

OPINION ARTICLE

Canon, le nuove sfide per costruire il futuro della stampa e del converting



Convergenza, automazione ed efficienza dei flussi di lavoro, sostenibilità e diversificazione, tra trend emergenti per restare competitivi in un mercato in profonda evoluzione.

L'analisi di Marco Dusi, DP&S Product Groups Marketing Manager Canon Italia

Lo scenario di mercato italiano della stampa e del converting mostra segnali di sostanziale tenuta. E anche se la produzione, nel 2023, ha subito una piccola battuta d'arresto rispetto alla crescita esponenziale, del tutto eccezionale, dei due anni precedenti, il dato non va accolto con preoccupazione, ma collocato in un quadro complessivo di un periodo più ampio. Tra i fattori determinanti di un boom impossibile da replicare trovano spazio i finanziamenti, ora drasticamente ridimensionati, concessi nel recente passato nell'ambito del Piano Nazionale Industria 4.0. A ciò va aggiunto che il settore sta attraversando un periodo di profonda evoluzione e si rende necessario cavalcare il cambiamento per aprire a interessanti prospettive di sviluppo.

Per compiere un balzo in avanti il comparto deve adeguarsi alle mutate esigenze del settore, abbracciando i trend emergenti cruciali per costruire l'industria del futuro. Convergenza di tecnologie e applicazioni, innovazione dei materiali, sostenibilità, automazione, digitalizzazione, ma anche diversificazione e intelligenza artificiale sono tra i punti chiave per individuare nuove opportunità di business.

A tracciare il percorso di transizione verso nuovi modelli di crescita, **Marco Dusi, DP&S Product Groups Marketing Manager di Canon Italia**, analizza i numerosi spunti emersi nel mese di luglio alla **Print4All Conference 2024**, l'evento internazionale di riferimento per l'intera filiera del

OPINION ARTICLE

printing e del converting e ultima tappa del percorso verso la Print4All 2025, che si terrà il prossimo anno a Fiera Milano.

“I dati illustrati durante la Print4All Conference 2024 - afferma Dusi - ci dicono che l'intera filiera, come riportato dalla Federazione Carta e Grafica, vale l'1,3% del PIL. Ci troviamo dunque di fronte a un settore in salute, ma anche a un mercato in parte saturo.

Secondo il report condotto dal Centro Studi Printing Stratego Group che, analizzando i bilanci di 284 aziende su un panel totale di 856 società del comparto grafico e cartotecnico con una soglia minima di fatturato di 3 milioni, ha evidenziato nel 2023 una flessione del 2,6% sui ricavi a fronte dell'incremento di oltre il 10% registrato nel 2022.

A mettere un freno all'exploit dello scorso anno troviamo alcuni fattori come l'impatto della crisi energetica che ha portato i Paesi europei a concentrarsi sulle fonti rinnovabili, ma anche i tagli sull'Industria 4.0. Dopo gli incentivi, che in passato hanno portato le aziende a rinnovare le attrezzature in un'ottica digitale, gli investimenti si sono ridotti, lasciando poco spazio a ulteriori margini di sviluppo in assenza di una strategia valida per affrontare il cambiamento”.

Tra i temi chiave che identificano la nuova era del comparto c'è sicuramente quello della convergenza, sia tra le diverse applicazioni di stampa che si intersecano per dar vita a nuove soluzioni, sia tra tecnologie e nuove tecniche.

“Si tratta di un percorso essenziale – prosegue Dusi - per andare incontro alle mutate esigenze della clientela, che oggi più che mai è alla ricerca di un iter rapido e semplificato per ottenere il prodotto desiderato. In questo contesto si inseriscono altri elementi, necessari ad affrontare le sfide del futuro. A ricoprire un ruolo centrale l'automazione e l'efficienza dei flussi di lavoro che, con la trasformazione digitale in atto, risulta cruciale nelle scelte strategiche aziendali per innalzare gli standard di produttività, qualità e sicurezza. L'innovativo approccio riflette l'esigenza dei player del settore di gestire più velocemente la produzione, sia nelle fasi di stampa che di pre stampa, snellendo le operazioni, riducendo ingombri, errori, costi, sprechi, imprevisti e realizzando finiture più curate. Fondamentale, in questo scenario, è inoltre l'impiego di nuovi sistemi dedicati alla raccolta e analisi di dati e informazioni e all'archiviazione documentale”.

Al centro della scena non può mancare, poi, la sostenibilità che continua a guidare le scelte di produttori e stampatori, impegnati sempre più spesso nell'adozione di pratiche ecosostenibili: dall'utilizzo di supporti riciclati - la carta è il biomateriale per eccellenza e la cellulosa utilizzata è tracciata e verificata secondo criteri di attenzione alla riforestazione - agli inchiostri ecologici, fino all'implementazione di processi produttivi efficienti dal punto di vista energetico.

Altro trend emergente è quello della diversificazione, in grado di assicurare quel mix di creatività, tecnologia ed esperienza necessaria per offrire ai clienti, a partire dal packaging, emozioni a 360°, e trasmettere valori, visione e personalità per rafforzare l'identità del brand.

“La tecnologia avanza a un ritmo senza precedenti e il settore della stampa e del converting dovrà affrontare nuove sfide – conclude Dusi. L'intera filiera ha in mano tutte le carte per restare competitiva, abbracciando gli importanti cambiamenti necessari a livello di struttura aziendale, cultura e innovazione”.

OPINION ARTICLE

Alla luce di tutto questo, Canon si prepara a partecipare a **Print4All 2025** con un portfolio di tecnologie più ampio che mai. Presso lo stand Canon troveranno spazio, non solo soluzioni hardware, ma anche applicazioni, materiali innovativi e la suite software Prisma, per offrire una risposta concreta alle esigenze degli operatori del settore e mostrare come sviluppare nuovi approcci ai temi di sostenibilità, automazione, diversificazione e digitalizzazione.

OPINION ARTICLE

Per informazioni

Canon Italia

Giada Brugnaro

t. 335 7918607

giada.brugnaro@canon.it

Xplace

Sara Stimilli

t. 349 8320686

sara@xplacecompany.com

Chi è Canon

Sin dalla sua fondazione, avvenuta nel 1937, è spinta dalla volontà di portare innovazione nel mondo dell'imaging, trasformando il modo in cui lavoriamo, impariamo e usiamo le immagini. In un universo iperconnesso ispiriamo le persone in un mondo in costante evoluzione. Canon sviluppa, produce e commercializza un vasto portafoglio di prodotti per gli appassionati e per i professionisti: dalle fotocamere alle videocamere per il settore cinematografico, dalle stampanti commerciali, multifunzione, di produzione fino a un'ampia gamma di soluzioni e servizi per le aziende e per l'healthcare.

Canon opera secondo la filosofia Kyosei "Vivere e lavorare insieme per il bene comune", contribuendo alla diffusione e implementazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, per creare un presente e un futuro più sostenibili attraverso la gestione del proprio impatto ambientale e aiutando, con i suoi prodotti, soluzioni e servizi, le aziende clienti a fare lo stesso.

Da oltre 30 anni Canon opera per il riutilizzo delle materie prime, dal 2008 ad oggi ha reimpiegato 30.690 tonnellate di prodotti, o parti di essi, e ha prelevato 37.917 tonnellate di plastica dai prodotti usati, da riciclare. Inoltre, è sempre più alta l'attenzione sull'utilizzo di materiali riciclati per la creazione degli imballaggi, la riduzione di anidride carbonica nel trasporto dei prodotti e la diminuzione del consumo energetico.

Ogni anno Canon impiega circa l'8% proprio fatturato globale in Ricerca e sviluppo. Nel 2021 si è confermata al terzo posto nella classifica dei brevetti statunitensi ed è prima tra le aziende giapponesi, attestandosi tra le prime cinque aziende per 36 anni consecutivi. E, nel 2023 ha ottenuto per il quinto anno consecutivo la certificazione Top Employers Italia.

Canon è presente in Italia dal 1957 con sedi a Milano e Roma.

Scopri di più su: www.canon.it

Seguici su:



Canon
