghe e in grado di gestire lavori con risoluzione più elevata. Kodak ha voluto anche migliorare il contrasto dell'immagine sulla lastra per renderla più semplice da gestire per l'operatore.

Con lo speciale rivestimento sulla lastra Sonora News, Kodak ha superato questi ostacoli. La lastra garantisce elevate velocità di esposizione, così gli stampatori possono sfruttare la produttività dei loro espositori per lastre. La lastra arriva a tirature fino a 200mila copie con rotative senza forno, da 50mila a 75mile copie con stampa litografica diretta e fino a 10mila copie per applicazioni con inchiostro UV. Le lastre offrono una retinatura FM di elevata qualità di 36 micron utilizzando espositori per lastre con tecnologia Kodak SquareSpot e retinatura AM del 3-97% a 150 lpi.

Quindi, dal momento che gli ostacoli al passaggio alla tecnologia con lastre senza sviluppo sono ormai superati, sempre più stampatori di giornali stanno passando a questo tipo di lastre, motivati dai benefici per l'ambiente, dal risparmio sui costi, dalla semplificazione del processo di produzione lastre, dall'eliminazione delle attrezzature per lo sviluppo e l'eliminazione dei prodotti chimici.

Maggiori informazioni sulle lastre Sonora sono disponibili all'indirizzo www.kodak.com/go/sonora.

Nuovo Sistema Editoriale e nuovi flussi di lavoro per RCS Libri

GMDE
Viale Colleoni, 5
20864 Agrate Brianza (MI)
Tel. 0396091790 Fax: 0396091788
http://www.gmde.it

Maggio 2014: RCS Libri fa partire un progetto ambizioso per un nuovo sistema editoriale, al fine di migliorare l'organizzazione del lavoro in tutte le sue fasi. Il progetto interessa tutte le case editrici di RCS Libri: Rizzoli, Bompiani, Fabbri Editori, Etas …

Le aree di intervento coinvolte nel progetto sono state la parte amministrativa e di prenotazione della produzione dei libri, gli autori che utilizzeranno in toto o in parte il sistema per l'invio dei contributi, i centri servizi per le correzioni, le fotolito per la realizzazione degli impaginati, i sistemi di pubblicazione sia tradizionale che digitale e il sistema di archiviazione. Al centro di tutto quanto appena descritto si vanno a posizionale le soluzioni di GMDE che hanno permesso di dare a RCS uno strumento che aiutasse la produzione a coordinare i flussi di lavoro editoriale e, al contempo permettesse di gestire al meglio i fornitori esterni, portando quindi un maggior controllo sui costi di produzione e sulle modalità di appalto verso l'esterno.

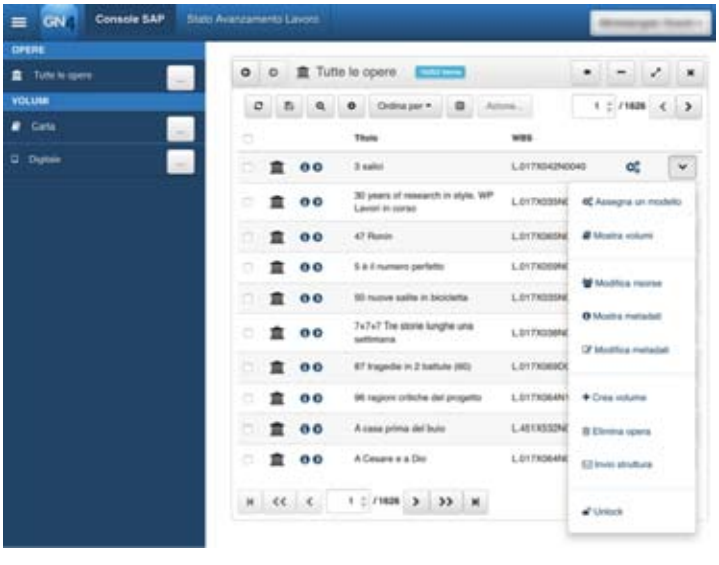
Due i prodotti cardine del sistema editoriale:

Tera i4, fortemente customizzato per soddisfare le richieste del cliente e rinominato per l'occasione DotBook. I4 contiene i metadati dei progetti, le anagrafiche utente provenienti dal gestionale aziendale e tutta la parte di gestione del workflow di produzione.

WoodWing, sistema editoriale originariamente concepito per l'ambito delle pubblicazioni periodiche, in questo caso è stato personalizzato per rispondere alle esigenze dell'editoria libraria.

Per poter ottenere risultati soddisfacenti il personale GMDE ha sviluppato diversi plug-in ad hoc per poter automatizzare il più possibile alcune caratteristiche del processo produttivo; è stato completamente rivisto il sistema di invio notifiche email, in modo da poter essere gestito nel dettaglio, per ogni step della lavorazione.

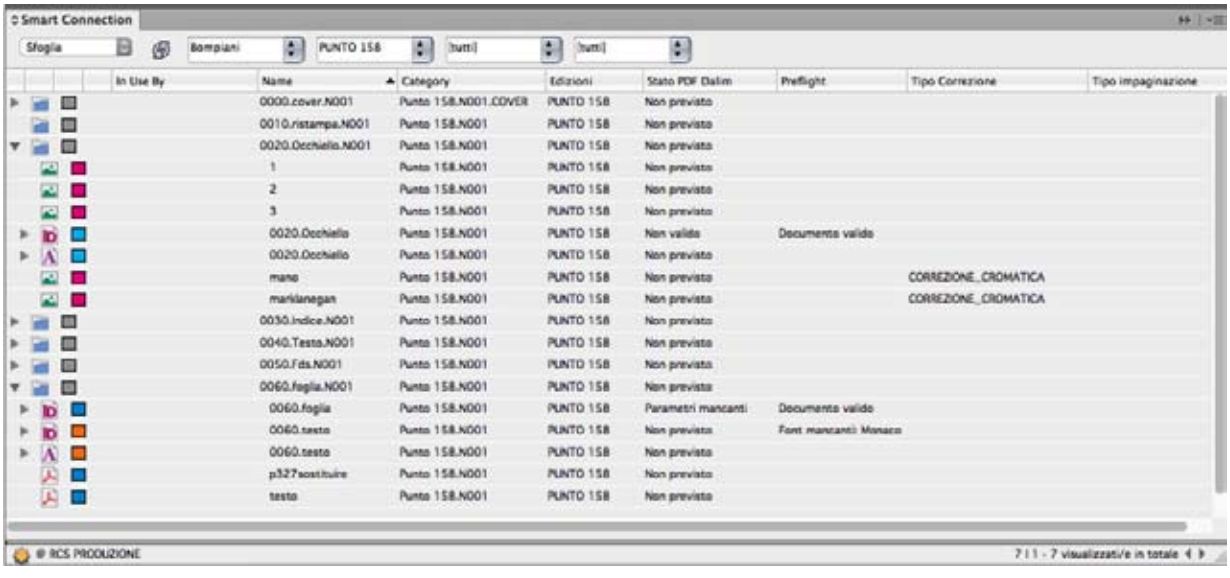
Prima dell'introduzione della soluzione editoriale RCS Libri non era dotata di un sistema vero e proprio; i Libri venivano impaginati utilizzando fornitori esterni scambiandosi i materiali con strumenti non integrati, come ftp o share condivisi. L'editing dei contenuti e la relativa correzione delle bozze avveniva in modo tradizionale senza che un sistema tenesse traccia degli avanzamenti: solo a valle della produzione dei pdf per la stampa si procedeva all'invio agli stampatori e all'archiviazione sul dam aziendale con una logica di lavorazione per unità e alimentato dalle anagrafiche provenienti da SAP.



Filo diretto

L'adozione del sistema editoriale di GMDE ha fatto sì che tutta la procedura potesse essere gestita senza il passaggio di bozze cartacee, risparmiando carta e tempo. In più, il file InDesign rimane uno solo fino alla fine e di volta in volta viene aggiornato, senza perdere le lavorazioni intermedie, tramite un sistema di versioning che traccia le diverse fasi.

Entrando più nello specifico, il sistema adottato permette ai vari attori della lavorazione, redattori e grafici, di intervenire nel processo produttivo e di lavorare in contemporanea su testo e grafica, rispettivamente sulle proprie parti del documento. Ad esempio, un redattore può scrivere in inCopy, editor di testi, mentre l'impaginatore apporta correzioni grafiche in InDesign e, contemporaneamente, il marketing inserisce i metadati redazionali legati a quel titolo e funzionali al sito internet di Rcs Libri. Ogni accesso a DotBook e a Woodwing è personalizzato per tipologia di utente e ognuno ha permessi differenti a seconda di come deve intervenire.



In precedenza il sistema di RCS interveniva nel flusso di produzione solo alla fine della lavorazione, con la generazione dei pdf stampa e l'invio allo stampatore. Il nuovo sistema invece, consente un monitoraggio più efficace e la gestione di tutte le varie fasi di lavorazioni di un titolo. DotBook semplifica l'apertura delle anagrafiche e la gestione del titolo, in particolare la funzione di modifica risorse permette di aggiungere o togliere permessi a un utente anche in corso d'opera, in questo modo solo i partecipanti ai vari progetti possono aver accesso ai files: questo rende più sicuro il sistema e difficile l'accesso alle opere da parte di chi non ha l'autorizzazione.

Senza l'utilizzo del sistema editoriale i file, durante le varie fasi di lavorazione, risiedevano sui server di RCS e su quelli dei fornitori esterni. La duplicazione dei documenti li esponeva a un maggiore rischio di dispersione dei dati e rendeva più difficile lo scambio dei materiali e il loro tracciamento. Anche la parte finale della lavorazione, quella di invio alla stampa e all'archiviazione, è stata automatizzata.

Ora, un sistema di controlli genera i PDF per la stampa, gestisce l'invio automatico al Dam aziendale immediatamente dopo il Visto Si Stampi e li invia allo stampatore.

Attualmente, il progetto è in produzione con tutte le redazioni dei vari marchi della parte Trade di Rizzoli (Bur, Bompiani, Etas e Fabbri). In parallelo, si sta avviando la seconda fase del progetto, durante la quale verranno implementate nuove caratteristiche, tra le quali la gestione dei dati statistici di produzione, che permetterà all'editore di verificare l'andamento live dei flussi lavorativi nel dettaglio, e la gestione delle esportazioni per la creazione nativa di eBook partendo direttamente dall'inDesign. Inoltre, DotBook verrà potenziato, permettendo anche la gestione e l'invio direttamente nel sistema dei diversi materiali dall'esterno, da parte di fornitori o fotografi, garantendo, grazie all'integrazione con WoodWing, la possibilità che questi vengano direttamente indirizzati all'interno dei dossier in lavorazione.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.gmde.it

Presnet e Cydonia vanno live presso Guido Veneziani Pubblicità

EXELIS Srl A Socio Unico
Via Alle Rotte, 13-15
42011 Bagnolo in Piano (RE)
Strada del Drosso 33/8
10135 Torino
Tel: +39 0522 953867
Fax: +39 0522 953869
www.exelis.it

Exelis annuncia il completamento dell'installazione del sistema gestionale Presnet e del portale materiali Cydonia presso Guido Veneziani Pubblicità.

"La migrazione ad un sistema di gestione integrato e più idoneo alle caratteristiche del gruppo è avvenuta con successo e senza particolari incidenti di percorso." - ha commentato Massimo Pioli, amministratore delegato di Exelis - "La concessionaria milanese è infatti live da qualche giorno con i nuovi prodotti."

Presnet e Cydonia hanno traghettato Guido Veneziani Pubblicità verso una piattaforma software solida e flessibile, in grado di coprire qualsiasi aspetto del ciclo operativo, interno ed esterno alla concessionaria.

Con Presnet, Guido Veneziani Pubblicità si è dotata di tutti gli strumenti necessari per gestire l'articolato portafoglio prodotti, che va dalla carta stampata, alla radio, passando per televisione e web.

Per quanto riguarda invece il versante materiali pubblicitari, il traffico è gestito da Cydonia, applicazione che, con 12 installazioni ed oltre 700.000 creatività/anno, si conferma essere uno standard di mercato.

Entrambi i prodotti Exelis sono attualmente erogati in modalità SAAS, con importanti benefici per il cliente sia sotto il profilo economico che per quanto concerne la semplicità di gestione dell'infrastruttura IT interna.

"Grazie ad Exelis" - commenta Andrea Pelti, AD Guido Veneziani Pubblicità - "abbiamo finalmente il pieno controllo sulle aree di attività della nostra concessionaria che è una realtà in costante crescita su tutti i canali della comunicazione. L'obiettivo di avere informazioni direzionali in tempo reale è stato pienamente raggiunto. Nuove ed importanti sfide ci attendono per il prossimo futuro".

Filo diretto

TUTTE LE FOTO DEL MONDO

La cronaca di oggi, la storia degli ultimi 150 anni.

ANSAFOTO

OLTRE **10 MILIONI** DI FOTO IN CATALOGO
E PIÙ DI **6MILA** NUOVE IMMAGINI OGNI GIORNO.
CRONACA E STORIA DALL'**ITALIA** E DAL **MONDO**
IN COLLABORAZIONE CON LE PIÙ IMPORTANTI AGENZIE ESTERE
E I PIÙ RICCHI ARCHIVI NAZIONALI. **ANSAFOTO**. CLICK!

ANSA

ansafoto.ansa.it

Numero verde
800 422 433

neuraldesign.it

WAN IFRA CONFERENCE

World Association of Newspapers and News Publishers

WAN-IFRA Italia 2015

La conferenza Internazionale per l'editoria e la stampa quotidiana italiana - XVIII Edizione

17-18 giugno 2015, Bologna

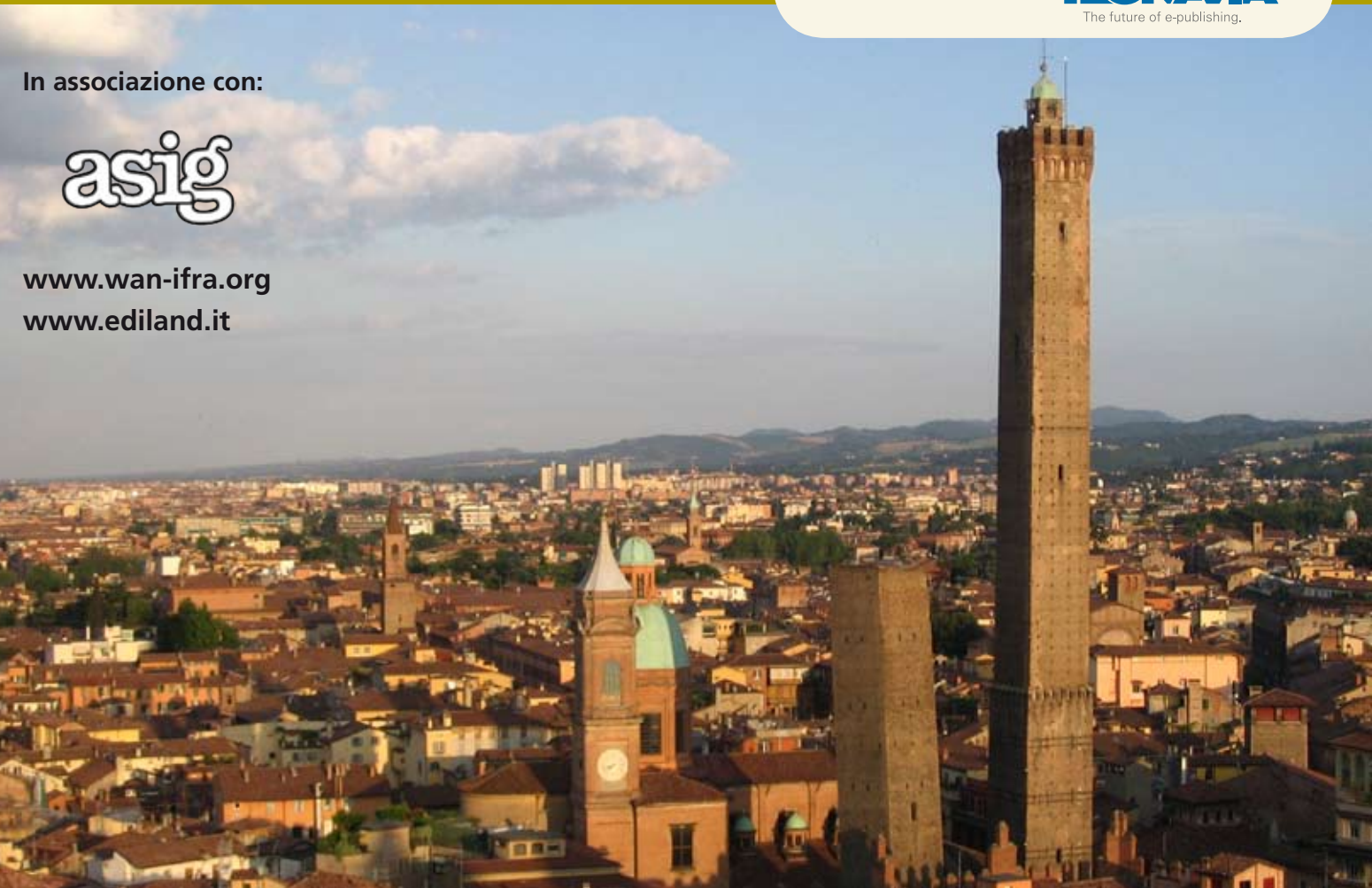
L'equilibrio complesso

L'editoria italiana e internazionale di fronte a scenari in continua evoluzione

Sponsor:

AGFA, atex, WEB SYSTEMS, manroland web systems, EIDOSMEDIA, EXELIS, ferag..., FUJIFILM Value from Innovation, hp, gmde, Kodak, SunChemical a member of the DIC group, TECNAVIA The future of e-publishing.

In associazione con:

asig

www.wan-ifra.org
www.ediland.it