

OTTAVANTI
NOVE
QUEMILA
OTTO 2008

Un convegno e un volume
per i quarant'anni del San Zeno

Stamperia Artistica Nazionale,
spiccata vocazione per l'innovazione

Prima "giornata dell'orgoglio cartotecnico"

il poligrafico

STAMPA E NUOVI MEDIA NELL'ERA DIGITALE

Essere o apparire

Il calendario Piombo è stato realizzato con l'intento di armonizzare arte e rapporti umani attraverso la rappresentazione di scene di tempo e istituzioni storiche, scelte da una grafica di grande impatto. Il tema scelto è la filosofia del tempo e spazio. La filosofia è spesso, concettualmente, parte di una delle scienze. L'obiettivo è stato quello di rappresentare un rapporto moderno e collaborativo con il tempo, la rappresentazione di tempo per la realizzazione del calendario. La grafica è stata affidata alla più recente. Hanno guidato il progetto il studio romano e il centro di ricerca della "U" di Roma. Hanno guidato il progetto il studio romano e il centro di ricerca della "U" di Roma. Hanno guidato il progetto il studio romano e il centro di ricerca della "U" di Roma.



Calendalibro

Realizzato dal Gruppo Manservigi, il Calendalibro 2008 è un percorso fotografico dedicato all'India, come prima edizione, che proseguirà negli anni, per dar voce e interpretare un luogo, una civiltà, una cultura, ogni anno in modo differente. L'idea è stata quella di intendere il calendario come un contenitore di storie, di culture, di espressività artistica. Racchiuso all'interno di una scatola, il Calendalibro è inserito in una tasca fustellata, protetto da una copertina cartonata. Può essere appeso come un calendario tradizionale, grazie alla rilegatura con spirale metallica con appendino e, trascorso il 2008, può essere conservato come libro. Insieme al Calendalibro, il Gruppo Manservigi ha incluso anche il calendario da scrivania.

Flying over Nature

Il calendario Flying over Nature è stato realizzato con l'intento di armonizzare arte e rapporti umani attraverso la rappresentazione di scene di tempo e istituzioni storiche, scelte da una grafica di grande impatto. Il tema scelto è la filosofia del tempo e spazio. La filosofia è spesso, concettualmente, parte di una delle scienze. L'obiettivo è stato quello di rappresentare un rapporto moderno e collaborativo con il tempo, la rappresentazione di tempo per la realizzazione del calendario. La grafica è stata affidata alla più recente. Hanno guidato il progetto il studio romano e il centro di ricerca della "U" di Roma. Hanno guidato il progetto il studio romano e il centro di ricerca della "U" di Roma.





Rassegna Grafica

Scienza, tecnologia, arte della stampa e della comunicazione

drupa ^{official} media partner

IN QUESTO NUMERO...

A PAG. 12

INTERVISTE



Un giovane imprenditore legge il mercato

A PAG. 14

TREND DI MERCATO



Come cambia il quotidiano nell'era internet

A PAG. 24

FOCUS



Etichette: dalla stampa alla finitura

A PAG. 27

PREPRESSWORLD



Perdersi nel labirinto della pre stampa

Eletto il nuovo

Il 15 gennaio 2008, durante l'Assemblea degli Associati ARGI, si è svolta l'elezione del nuovo Presidente, con la nomina di Giorgio Brambilla.



Giorgio Brambilla, nuovo presidente ARGI

Presidente ARGI

Brambilla subentra a Giuseppe Baggi, il cui mandato non poteva essere ulteriormente rinnovato per regolamento statutario. L'elezione è avvenuta all'unanimità ed è stata un'ulteriore dimostrazione della capacità di ARGI - Associazione Rappresentanti Ufficiali e Produttori/Distributori in Italia di Macchine, Sistemi e Prodotti per l'Industria Grafica - di lavorare con continuità e al tempo stesso con capacità di rinnovamento. Sposato, padre di due figli, Giorgio Brambilla ricopre il ruolo di Amministratore Delegato della società D.G. Vianini, che si occupa della fornitura di sistemi per la legatoria industriale. L'azienda, fondata nel 1880 e rilevata nel secondo dopoguerra dal nonno di Giorgio Brambilla, è stata guidata dal padre Franco, tuttora presidente. Quest'ultimo è stato uno dei soci fondatori di ARGI, che nel 2008 compie 25 anni, ed ha sempre fatto parte del Consiglio Direttivo dell'Associazione: tale impegno è stato poi rilevato da Giorgio che lo ha portato avanti con estremo entusiasmo. E proprio l'entusiasmo e la disponibilità personale, insieme con la capacità manageriale e l'esperienza imprenditoriale hanno spinto gli associati ad accordargli la propria fiducia. Durante la stessa assemblea è stato eletto anche il nuovo Consiglio Direttivo di ARGI, che resterà in carica per il prossimo triennio. Sono stati eletti: Silvano Bianchi di Komori Italia;

Sergio Franzi di Macchingraf; Roberto Levi di Printgraph; Rosario Marinoni di Ass.Graf; Joachim Nitschke di K.B.A. - Italia; Manlio Orioli di Kodak; Luigi Seregni di Bobst Group Italia; Paolo Zerbi di Agfa Graphics e Luigi Zucchetti di Man Roland Italia. Le nuove nomine sono avvenute nel pieno rispetto delle raccomandazioni fatte agli elettori dal presidente uscente, che ha auspicato di avere:

- una rappresentanza per tutti i diversi settori delle Arti Grafiche
- una rappresentanza per aziende di diverse dimensioni
- una continuità con il precedente Consiglio Direttivo
- l'ingresso di nuovi consiglieri per portare nuove idee.

Su nove consiglieri infatti, quattro ricoprono questa carica per la prima volta, e sono: Silvano Bianchi, Roberto Levi, Manlio Orioli e Luigi Seregni. La carica di vice presidente, fino ad ora ricoperta con grande capacità da Sergio Franzi, verrà assegnata durante la prima riunione del nuovo Consiglio Direttivo prevista per febbraio. Durante la stessa riunione verranno formate le nuove Commissioni che costituiscono il braccio operativo dell'attività dell'Associazione.

www.argini.it

NEWS

Montaguti nel CDA Becker



Da dicembre 2007, dopo sedici anni alla direzione generale di Becker Italia, Maurizio Montaguti è entrato a far parte del CDA come Amministratore Delegato. Il CDA è completato dal presidente Martin Becker e dal consigliere Ulrich Wilkesmann.

Articolo a pag. 40

Heidelberg partner di Winkler+Dünnebier

Con effetto immediato, Heidelberg Druckmaschinen ha incorporato all'interno del suo portfolio prodotti i pallettizzatori della Winkler+Dünnebier AG, con lo scopo di vendere i prodotti esclusivamente a produttori internazionali nel settore del cartone pieghevole e della stampa. I pallettizzatori manterranno il proprio brand.

FORGRAF®

dal 1° Gennaio 2008 nuovo distributore esclusivo per l'Italia dei prestigiosi tagliacarte



SCHNEIDER SENATOR

OPEN-HOUSE 28/29 Febbraio e 1° Marzo 2008

Per celebrare con noi questo evento Vi invitiamo presso la nostra sede di Sesto San Giovanni. Saranno esposte anche macchine delle altre nostre case Rappresentate

Importatore e distributore esclusivo per l'Italia di:

Horizon hohner **SCHNEIDER SENATOR** **Morgana tauler**

website: www.forgraf.it

e-mail: info@forgraf.it

FORGRAF S.r.l. - Via E. Toti, 10 - 20099 Sesto S. Giovanni (MI) Tel. +39-02.24412112 r.a. - Fax +39-02.24412097
Filiale del Triveneto - Via Paganini, 9 - 36022 Cassola (VI) Tel. +39-0424.391000 r.a. - Fax +39-0424.514567

Novità editoriale

Un nuovo settimanale in braille

Braille News è il nuovo settimanale de *Il Tempo* interamente dedicato a cittadini non vedenti, poiché stampato completamente in braille, metodo di lettura per i non vedenti. Il nuovo prodotto editoriale verrà distribuito gratuitamente, nelle edicole della Capitale, il sabato, allegato al quotidiano romano. "Abbiamo voluto aprire una finestra di informazione - spiega il direttore de *Il Tempo*, Giuseppe Sanzotta - per chi non vede, rispondendo a una precisa necessità giornalistica, prima che sociale". Il nuovo settimanale d'infor-

mazione per non vedenti, nato dalla collaborazione con la cooperativa sociale Handy System, è composto di 48 pagine di approfondimenti e articoli pubblicati sul quotidiano romano relativi a fatti avvenuti nel corso della settimana.

Le difficoltà incontrate nella realizzazione pratica del prodotto con la tecnica di scrittura a rilievo sono state notevoli.

Dalla carta, più spessa, utilizzata per la stampa ai macchinari, di costo elevato, per, poi, passare alla difficoltà d'impaginazione.

Media Paper per i più grandi



Il Gruppo Manservigi ha ideato e progettato una gamma di prodotti per i più grandi operatori del mercato. La gamma è composta da una serie di prodotti che vanno dalla stampa di grandi formati alla stampa di piccoli formati, dalla stampa di grandi tirature alla stampa di piccole tirature. La gamma è completa e copre tutte le esigenze dei più grandi operatori del mercato.



Media d'immagine per i più grandi



Il Gruppo Manservigi ha ideato e progettato una gamma di prodotti per i più grandi operatori del mercato. La gamma è composta da una serie di prodotti che vanno dalla stampa di grandi formati alla stampa di piccoli formati, dalla stampa di grandi tirature alla stampa di piccole tirature. La gamma è completa e copre tutte le esigenze dei più grandi operatori del mercato.

Effetto punto

PUNTA IN ALTO

Punto per tutti i tipi di imprese con offerte standard e speciali
 meglio le offerte speciali in carta, rivestite in PVC e ruggine, le rivestite in
 tessuto all'ingrosso, soffitti, spandere del soffitto.

effetti

2008: nasce il Calendalibro



Il Gruppo Manservigi dimostra professionalità, creatività e innovazione attribuendo ad uno strumento tradizionale, quale il calendario aziendale, una nuova e utile funzione. Nasce così il concetto di Calendalibro.



L'idea che ha guidato il Gruppo Manservigi è stata quella di interpretare il calendario come un contenitore di storie, di culture, di espressività artistica. Il Calendalibro 2008 è un percorso fotografico dedicato all'India, una prima edizione, che proseguirà negli anni, per dar voce ed interpretare attraverso la fotografia un luogo, una civiltà, una cultura, ogni anno in modo differente. È stato infatti progettato per essere conservato all'interno di una struttura cartonata, per divenire, trascorso l'anno 2008, un diario di viaggio sull'India. La competenza tecnica del Gruppo Manservigi si è concentrata nella valutazione della fattibilità del progetto, mettendo a punto dei prototipi per un controllo effettivo sul peso e sulla robustezza di un calendario concepito secondo determinati principi. Uno studio accurato che è partito dalla selezione delle carte più adatte ad esaltare i colori delle fotografie e a valorizzarne l'impatto visivo, alla scelta della grammatura per rendere il calendario più prezioso e corposo al tatto, fino alla progettazione della copertina cartonata per realizzare la struttura a libro che identifica questo "Calendario". Racchiuso all'interno di una scatola, il calendalibro è inserito in una tasca fustellata e protetto da una copertina cartonata. Può essere appeso come un calendario tradizionale, grazie alla rilegatura con spirale metallica con appendino e, trascorso l'anno 2008, può essere conservato come libro. Insieme al Calendalibro il Gruppo Manservigi ha arricchito il kit includendo anche il calendario da scrivania, una breve sintesi delle fotografie collezionate nel calendalibro. Questo innovativo prodotto è il risultato della buona collaborazione tra le professionalità interne del Gruppo Manservigi (concept e copywriting Kitiri, art-direction e impaginazione Anteprema, selezioni e stampa Luciano Manservigi) e le competenze di partners esterni per il giusto supporto durante le fasi di cartotecnica, fustellatura e confezione.

GRUPPO MANSERVIGI - Monsano AN

Comunicazione e marketing



Il Gruppo Manservigi ha ideato e progettato una gamma di prodotti per i più grandi operatori del mercato. La gamma è composta da una serie di prodotti che vanno dalla stampa di grandi formati alla stampa di piccoli formati, dalla stampa di grandi tirature alla stampa di piccole tirature. La gamma è completa e copre tutte le esigenze dei più grandi operatori del mercato.

Il Gruppo Manservigi ha ideato e progettato una gamma di prodotti per i più grandi operatori del mercato. La gamma è composta da una serie di prodotti che vanno dalla stampa di grandi formati alla stampa di piccoli formati, dalla stampa di grandi tirature alla stampa di piccole tirature. La gamma è completa e copre tutte le esigenze dei più grandi operatori del mercato.

REALTÀ

Industriale delle Marche

febbraio .08

Energia e ambiente



CONFINDUSTRIA
Marche

Ancona

GRUPPO MANSERVIGI



Il Gruppo Manservigi ha presentato il Calendalibro 2008, un percorso fotografico dedicato all'India. L'opera è stata presentata in una conferenza stampa che ha visto la partecipazione di numerosi giornalisti e fotografi. Il Gruppo Manservigi ha sottolineato l'importanza di questo progetto, che rappresenta un'occasione per scoprire la cultura indiana attraverso la fotografia. Il Calendalibro 2008 è un'opera che si rinnoverà ogni anno, offrendo ai lettori un'esperienza unica e coinvolgente.

Il Gruppo Manservigi ha sottolineato l'importanza di questo progetto, che rappresenta un'occasione per scoprire la cultura indiana attraverso la fotografia. Il Calendalibro 2008 è un'opera che si rinnoverà ogni anno, offrendo ai lettori un'esperienza unica e coinvolgente.

GRUPPO MANSERVIGI

Il Gruppo Manservigi ha sottolineato l'importanza di questo progetto, che rappresenta un'occasione per scoprire la cultura indiana attraverso la fotografia. Il Calendalibro 2008 è un'opera che si rinnoverà ogni anno, offrendo ai lettori un'esperienza unica e coinvolgente.

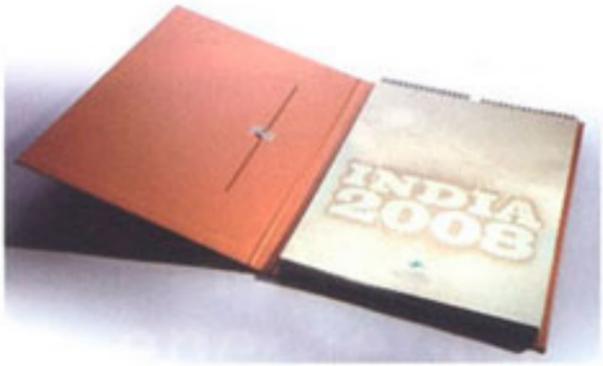
Il Gruppo Manservigi ha sottolineato l'importanza di questo progetto, che rappresenta un'occasione per scoprire la cultura indiana attraverso la fotografia. Il Calendalibro 2008 è un'opera che si rinnoverà ogni anno, offrendo ai lettori un'esperienza unica e coinvolgente.



GRUPPO MANSERVIGI Il "Calendalibro 2008"

Il Calendalibro 2008 è un percorso fotografico dedicato all'India: una prima edizione, che proseguirà negli anni, per dar voce ed interpretare attraverso la fotografia un luogo, una civiltà, una cultura, ogni anno in modo differente. L'idea che ha guidato il Gruppo Manservigi è stata quella di realizzare un oggetto che custodisca il valore culturale di percorsi suggestivi, flash back di momenti che non tornano mai uguali. Il "Calendalibro", infatti, è stato progettato per essere conservato all'interno di una struttura cartonata, per divenire, trascorso l'anno 2008, un diario di viaggio sull'India. Per dare più spazio ad immagini fotografiche

emozionali il calendario è settimanale e ogni settimana descrive un paesaggio, uno scorcio differente della cultura indiana.



GRUPPO MANSERVIGI



Il Gruppo Manservigi ha sottolineato l'importanza di questo progetto, che rappresenta un'occasione per scoprire la cultura indiana attraverso la fotografia. Il Calendalibro 2008 è un'opera che si rinnoverà ogni anno, offrendo ai lettori un'esperienza unica e coinvolgente.

Il Gruppo Manservigi ha sottolineato l'importanza di questo progetto, che rappresenta un'occasione per scoprire la cultura indiana attraverso la fotografia. Il Calendalibro 2008 è un'opera che si rinnoverà ogni anno, offrendo ai lettori un'esperienza unica e coinvolgente.

Promotion

prodotti • servizi • retail marketing

magazine

Strategie

Sylber
coccola il trade
con i viaggi
e un club

Merchandising

Piace lo shopping
nei musei

Digital Signage

Fujitsu, In Place Tv
Nec Display, dLab

Panorama Tessile

Ancora cataloghi
2008

Alessandro Barbieri

**La Consulta
della Promozione**
chiama le altre associazioni

Un calendario senza tempo



Il calendario aziendale può andare al di là della sua funzione di base, diventando un oggetto con una sua vita autonoma che prescinde dal tempo. È quello che riesce a fare, per esempio, il Calendalibro 2008 del Gruppo Manservigi, un percorso fotografico dedicato all'India. Si tratta di una prima edizione, che proseguirà negli anni, per interpretare e far conoscere attraverso la fotografia un luogo, una civiltà, una cultura.

L'idea che ha guidato il Gruppo Manservigi è stata quella di concepire il calendario come un contenitore di storie, di culture, di espressività artistica. Un oggetto che custodisca il valore culturale di percorsi suggestivi, flash back di momenti che non tornano mai uguali. E proprio per questo il Calendalibro è stato progettato per essere conservato all'interno di una struttura cartonata, per divenire, trascorso l'anno 2008, un diario di viaggio sull'India.

Per realizzare l'idea, il gruppo marchigiano si è prima concentrato nella valutazione della sua fattibilità e nella messa a punto dei prototipi per un controllo effettivo sul peso e sulla robustezza di un calendario concepito secondo determinati princi-

Un nuovo concetto di calendario, che diventa quasi un pretesto per interpretare e far conoscere attraverso la fotografia un luogo, una civiltà, una cultura. La prima edizione è dedicata all'India

pi. Poi ha proseguito con la ricerca delle carte più adatte a esaltare i colori delle fotografie e a valorizzarne l'impatto visivo, con la scelta della grammatura per rendere il calendario più

prezioso e corposo al tatto, infine con la progettazione della copertina cartonata per realizzare la struttura a libro che identifica il calendario.

Racchiuso all'interno di una

scatola, il calendalibro è inserito in una tasca fustellata, protetto da una copertina cartonata. Il calendalibro può essere appeso come un calendario tradizionale, grazie alla rilegatura con spirale metallica con appendino e, trascorso l'anno 2008, può essere conservato come libro, custodito all'interno della copertina cartonata. Insieme al Calendalibro il Gruppo Manservigi ha arricchito il kit includendo anche il calendario da scrivania e una breve sintesi delle fotografie collezionate nel calendalibro.

La realizzazione del progetto è il frutto di una perfetta collaborazione e combinazione tra la creatività e la competenza tecnica delle tre strutture interne del Gruppo Manservigi (Kitiri per il concept e il copywriting, Antepima per l'art direction e l'impaginazione, Luciano Manservigi per le selezioni e la stampa), che opera nel settore della comunicazione integrata da oltre trent'anni, e le competenze di partner esterni per il giusto supporto durante le fasi di cartotecnica, fustellatura e confezione. Tutte queste attività sono state naturalmente coordinate e supervisionate dal Gruppo Manservigi in tutte le fasi del processo produttivo.

Carla Pelagatti



➔ LA SCHEDA

Fornitore Gruppo Manservigi

Tipologia calendario speciale

Punti di forza contenuti, qualità della carta utilizzata e copertina cartonata