



Facciamo qualche considerazione per il settore della cancelleria a medio e lungo termine: il 60% delle famiglie italiane a casa stampa e archivia di tutto su carta oggi... e in futuro?

E SE NON C'È CAMPO?

Il ruolo della carta oggi e domani



Si parla tanto di dematerializzazione, che impatto ha tutto questo in Italia, nel nostro settore, e qual è il suo futuro? Abbiamo proposto alcune domande sul tema a Mariagrazia Santaniello, nel suo ruolo di consulente marketing e Presidente UFC Unione Fornitori Cancelleria. Che ne pensa di questo trend che interessa in modo sostanziale il nostro settore?

Mariagrazia Santaniello: È un tema fondamentale per chi lavora nel settore della Cancelleria tradizionale; tutti i prodotti ruotano intorno alla carta, come supporto per scrivere in primis, che poi viene manipolato: perforato, cucito, confezionato, archiviato o distrutto.... significa ridimensionamento dei volumi, pensiero che ha già indotto i distributori specializzati a cautelarsi "diluendo" queste gamme in assortimenti più ampi con l'inserimento di mer-

Nella foto, Mariagrazia Santaniello, consulente marketing e Presidente UFC Unione Fornitori Cancelleria.



ceologie che nei decenni precedenti non avevano mai pensato di trattare. Quasi tutti i player implicati, Aziende di Produzione e della Distribuzione, hanno già attivato correttivi di fronte a questo che è oggettivamente un elemento di rischio per il settore.

CL-il cartolibraio: In che direzione si sta andando?

M.S.: Della dematerializzazione si è parlato per la prima volta più di 20 anni fa con l'avvento dei pc sulle scrivanie in ufficio e poi nelle case, ma l'uso della carta è persino incrementato per stampare quello che si creava digitalmente. Ora siamo in una fase diversa, legata allo sviluppo dei sistemi di digital storage prima, al boom di smartphone e tablet poi; oggi si muove anche la PA, con un importante impatto per i volumi che genera. Crescono anche la mobile enterprise e i mobile worker: non usano più la carta ma app aziendali i conducenti dei trasportatori, i manutentori, i camerieri e altri ancora. Tuttavia, nonostante la velocità del cambiamento, è davvero presto per immaginare un mondo senza carta; nemmeno questo trend è omogeneo, ed è soggetto a variazioni nella sua traiettoria; le variabili che possono intervenire sono molte e non tutte ancora note...

CL: Qualche esempio?

M.S.: A ruota libera? In Italia, c'è molta disomogeneità nelle aree geografiche ed economiche e anche nelle aree di business; la natalità e l'invecchiamento della popolazione in Europa e da noi in particolare quasi opposti rispetto ad altri Paesi; più in generale il futuro poi deve tenere conto del costo e della disponibilità delle fonti energetiche, infine c'è il dato culturale che è estremamente sfaccettato, e sono noti gli studi psiconeurologici sulla capacità di scrivere a mano. Mentre nel nord Europa qualcuno per legge non insegna più ai bambini la scrittura manuale, un articolo del New York Times ci ha appena spiegato che i figli di Steve Jobs e di altri big del digitale sono stati educati con regole molto restrittive per l'uso di smartphone e tablet!

CL: Capire la velocità e i limiti di questo trend quindi è il punto principale.

M.S.: Esattamente, in ogni settore si vedono gli effetti di una

profonda modifica dei comportamenti sociali, inclusi quelli d'acquisto; una prima chiave di lettura è una segmentazione molto efficace legata alle generazioni emergenti, con cui ogni marketer deve fare i conti. In Italia i nati delle generazioni Y (1980-2000) e Z (dopo il 2000) sono circa il 35% e sono gli "iperconnessi": sono/saranno loro a marcare la svolta nei comportamenti del nuovo secolo. Sono loro i proprietari di scrivanie facilmente riconoscibili perchè quasi vuote: c'è solo il device e poco o niente carta.

CL: Quando diventeranno la classe dirigente di domani...

M.S.: Sì, in linea di massima sembrerebbe così... questo è forse il dato più evidente, ma la realtà quotidiana è estremamente varia, per esempio, un'indagine recente dice che le PMI italiane, così numerose, spesso sottovalutano i rischi di perdita dei dati con back up rari o poco sicuri; per loro è indispensabile il back up cartaceo almeno dei documenti più importanti. Il cloud, d'altro canto, è molto sostenuto ma non mi risulta che la risposta degli utenti lo stia premiando come auspicato dai promotori; ed è comprensibile perchè pone ancora molti problemi di privacy, sicurezza e altro. Sulla sicurezza, ad esempio, si pensi solo alla questione Safe Harbor di un mese fa!

CL: Buone notizie per la cancelleria tradizionale dunque...

M.S.: Anche il nostro settore si sta trasformando ma il digitale penso dovrà convivere ancora a lungo con la carta. Una indagine di quest'anno commissionata da Epson dice che, nonostante il boom dei device mobili, il 60% delle famiglie italiane a casa stampa e archivia di tutto (anche i buoni sconto e le ricette di cucina) contro il 53% della media europea; in effetti, anche nell'era del couponing e ticketing digitali, se non c'è campo non puoi dimostrare con lo smartphone di aver comprato il biglietto!