

## WAN-IFRA Italia 2013

XVI Edizione

26-27 Giugno 2013

**Silvio Broggi**

**Costruire prodotti  
stampati**

**CARTA + NEW MEDIA  
insieme per comunicare**





Monrif S.p.A., holding finanziaria quotata alla Borsa di Milano, è un gruppo leader nel settore editoriale, printing, new media e turismo.

Poligrafici **Printing**



il Resto del Carlino  
**LA NAZIONE**  
**IL GIORNO**

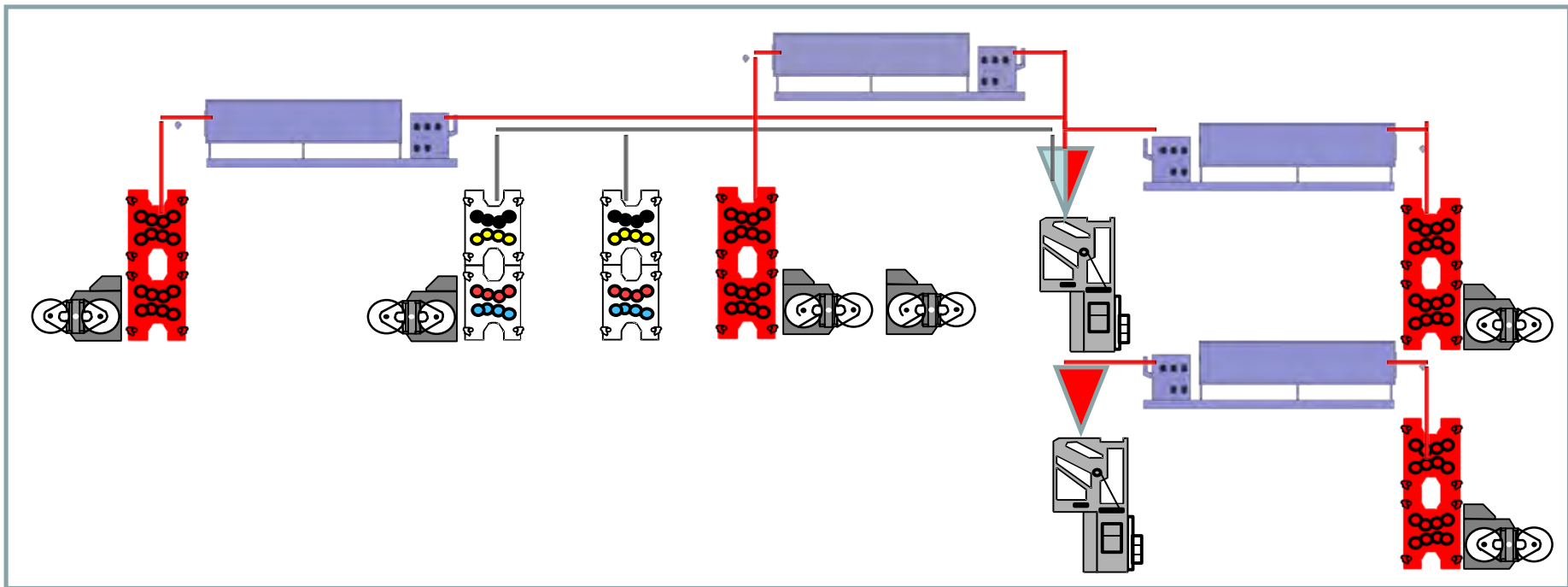


Poligrafici **Editoriale**

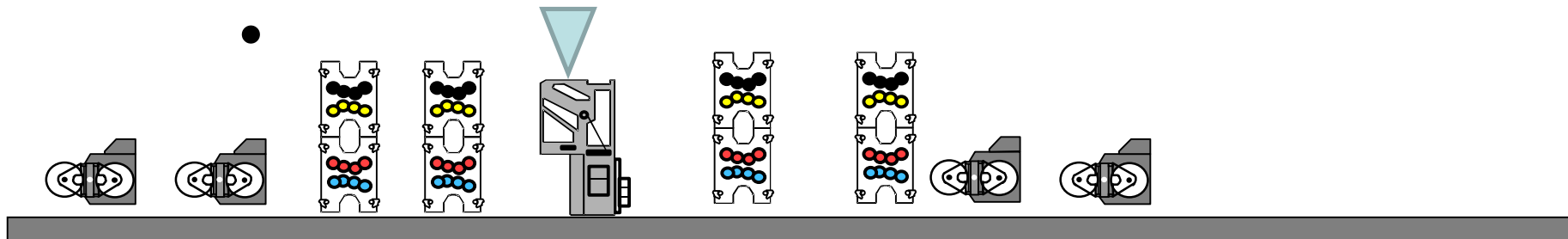


[www.monrifgroup.net](http://www.monrifgroup.net)

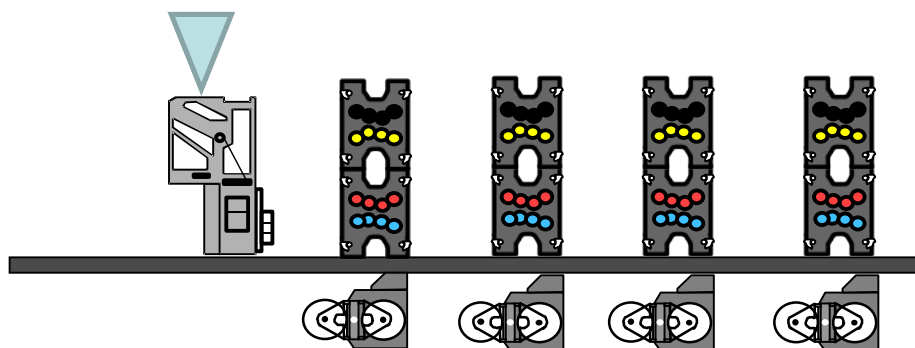
KBA 64/128 pagine (16x4) con 2 pieghe



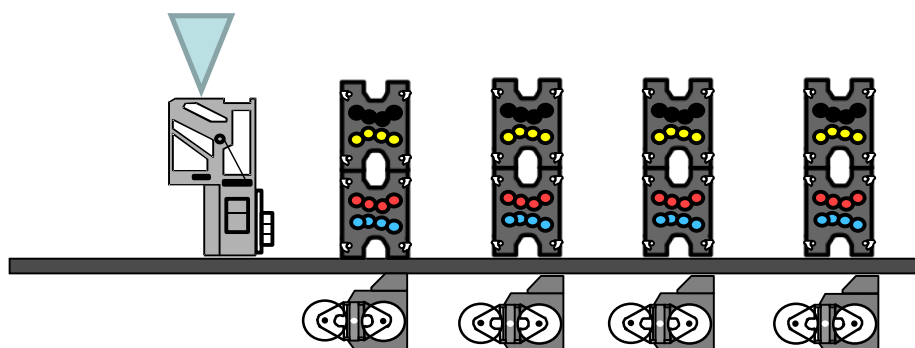
KBA 96 pagine



**FIRENZE**

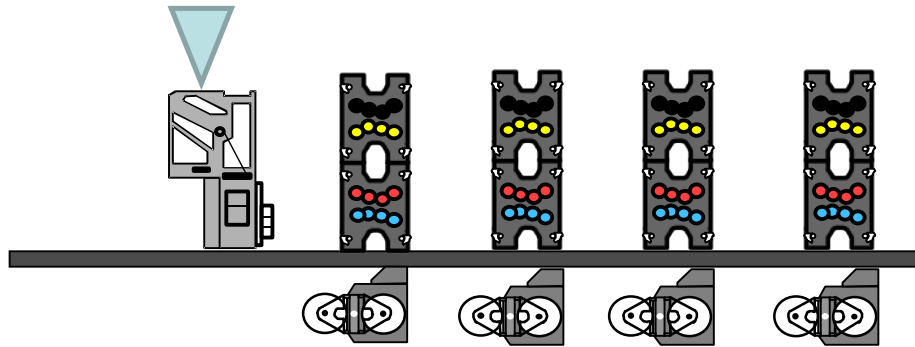


KBA Colora: 128 pagine.

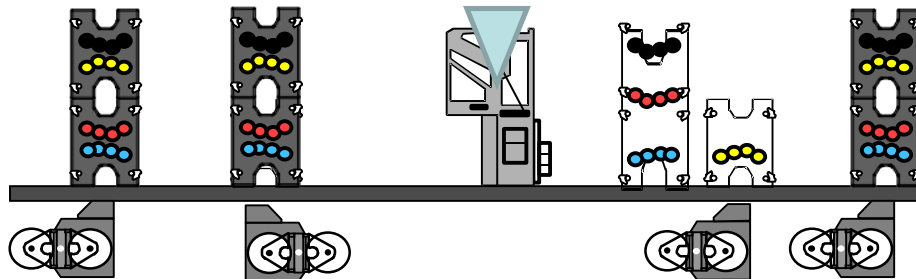


KBA Colora: 128 pagine.

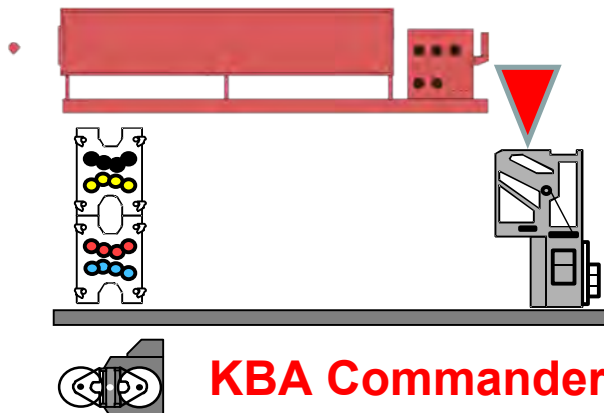
## BOLOGNA



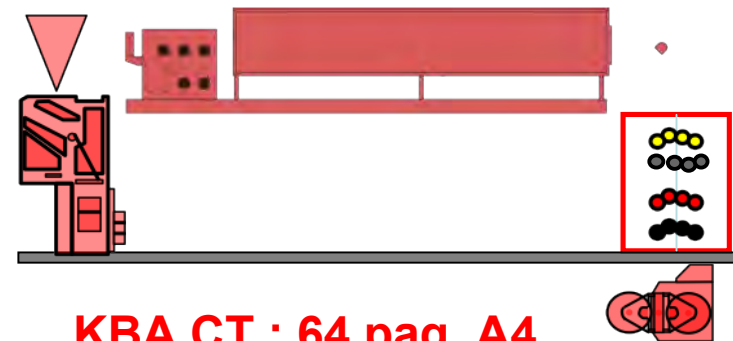
KBA Colora: 128 pagine.



GOSS Uniliner : 128 pagine

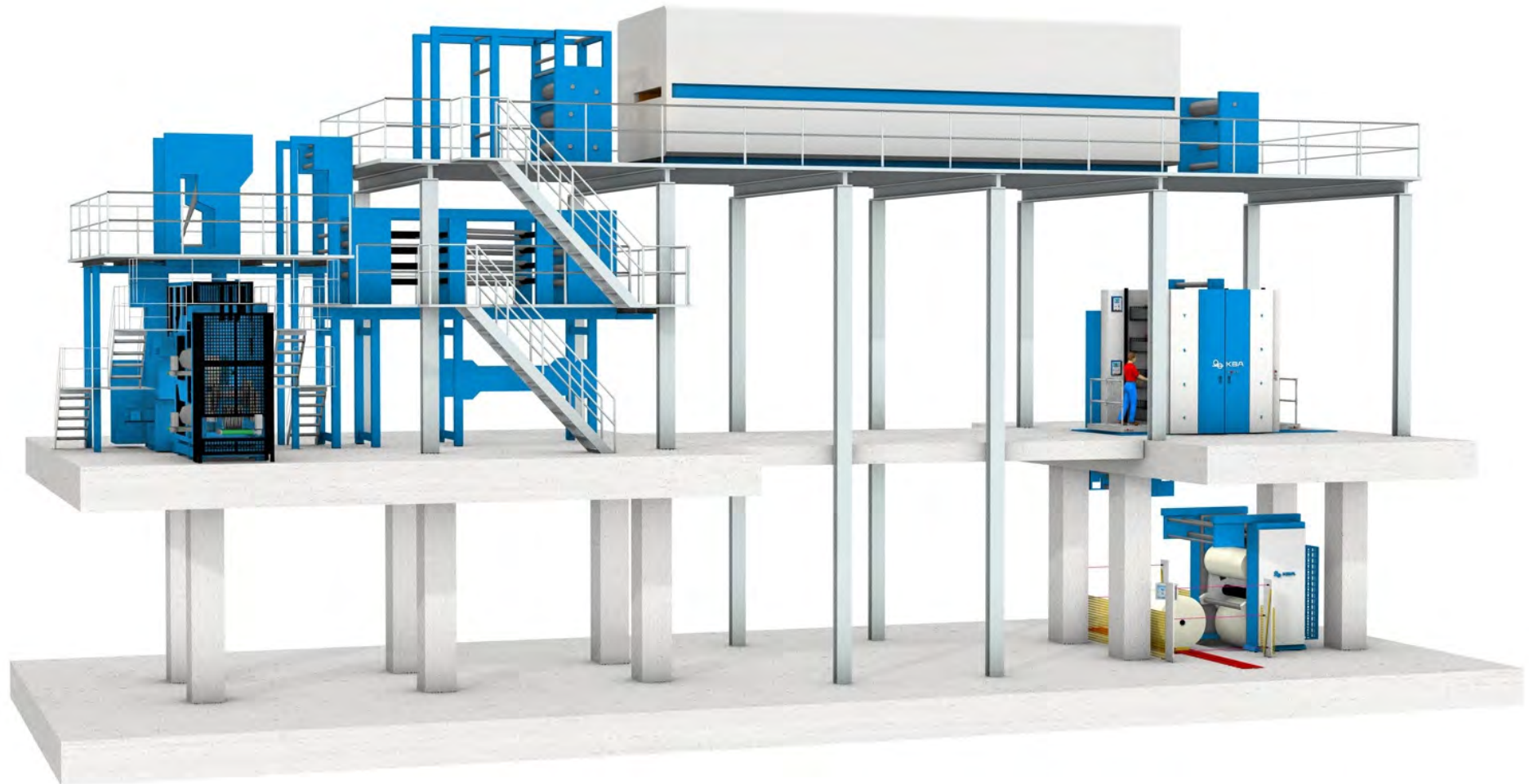


KBA Commander: 48 pag. A4



KBA CT : 64 pag. A4

## Nuova KBA Commander CT



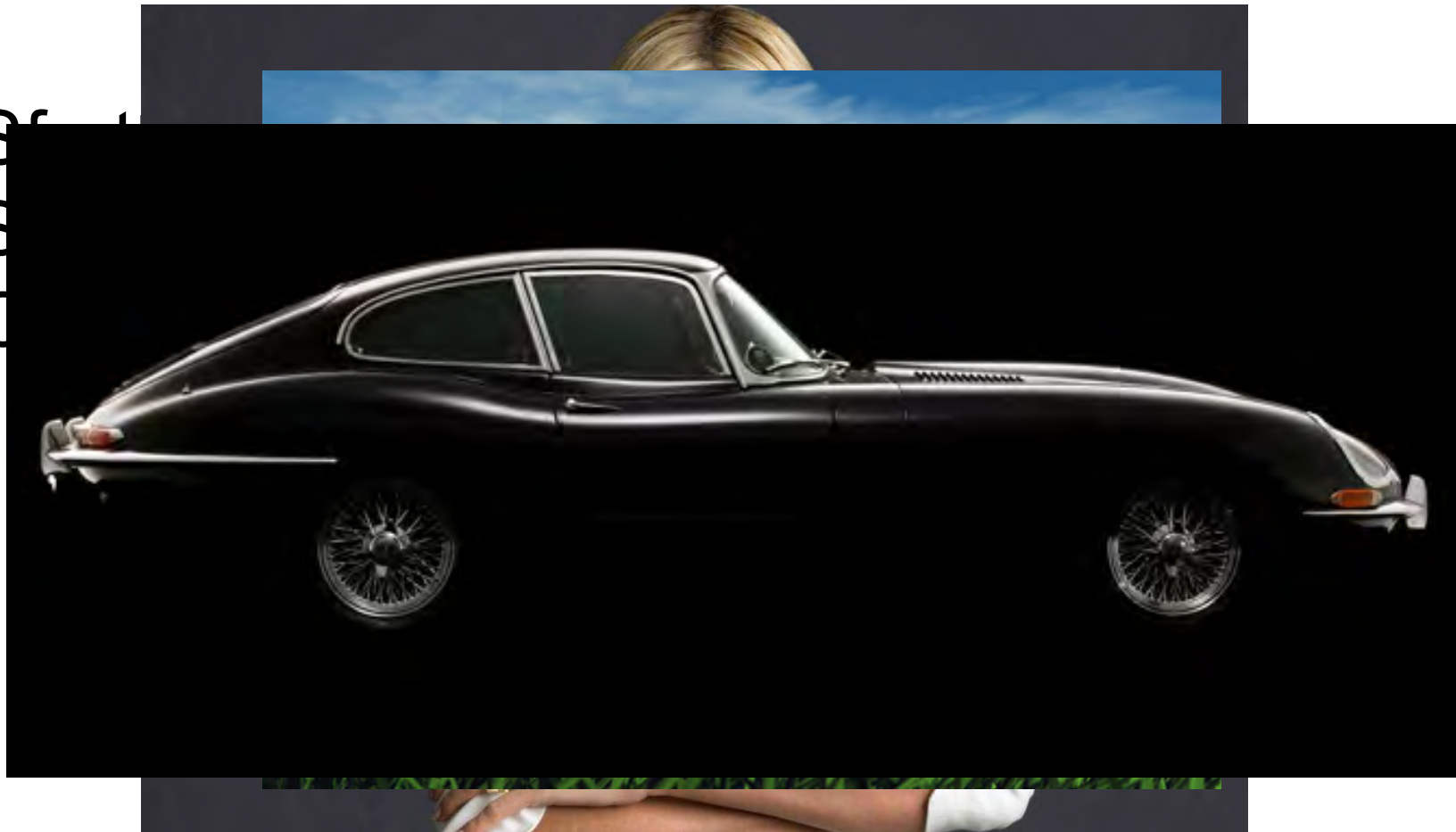
Ma, veniamo al dunque ...

Cosa sogna tutte le notti lo stampatore?

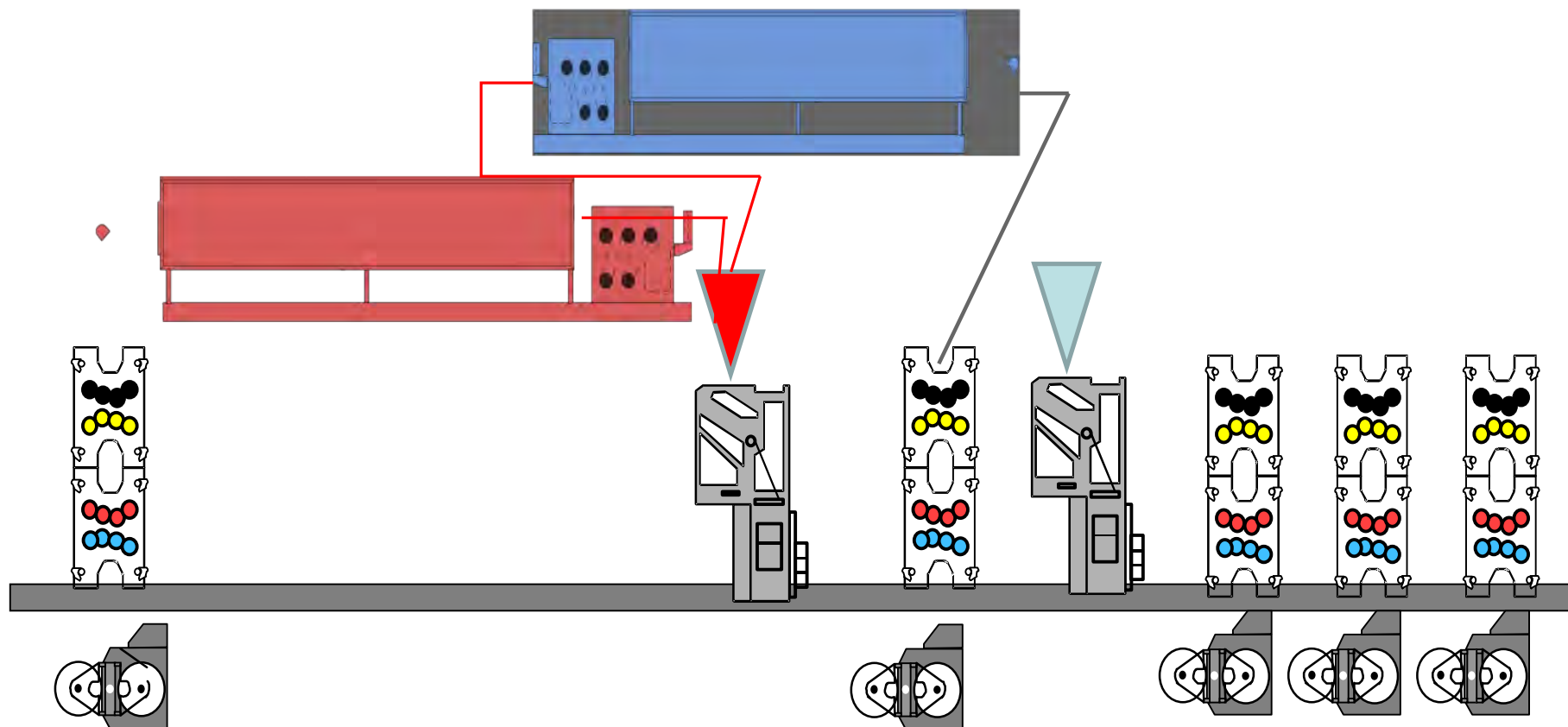


Sempre e solo 3 cose:

1. S...
2. S...
3. C...



## 1 .SFRUTTAMENTO IMPIANTI



Stampa a CALDO

Stampa a FREDDO

96 pagine A4 (48 + 48) con qualità Heat set !

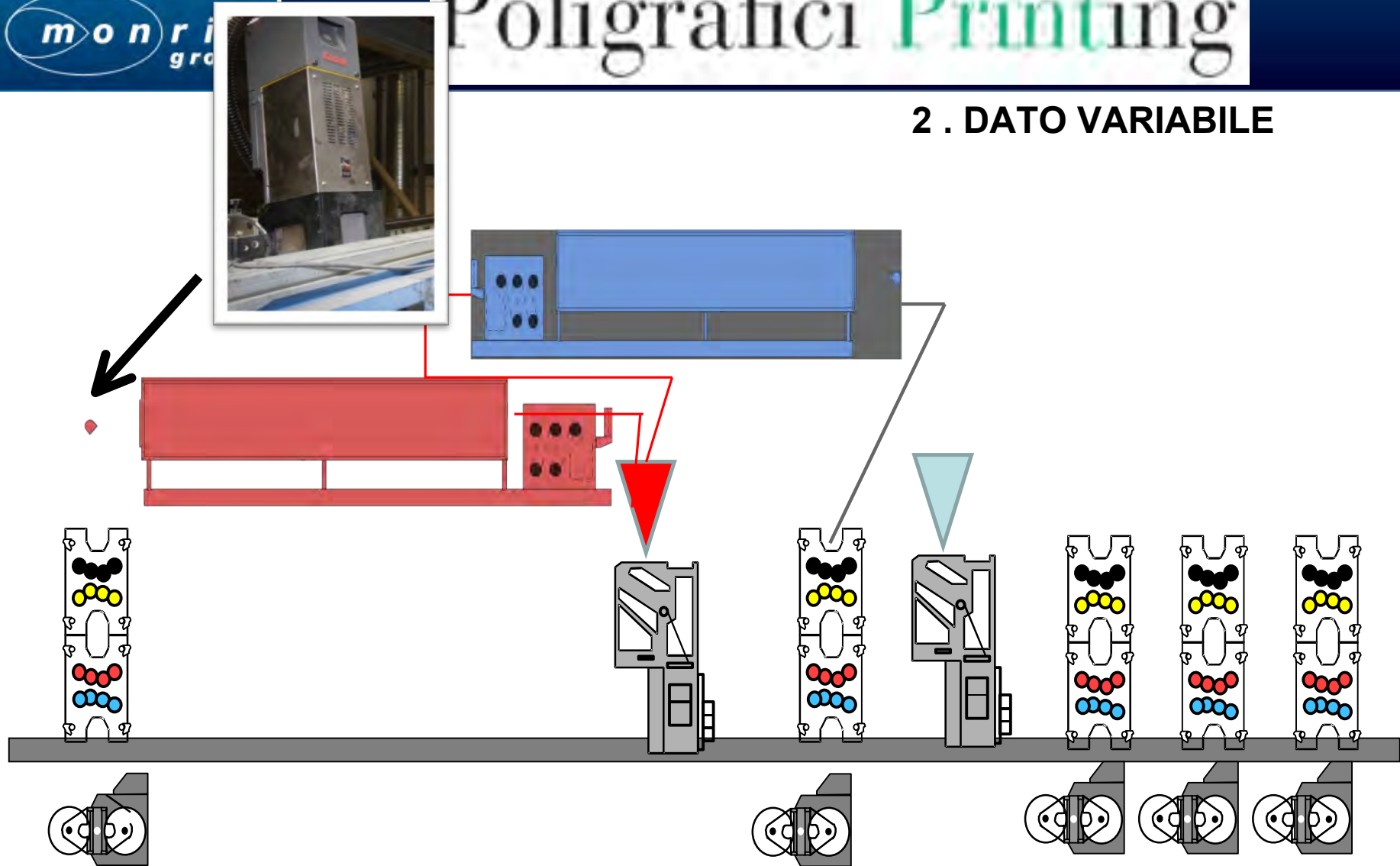
Irrefrenabile desiderio di DATO VARIABLE

.....

**Memo Stick ! ! !**



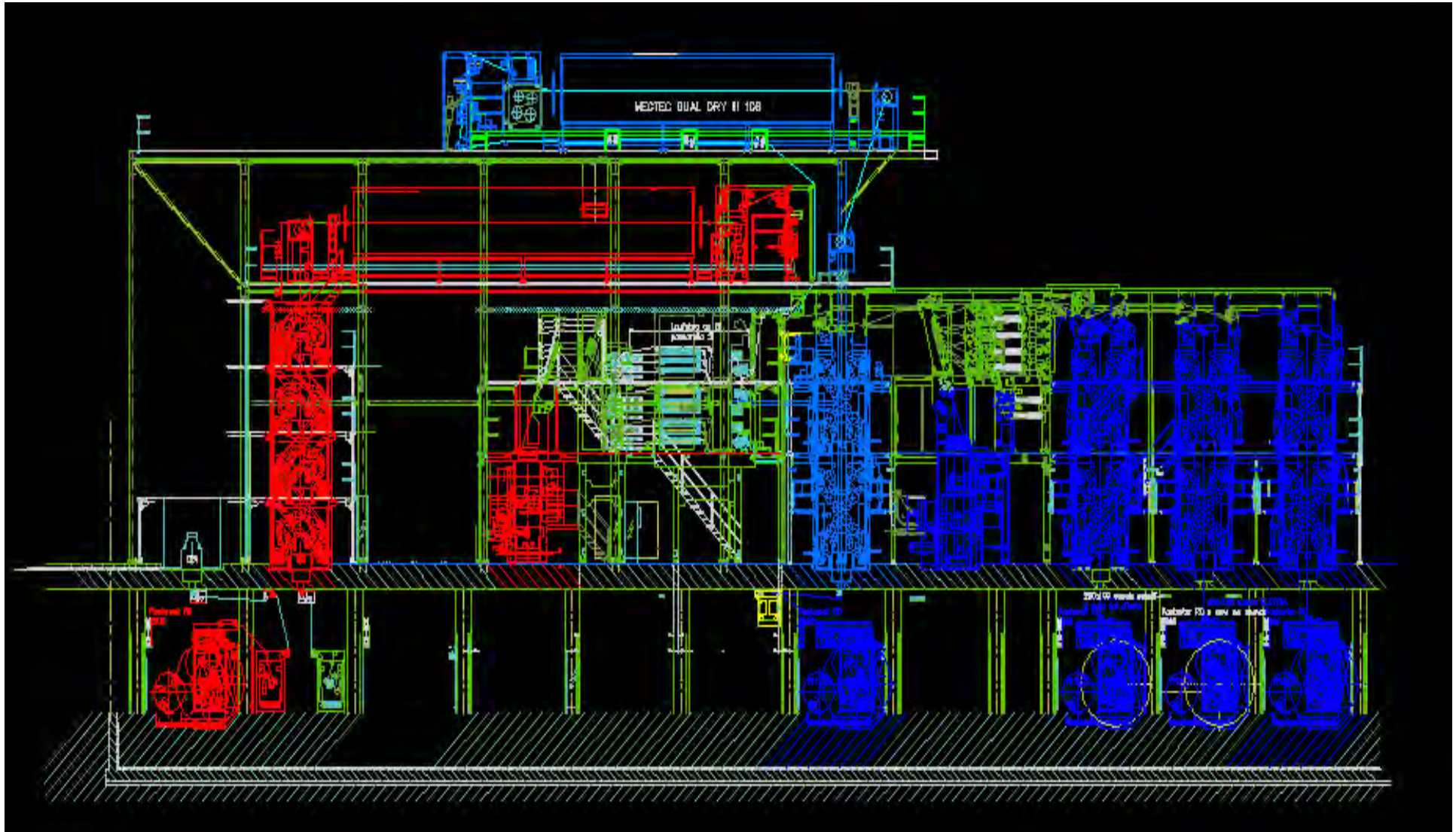
## 2 . DATO VARIABILE



**Stampa a CALDO**

**Stampa a FREDDO**

**Dato Variabile su stampa a 48 e/o 96 pagine**



## 3. Prodotto Unico

**Con la stampa a dati variabili on-line sulle rotative, è possibile arricchire il quotidiano con codici barre, codice numerici, codici QR.**

**OGNI COPIA DIVENTA UNICA,  
COME UNICO E' IL CONSUMATORE**



**Sfruttamento Impianti/ Unicità del prodotto/Integrazione con  
New Media/Fidelizzazione**

E così il bussines.....



**Ci sorride !!!!!!!**

## Chiosa Finale

- Irrazionalità
- UpsideDown
- Old e New
- ???

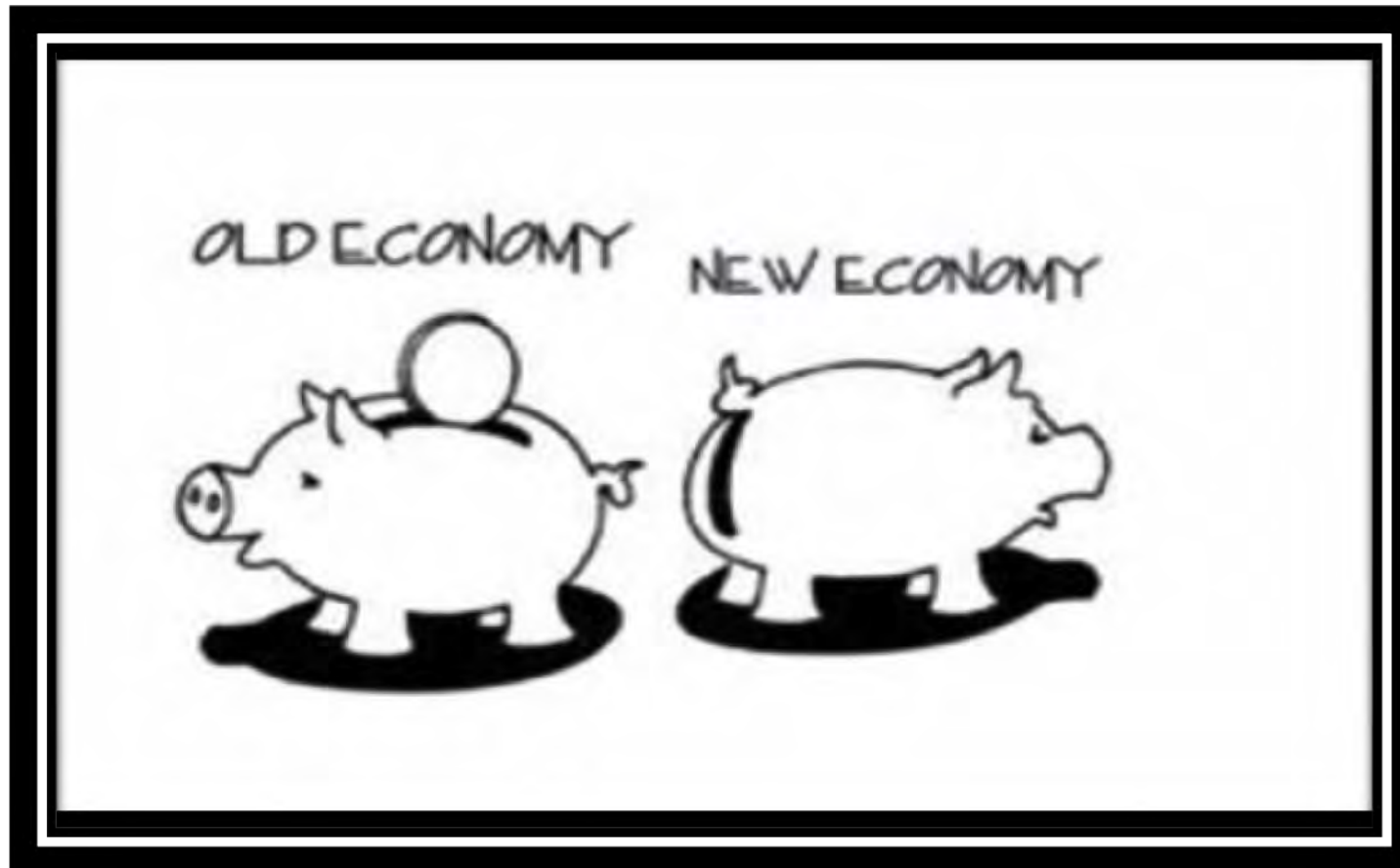
- Irrazionalità  $\longrightarrow$  Si sono spese Decine di Milioni di Euro per il Full Color, oggi NULLA




- Up side Down → I Tecnici sono diventati i creativi



- Old e New  Siamo sicuri che vogliamo abbandonare il vecchio ? Quali incoming?



- ???
- **Illudiamoci ancora**  vendiamo  
cara la pelle



## Chiosa Finale

- Irrazionalità → Si sono spesi Milioni di Euro per il Full Color, oggi NULLA



- UpsideDown → I Tecnici sono diventati i creativi. Non Sappiamo più scegliere.



- Old e New → Siamo sicuri che vogliamo abbandonare il vecchio ? Quali incoming?



- Illudiamoci ancora → vendiamo cara la pelle

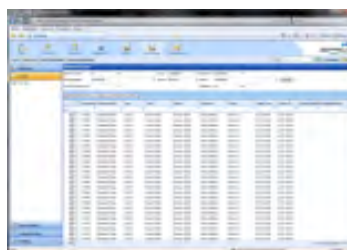
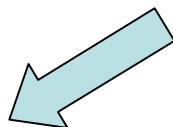


**GRAZIE**

**2. DISTRIBUTORE GPS +**  
invia dati consegna



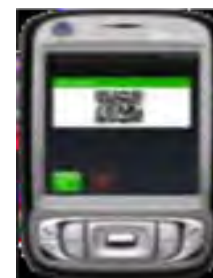
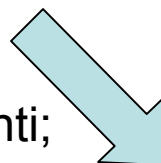
**1. STAMPA  
FLYER**  
codice Barre in  
copertina e  
QR nelle pagine  
interne



**5. BACK-OFFICE**  
gestione dei dati  
ricevuti; distribuzione e  
promozione

**3. CONSUMATORE**

sfoglia il volantino,  
cerca i codici vincenti;  
si reca nel punto vendita



**4. PUNTO  
VENDITA**  
lettura del codice  
e registrazione  
della promozione



## FLYER CARTACEO

+

## CODICE IN COPERTINA

>>> TRACCIABILITA'



Lettura della prima copia del pacco di consegna + invio coordinate GPS  
Monitoraggio costante della distribuzione e delle copie stampate  
Razionalizzazione delle tirature

+

## CODICE NELLE PAGINE INTERNE

>>> COINVOLGIMENTO



**Il consumatore riceve e sfoglia tutto il flyer** per cercare il codice  
“vincente” (numero, barre, QR o combinazioni)  
Si reca nel punto vendita e verifica “cosa ha vinto”  
Il punto vendita “profila” il cliente

