Le nuove frontiere del web to print

Data: Invalid Date | Autore: Rosangela Muscetta



ROMA, 26 LUGLIO 2013- Si può definire ‘web to print’ (web2print) l'insieme delle attività di stampa che si possono avviare attraverso un sito web. L'origine della stessa espressione ‘web to print’ è incerta, anche se ricalca il titolo di un articolo ("From Web to Print") di Jim Frew, datato 9 febbraio 1999, pubblicato su Webmonkey, una risorsa online per i web-designer, che illustrava tutta una serie di sviluppi innovativi del processo di stampa da un punto di vista commerciale, tecnico e professionale. [MORE]

Successivamente, la crescente diffusione del web ha spronato le aziende che fornivano servizi di stampa, a comunicare con i loro partner e clienti per quanto riguarda lo svolgimento di numerose attività online, come ad esempio la preparazione di lavori di stampa, di revisione in anteprima dei propri documenti, di realizzazione di sistemi di cross media marketing, offrendo prodotti come stampa a dato variabile, riviste, libri, stampa su tela ecc. La figura dell’utente, quindi cambia del tutto connotazione, da fruitore passivo diventa protagonista interattivo di tali processi.

Una recente ricerca, commissionata da Canon Europe, ha evidenziato che il numero di aziende grafiche dotate di una soluzione web2print crescerà del 70% nei prossimi cinque -sette anni. Lo studio è basato su una serie di interviste a stampatori, specialisti del settore digitale, centri servizi e strutture di prestampa in 13 Paesi europei, di cui circa un terzo degli intervistati ha già una soluzione webtoprint. Dalla ricerca emerge che il settore della stampa è diviso quasi equamente tra chi vorrebbe implementare immediatamente le nuove tecnologie, e utenti che, invece preferiscono affidarsi a metodi tradizionali, per esempio la trasmissione e-mail e FTP, oppure

altri media digitali come i CD, DVD o i pen-drive USB per ricevere i dati dai propri clienti. Tra gli utenti tradizionali, il 25% ritiene che i costi delle tecnologie webtoprint siano un ostacolo, ma solamente il 17% delle aziende intervistate non crede affatto nel futuro di questa tecnologia. Le aziende che invece sono favorevoli all'impiego delle tecnologie web2print attualmente offrono, o pensano di offrire ai propri clienti, la possibilità di inviare file pronti per la stampa attraverso un'interfaccia web personalizzata. Chi già opera con il web2print gestisce soprattutto materiale promozionale, cancelleria, cataloghi, manuali e supporti di direct mailing. Anche nell'ambiente editoriale, dove già da oggi lo scambio di dati via web è molto più diffuso nel rapporto tra editori, collaboratori esterni e stampatori, si registra una continua crescita dell'impiego di questo tipo di tecnologia.

La digitalizzazione del ciclo produttivo nelle aziende grafiche ha contribuito a diffondere il concetto di workflow. Tutto il processo di produzione, dalla commessa alla consegna, è contenuto e controllato nell'ambito di un workflow che dialoga anche con tutte le fasi amministrative aziendali, dalla presa in carico dell'ordine alla fatturazione. Nelle aziende grafiche all'avanguardia questo flusso è certificato dalle norme ISO e sottoposto alle specifiche JDF (Job Definition Format). Il formato PDF ha consentito una veicolazione sempre più rapida dei contenuti, fino a diventare il formato stampa per eccellenza. Parallelamente, si sviluppava anche l'html, linguaggio nativo nel mondo del web che, attraverso particolari 'mutazioni', generava altri linguaggi derivati, arrivando all'odierno xml, largamente impiegato nella gestione di ogni tipo di workflow o processo di automazione. Si è così iniziato a parlare sempre più spesso di Job Ticket, file che consentono di gestire dinamicamente i processi attraverso il linguaggio xml. Con 'gestione dinamica' si intende la possibilità di trattare ogni tipo di dato prelevato in qualsiasi fase del processo, per utilizzarlo in una o più fasi contemporanee o successive nell'ambito del workflow.

Una soluzione cloud per la stampa on demand a disposizione delle aziende italiane, semplice e veloce è stata sviluppata, ad esempio da GFP Grafica (http://www.gfp.it/webprint) in collaborazione con Agfa Graphics. Si tratta di GFP WebFront, soluzione applicativa interamente personalizzata, basata sul motore Agfa Storefront, per garantire il massimo della flessibilità e semplicità d'uso. Una piattaforma web in cloud computing per offrire ai propri clienti la possibilità di gestire in autonomia l'intero archivio di prodotti stampati di marketing e commerciali, assegnando accessi ai vari rivenditori/commerciali e consentendo di ordinare nuovo materiale pubblicitario in relazione alle politiche di comunicazione aziendale o di richiesta di riassortimento di materiale promozionale.

I sistemi editoriali per quotidiani e periodici rappresentano un primo e importante esempio di automazione web-based dei processi, di cui il web2print costituisce uno sviluppo a costi molto meno onerosi.

Nel settore dell'editoria libraria, il print-on-demand e più specificamente il book on demand, infatti, risponde quindi a reali esigenze logistiche ed economiche. Con queste premesse si sta rapidamente diffondendo l'editoria 'personale': grazie all'interazione tra i portali web e la stampa digitale, molti scrittori emergenti possono pubblicare i loro libri anche in poche copie a costi accessibili. I servizi on-line offerti dagli editori sono innumerevoli, dalla consulenza editoriale alla preventivazione, dallo studio dell'impaginazione alla copertina; alcuni portali inoltre offrono come servizio anche la registrazione del codice ISBN per l'identificazione dell'opera e la diffusione commerciale del volume. In questo processo la stampa digitale, intesa come uno dei possibili output o veicoli di comunicazione, sta rapidamente uscendo da un ruolo di nicchia per diventare parte integrante di un mercato nuovo, intimamente legato a modalità completamente innovative di realizzare l'intero ciclo della stampa. I tempi sempre più stretti richiesti tra l'ideazione del prodotto e la diffusione delle stesso hanno portato le case produttrici di soluzioni per la stampa digitale a sviluppare prodotti sempre più raffinati, in grado di rispondere alle esigenze di un mercato in rapida trasformazione, sia

dal punto di vista qualitativo che da quello dei costi.

Rosangela Muscetta [http://www.economia-conoscenza-itc-km.blogspot.it]

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/le-nuove-frontiere-del-web-to-print/46760