

OPINION ARTICLE

Inkjet di produzione: l'evoluzione che sta trasformando il business della stampa



A cura di Paolo Organo, Product Marketing Manager Production IPSG di Canon Italia

Negli ultimi vent'anni il settore della stampa ha attraversato trasformazioni profonde, dimostrando una straordinaria capacità di adattamento. L'avvento dei media digitali ne ha ridefinito il ruolo all'interno di un ecosistema sempre più integrato e multicanale.

Oggi non ha più senso parlare di digitale e stampa come dimensioni contrapposte. Al contrario, la loro integrazione rappresenta una delle leve più efficaci per costruire comunicazioni rilevanti e differenzianti. In questo contesto, la stampa mantiene un valore distintivo: è un touchpoint fisico, tangibile, capace di generare attenzione e coinvolgimento in modo complementare rispetto ai canali digitali. Recenti ricerche Canon indicano che il 65% dei professionisti del marketing integra regolarmente la stampa con la pubblicità digitale, perché il supporto fisico cattura l'attenzione del consumatore per il 42% di tempo in più rispetto al digitale.

Tuttavia, questa evoluzione impone ai fornitori di servizi di stampa un cambio di paradigma. Le logiche produttive tradizionali non sono più sufficienti per rispondere a una domanda caratterizzata da tirature sempre più brevi, tempi di consegna compressi e crescente richiesta di personalizzazione. In parallelo, fattori come l'aumento dei costi delle materie prime e la scarsità di competenze tecniche stanno ridefinendo i margini operativi del settore.

In questo scenario, la **stampa inkjet di produzione** emerge come una leva strategica capace di abilitare nuovi modelli industriali, più agili, sostenibili e orientati al valore.

Uno scenario in trasformazione

Per comprendere dove stiamo andando, dobbiamo guardare alle tempeste che abbiamo superato. Dal 2020 i fornitori di servizi di stampa (PSP) hanno dovuto navigare tra le conseguenze di uno shock economico senza precedenti e di una digitalizzazione accelerata. Le interruzioni della catena di fornitura, la carenza di materie prime e la difficoltà nel reperire manodopera qualificata hanno imposto una ridefinizione dei modelli di business.

I dati Smithers ci dicono che siamo nel pieno di una **transizione epocale**: mentre il mercato della stampa analogica tradizionale mostra una contrazione annua costante del 3,1%, il comparto digitale – e l'inkjet in particolare – sta vivendo una crescita dirompente. Entro il 2027, **il valore globale dell'inkjet raggiungerà i 128,9 miliardi di dollari** mentre si stima che i volumi di stampa inkjet arriveranno fino a **1.700 miliardi di stampe equivalenti A4**¹.

Questa evoluzione tecnologica risponde a nuove esigenze di mercato che né l'offset tradizionale né, da solo, il digitale a toner riescono più a soddisfare: tirature sempre più brevi, tempi di consegna ridotti al minimo e un livello di personalizzazione che essere garantito solo dalla gestione on-demand del dato variabile, tipica delle tecnologie inkjet.

Inkjet di produzione: da tecnologia a leva di business

Ridurre la tecnologia inkjet a una semplice evoluzione tecnica sarebbe limitante. Il suo valore risiede nella capacità di incidere direttamente sulla struttura economica e operativa dei servizi di stampa.

Dal **punto di vista dei costi**, l'eliminazione delle lastre e la riduzione dei tempi di avviamento consentono di superare una delle principali rigidità dell'offset, rendendo sostenibili anche lavorazioni a bassa tiratura. Parallelamente, la diminuzione degli scarti e dei passaggi manuali contribuisce a un utilizzo più efficiente delle risorse.

Sul fronte dell'efficienza, **l'integrazione con flussi di lavoro digitalizzati** permette di gestire volumi crescenti di commesse senza un incremento proporzionale della complessità operativa. In un contesto in cui la disponibilità di competenze è sempre più limitata, questo rappresenta un vantaggio competitivo concreto.

Ma è soprattutto nella capacità di **abilitare nuove applicazioni** che l'inkjet esprime il suo potenziale. Dalla produzione editoriale on-demand al direct marketing personalizzato, fino al packaging e alla comunicazione one-to-one, la stampa diventa uno strumento dinamico, capace di adattarsi alle esigenze del cliente finale e di generare valore lungo l'intera filiera.

La capacità di muoversi agilmente tra diversi volumi di produzione e tipologie di stampa, rispondendo alle richieste anche di micro-tirature personalizzate, rapide e di alta qualità è ciò che distinguerà nei prossimi anni i PSP di successo.

In questo scenario, gamme come **varioPRINT iX**, **ProStream** e **ColorStream** di Canon sono progettate per integrarsi nei workflow aziendali, ridurre i tempi e garantire una qualità paragonabile all'offset. Ognuna di queste soluzioni è infatti concepita per rispondere a specifiche sfide produttive con prestazioni d'avanguardia:

Canon

la serie varioPRINT iX, ad esempio, ha elevato gli standard qualitativi e produttivi della stampa a foglio singolo B3 grazie alla tecnologia iQuariusiX,, Ampliando notevolmente gli ambiti applicativi anche grazie alla possibilità di gestire supporti non trattati e con grammature fino a 450 g/m². Stampante di riferimento da molti anni per chi opera nell'editoria commerciale e di pregio. La gamma ProStream rappresenta invece il punto di riferimento del modulo continuo ad alta velocità, assicurando risultati cromatici eccellenti su un'ampia scelta di carte digitali, naturali, non trattate e offset tradizionali grazie alla tecnologia Smart ColorGrip. Infine laddove, oltre l'affidabilità anche la produttività è priorità assoluta, come nel settore transazionale o nella produzione editoriale, la serie ColorStream garantisce una continuità operativa senza pari con velocità che raggiungono i 200 m/min, e grammature che spaziano dai 30 ai 240g/mq , permettendo così alle aziende di scalare il proprio business con la massima efficienza.

Il vero salto: integrazione e stampa data-driven

Il passaggio più significativo riguarda tuttavia il ruolo della stampa all'interno dell'infrastruttura digitale delle aziende. In un ecosistema sempre più guidato dai dati, la stampa non può più essere gestita come un processo isolato, ma deve dialogare in modo nativo con sistemi gestionali, piattaforme CRM e strumenti di marketing automation.

È in questo contesto che prende forma il concetto di **stampa programmatica**. Analogamente a quanto avviene nel digitale, la produzione di contenuti stampati può essere attivata automaticamente a partire da un evento o da un comportamento dell'utente, generando comunicazioni personalizzate e tempestive. Il risultato è una perfetta integrazione tra canali fisici e digitali, in grado di **amplificare l'efficacia delle strategie di comunicazione**.

Per i fornitori di servizi di stampa, ciò implica un'evoluzione profonda dei workflow. **L'automazione end-to-end** diventa un elemento imprescindibile per gestire volumi crescenti di micro-lavori, garantendo al contempo qualità, coerenza e tempi di esecuzione ridotti. La capacità di monitorare e governare in tempo reale processi complessi diventa quindi parte integrante del valore offerto.

Automazione: l'infrastruttura per la gestione della complessità

Gestire una moltitudine di piccoli ordini personalizzati richiede un livello di efficienza che non può essere raggiunto manualmente. **L'automazione del workflow** è l'unica via per mantenere la redditività.

In questo senso, una piattaforma come **Canon PRISMA** funge da sistema nervoso centrale della produzione, eliminando gli interventi manuali e gestendo i flussi di lavoro end-to-end, dalla ricezione del file alla finitura.

Questa **suite modulare** trasforma radicalmente l'operatività quotidiana: strumenti come PRISMAprepare, ad esempio, consentono una preparazione dei documenti ("make-ready") impeccabile e velocissima grazie a un'anteprima WYSIWYG che azzera gli errori, mentre PRISMAdirect centralizza l'acquisizione dei lavori da canali diversi, semplificando la gestione degli ordini. Il controllo si estende oltre la sala stampa grazie a PRISMAlytics

Canon

Dashboard, una soluzione basata su cloud che analizza in tempo reale i Key Performance Indicators (KPI) di tutti i dispositivi.

Questo **ecosistema integrato** non solo garantisce una coerenza cromatica e una continuità operativa costante anche su produzioni estremamente complesse e frammentate, ma riduce drasticamente il rischio di errori, trasformando il PSP in un partner consulenziale strategico, capace di muoversi alla stessa velocità del business digitale dei propri clienti. Si tratta di un modo di lavorare che rende la stampa parte naturale dell'infrastruttura digitale dei clienti, aumentando la velocità e l'efficienza degli output dei fornitori di servizi di stampa.

Sostenibilità come fattore competitivo

Accanto a efficienza e integrazione, la sostenibilità si afferma come uno dei principali driver di trasformazione del settore. Non si tratta più solo di un elemento reputazionale, ma di una leva operativa che incide direttamente su costi e competitività.

La logica on-demand consente di ridurre drasticamente la sovrapproduzione e gli sprechi, mentre l'eliminazione di processi chimici e l'ottimizzazione dei consumi energetici contribuiscono a migliorare l'impatto ambientale complessivo. In un contesto in cui clienti e regolatori richiedono sempre maggiore trasparenza e responsabilità, questi aspetti diventano parte integrante della proposta di valore.

1. Fonte: *The Future of Inkjet Printing to 2027*, Smithers

Per informazioni

Canon Italia

Giada Brugnaro

t. 335 7918607

giada.brugnaro@canon.it

Alessia Pusceddu

t. 335 7378607

alessia.pusceddu@canon.it

Xplace

Sara Stimilli

t. 349 8320686

sara@xplacecompany.com

Canon Italia: Innovazione e Sostenibilità dal 1937

Sin dalla sua fondazione nel 1937, Canon è stata guidata dalla volontà di portare innovazione nel mondo dell'imaging, trasformando il modo in cui lavoriamo, impariamo e utilizziamo le immagini. In un mondo iperconnesso, Canon si impegna a ispirare le persone e i business in costante evoluzione. Il brand sviluppa, produce e commercializza un vasto portafoglio di prodotti per aziende, professionisti e appassionati: dalle fotocamere alle videocamere per il settore cinematografico, dalle stampanti commerciali e multifunzione fino a un'ampia gamma di soluzioni e servizi per le aziende e per il settore 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. L'azienda si impegna a 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.

Il brand punta a un miglioramento medio annuo del 3% nell'indice delle emissioni di CO₂ - durante il ciclo di vita per unità di prodotto-, realizzando un miglioramento cumulativo del 50% entro il 2030, rispetto al 2008. L'obiettivo di riferimento è quello di ottenere emissioni nette di CO₂ pari a zero nell'intero ciclo di vita del prodotto (ambito 1-3) entro il 2050. Ciò implica un'azione che coinvolge tutte le attività, partendo dall'approccio in ambito di product design e produzione, nonché al modo in cui vengono consegnati e utilizzati i prodotti, fino al riutilizzato o riciclo.

Ogni anno, Canon investe circa l'8% del proprio fatturato globale in Ricerca e Sviluppo. Nel 2024, ha battuto il record di presenza per 41 anni consecutivi nella Top 10 della classifica dei brevetti statunitensi, confermandosi prima tra le società giapponesi per 20 anni di seguito.

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

Scopri di più su: www.canon.it

Seguici su:



Canon Italia spa

SP 11 Strada Padana Superiore 2/B

20063 Cernusco sul Naviglio (MI)

Tel. 0282481

www.canon.it

The Canon logo, consisting of the word "Canon" in a bold, red, sans-serif font.