

Case history:
cosa fare per essere efficienti

speciale

efficienza
nella stampa

Moreno Soppelsa

PIÙ PRODUTTIVITÀ A OFFSET E ROTO-OFFSET



**DIEGO
CARBONARA**

responsabile commerciale
di Mediagraf

Fondata nel 1986 e operativa dal 1988, Mediagraf è storicamente legata alla stampa del **Messaggero di Sant'Antonio, una delle più longeve e diffuse riviste cattoliche.**

Specializzata in stampa roto-offset e offset, oggi mette a disposizione le sue macchine da stampa per committenti provenienti dai più svariati settori, dall'editoriale alla grande distribuzione organizzata, dal commerciale al no profit. Nonostante sia un'azienda fondata su una tecnologia matura come la offset, Mediagraf ha sempre guardato avanti per fornire servizi aggiuntivi. Come, ad esempio, la personalizzazione dei volantini tramite la stampa di codici o datamatrix univoci, in uscita dalla rotativa. O servizi, al di là della stampa vera e propria, che vanno dalla postalizzazione alla consulenza editoriale, dalla gestione in outsourcing di lavorazioni specialistiche all'acquisto in pool di materie prime fino allo stoccaggio in magazzino di prodotti semilavorati e finiti. Mediagraf si è aperta anche alla stampa digitale, ma non è del digitale che vogliamo parlare in queste pagine, bensì

MIGLIORIE, INNOVAZIONE CONTINUA E INVESTIMENTI CONSENTONO DI RENDERE SEMPRE PIÙ EFFICIENTI ANCHE LE TECNOLOGIE PIÙ MATURE COME LA STAMPA OFFSET E ROTO-OFFSET. È IL CASO DI MADIAGRAF, L'INDUSTRIA GRAFICA STORICAMENTE LEGATA ALLA STAMPA DEL MESSAGGERO DI SANT'ANTONIO. ECCO QUALI SONO LE STRATEGIE MESSE IN CAMPO PER IL SUO EFFICIENTAMENTO

di stampa offset e roto-offset e di come l'azienda veneta ha operato per rendere più efficiente questa tipologia di stampa tradizionale. Abbiamo intervistato Diego Carbonara, responsabile commerciale di Mediagraf.

Parleremo soprattutto di stampa offset e roto-offset, ma è imprescindibile iniziare citando la stampa digitale, che entrata in Mediagraf nel 2011 con il portale Printbee.it e con l'acquisizione nel 2015 di Villaggio Grafica, azienda specializzata nella stampa digitale. Qual è oggi



L'equilibrio nella sua azienda tra digitale e analogico e quali sono gli ambiti nei quali la stampa offset e roto-offset è ancora irrinunciabile malgrado i progressi della stampa digitale?

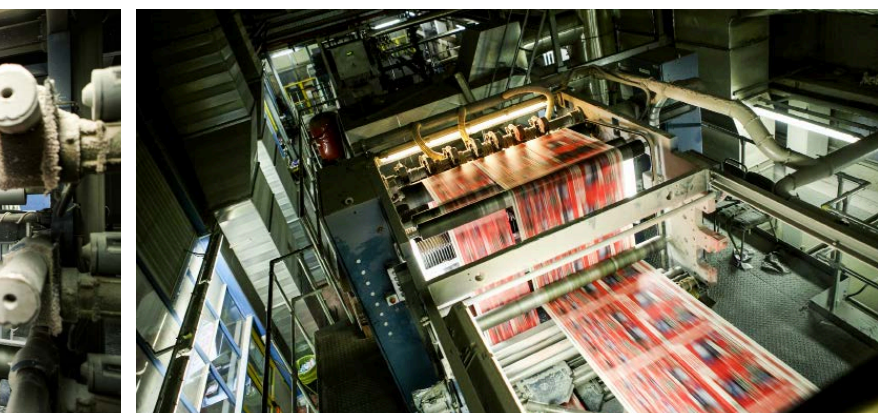
Attualmente la percentuale del valore fatturato con la stampa digitale è pari al 7% sul totale generato. Ci siamo affacciati al mondo del digitale nel 2011, con l'intenzione di recuperare le nostre origini legate al mondo dell'editoria libraria. Il nostro obiettivo è di far crescere il valore del fatturato digitale, mantenendo ed espandendo parallelamente la crescita del mondo tradizionale offset. Questo perché ad oggi le tecnologie e nostra disposizione, ma soprattutto i mercati di riferimento dei nostri clienti rispettivamente alle nostre due anime (digitale e offset) sono molto differenziati. Nel mondo tradizionale, ci rivolgiamo principalmente ai mercati della GDO, del commerciale e dell'editoriale (periodici e riviste), mentre per il mondo commerciale, il nostro pubblico è composto principalmente da piccoli-medi editori e da grandi case editrici

MEDIAGRAF

Mediagraf Spa nasce nel 1986 e inizia l'attività produttiva nel 1988, allora sotto la denominazione di *Editrice Grafiche Messaggero Padova*, a seguito del conferimento delle attività grafiche della Provincia Padovana dei Frati Minori Conventuali (la tipografia che stampa il Messaggero di Sant'Antonio, una delle più note e diffuse riviste cattoliche), e della Diocesi di Padova. Nel 1990 anche la Conferenza Episcopale Italiana è entrata a far parte della compagine sociale attraverso la *Fondazione di Religione Santi Francesco d'Assisi e Caterina da Siena*. Nel 1995 introduce la prima macchina roto-offset, una Lithoman 32 pagine, affiancandola alle tecnologie rotocalografiche ed avviando così uno storico passaggio tecnologico. Negli anni successivi l'azienda integrerà il parco macchine con una 64 pagine (prima contro fibra in Italia), una 48 pagine e una 16 pagine. Con lo scopo di fornire ai clienti un servizio completo di comunicazione integrata, nel 2012 nasce il progetto Mediagraf Lab, un reparto di professionisti al servizio della comunicazione Web e stampata, per accompagnare il cliente dalla strategia e dall'ideazione, fino alla realizzazione dei suoi prodotti creativi. Inoltre, si rafforza sempre di più grazie alla partnership e allo sviluppo della cooperativa sociale EmmeKappa, realtà specializzata nella cellophanatura per l'editoria e la grande distribuzione e nella gestione di tutte le attività indispensabili per la postalizzazione dei prodotti stampati da Mediagraf. Oggi Mediagraf Spa è una solida e storica industria grafica con sede a Noventa Padovana in uno stabilimento che occupa una superficie totale di circa 60.000 mq di cui circa 23.000 mq coperti. Il numero dei dipendenti occupati attualmente è pari a circa 160, con un fatturato che si attesta sui 50 milioni di euro.

che affidano al mondo del digitale la possibilità di ristampe e integrazioni di precedenti grandi tirature. I due business corrono

dunque parallelamente, sebbene ci siano spesso occasioni di integrazione tra i due mondi, date dalle molteplici possibilità che il mondo del digitale offre per la personalizzazione dei prodotti ad alte tirature. Citiamo a tal proposito come esempio la realizzazione di copertine personalizzate (realizzate per l'appunto in stampa digitale) per riviste ad alte tirature, che si stampano in rotativa o stampa piana. Ad oggi, vista la peculiarità e la segmentazione dei nostri clienti, non è ipotizzabile un passaggio al digitale per coloro che si avvalgono della stampa roto-offset. La grande distribuzione, nostro principale settore di sviluppo commerciale, si avvale tutt'ora del volantino cartaceo, come principale leva di marketing verso i propri clienti e tale prodotto risulta ancora irrinunciabile nelle loro strategie, come recentemente dimostrato dall'indagine di mercato *La comunicazione door to door nell'era digitale* effettuata da Format Research). Siamo assolutamente consapevoli che, soprattutto in ambito GDO, ma non solo, la tendenza è quella di una fusione tra i vari canali comunicativi tradizionali (cartaceo) e digitale (web e le sue applicazioni) e dunque la sfida è rivolta ad un'innovazione tecnologica tale da sostenere la riduzione dei volumi stampati a favore dell'arricchimento, in termini di personalizzazione e unicità dei prodotti stampati. A tal proposito, qualche anno fa, abbiamo installato su una delle nostre rotative, la personalizzazione digitale inkjet in linea. Tale sistema permette di coniugare la velocità e l'efficienza della stampa roto-offset con la possibilità di personalizzazione offerta tradizionalmente solo



Il parco macchine di Mediagraf è composto da sei roto-offset e da tre offset, affiancate da sette sistemi di stampa digitali

PIÙ PRODUTTIVITÀ A OFFSET E ROTO-OFFSET

dalla stampa digitale. Nella stessa sessione di stampa vengono prodotti molteplici documenti l'uno diverso dall'altro, in modo automatico e senza interrompere né rallentare in alcun modo il processo di stampa. In un'area di stampa dedicata si possono inserire elementi grafici o testuali diversi per ogni singola copia. Il vantaggio in termini di strategia per i nostri clienti è dunque immediato e apre molteplici opportunità in termini di distribuzione mirata, geolocalizzazione, targetizzazione e multicanalità. Tutti concetti che riteniamo non siano ancora sfruttati fino in fondo dai nostri clienti, in particolare dalle GDO, ma che siamo certi, nel breve medio periodo possano aprire nuove strade e nuovi modi di intendere il prodotto stampato.

Passiamo al cuore di questo articolo. Quali migliorie e innovazioni avete introdotto nella stampa offset e roto-offset per arrivare a un concreto efficientamento?

Il primo punto sul quale da

sempre lavoriamo per consolidare, migliorare ed efficientare le nostre tecnologie è la formazione e l'aggiornamento dei nostri collaboratori, conduttori e interpreti delle stesse. In questi 25 anni di cammino abbiamo sempre lavorato all'implementazione dei sistemi di controllo della qualità di stampa, regolando "il calamaio" dalla pre stampa, anticipando così i tempi di avviamento, e garantendo l'uniformità durante la tiratura. Ogni fase del ciclo produttivo, dal preventivo, agli acquisti, alla stampa, alla fattura, sono monitorati da un unico gestionale, che raccoglie, elabora, e rende disponibili i dati in un cruscotto ormai indispensabile per le decisioni strategiche aziendali. Le strategie commerciali seguono così le esigenze produttive, che rispondono alle richieste del controllo di gestione, al fine di raggiungere l'unico risultato finale richiesto: l'efficienza. Tutte le rotative, oltre a quanto già disponibile, sono dotate di un sistema di controllo della carta, paper scan, elemento fondamentale in un'azienda di trasformazione come la nostra, che

I volantini della grande distribuzione organizzata sono stampati sulle rotative di Mediagraf, su una delle quali è stato installato un sistema per la personalizzazione inkjet in linea



speciale

efficienza nella stampa

LE ATTREZZATURE DI MEDIAGRAF

Il parco macchine roto-offset comprende il seguente: KBA Compacta 818 da 64 pagine, Lithoman da 64 pagine, KBA Compacta 618 da 48 pagine, Lithoman da 48 pagine e Man Rotoman da 16 pagine. In fase di installazione anche una Lithoman da 64 pagine Autoprint. Il parco macchine offset è composto da Heidelberg CD 74 (sei colori più vernice), RMGT 1050 TP, Heidelberg Speedmaster CD 102. Il parco macchine digitale è formato da Fujifilm Jet Press 720, Xerox iGen 5 XXL, Océ ColorStream 3500, Xerox Sedona 650/1300, Xerox Versant 2100, Canon c6010 e un plotter HP. In aggiunta alle tecnologie di stampa, si affiancano quelle per la confezione.

garantisce la sua integrità, anticipa le imperfezioni e analizza le cause delle eventuali rotture, aumentando l'efficienza produttiva. Le linee di uscita del prodotto sono state negli ultimi anni completamente robotizzate, e controllate dalla pianificazione dell'ufficio tecnico; il passaggio dalla bobina, al pallet è ora totalmente industrializzato. Un recentissimo investimento riguarda il trasporto fino alla ribalta da carrelli LVG, elettrici, che instancabilmente si muovono 24 ore al giorno. Ogni bancale è pesato e fotografato sui quattro lati e sulla parte superiore, per fornire al cliente



1-2 Due interni dello stabilimento padovano di Mediagraf. Il passaggio dalla bobina al pallet è ora totalmente industrializzato. Un recentissimo investimento riguarda il trasporto fino alla ribalta da carrelli LVG, elettrici, che instancabilmente si muovono 24 ore al giorno

di 12.000 mq, di produrre autonomamente il 73% dell'energia elettrica di cui abbiamo bisogno. Inoltre, la generazione

La produzione di Mediagraf è differenziata, con stampati che vanno dai volantini per la grande distribuzione organizzata ai settimanali



