



CASE STUDY:

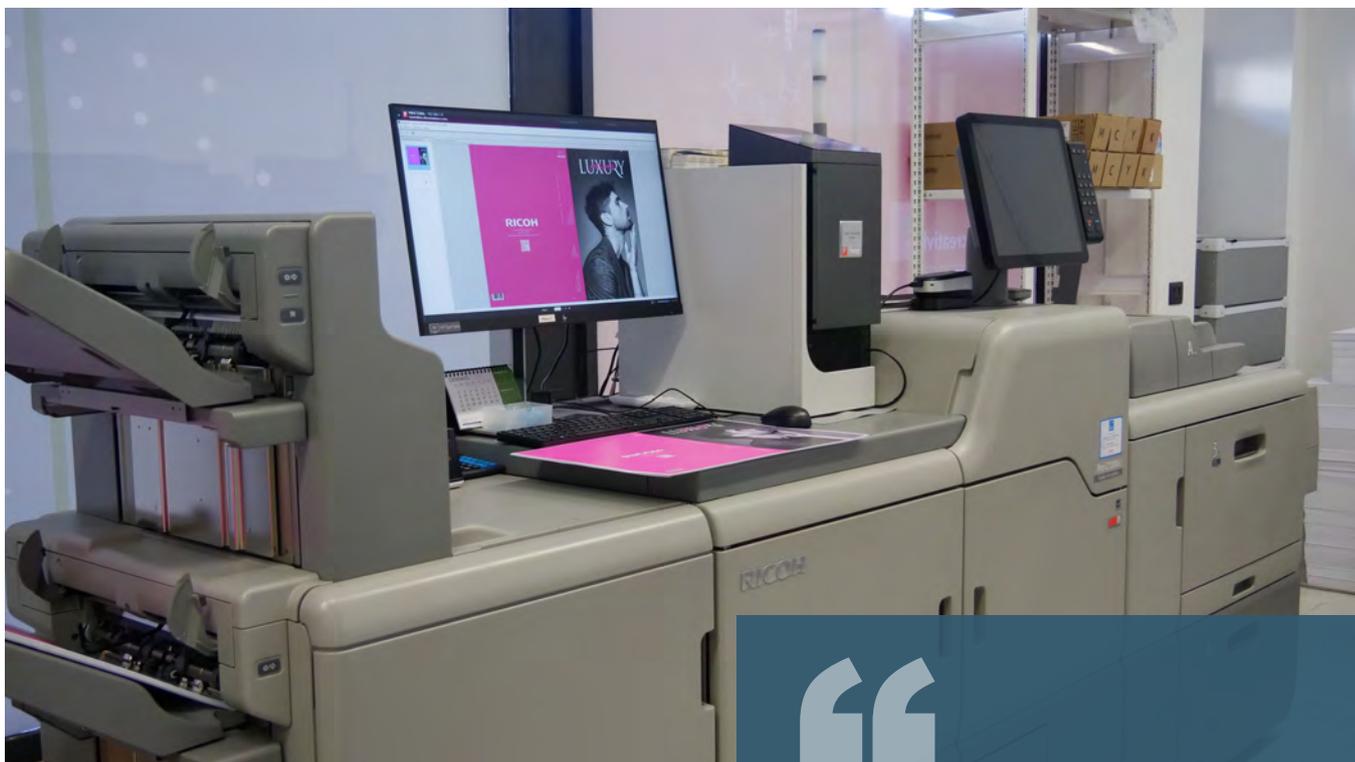
Il quinto colore della soluzione Ricoh Pro C7200X valorizza la creatività e l'identità del magazine "Luxury prêt-à-porter".

restart
PRINTING SOLUTIONS

L'AZIENDA E LA SFIDA

Luxury prêt-à-porter Magazine è una rivista cartacea indipendente nata nel 2019, edita da ToBiz Agency e ispirata al modello dello slow journalism. Pensata per essere un prodotto editoriale di pregio, possiede caratteristiche uniche nel settore: un impaginato dal design minimalista e ricercato, contenuti originali ed esperienziali, ma soprattutto un'attenzione particolare nella scelta della carta, dell'aspetto tattile, dei colori e della rilegatura. Un prodotto ibrido tra un libro e un magazine, ottenuto grazie alle migliori soluzioni per la stampa digitale. Da qui la ricerca di un partner in grado di garantire un output di alta qualità, che conferisse un forte valore aggiunto all'impatto che la rivista si propone di veicolare.

Ed è qui che entrano in gioco Ricoh Italia – azienda leader nel settore della stampa professionale – e Restart Printing Solutions, impresa che opera nel settore delle arti grafiche che ha scelto Ricoh Pro C7200X. Grazie alla possibilità di applicare il quinto colore, la soluzione ha consentito al team di creativi e a quello editoriale del magazine di lasciare libero sfogo alla creatività, garantendo la vividezza e la brillantezza dei colori tipiche dell'offset.



LA SOLUZIONE

Il progetto editoriale e grafico sviluppato dal team di Luxury prêt-à-porter Magazine prevedeva l'impiego di quattro colori speciali: il Neon Pink per la copertina - dedicata al top model italiano Fabio Mancini, volto iconico di Giorgio Armani - e per la relativa sezione "Persone"; il Neon Yellow per la sezione "Luoghi", che raccoglie reportage di viaggio vissuti in prima persona e raccontati attraverso parole e immagini suggestive; l'Oro per l'inserito esclusivo con il foto racconto dei funerali della Regina Elisabetta II e dei giorni che li hanno preceduti, narrati dagli inviati del magazine; e infine l'Argento, utilizzato all'interno della rubrica "Fotografi", un appuntamento fisso in cui "Luxury prêt-à-porter Magazine" dà spazio a scatti particolarmente emozionanti di fotografi selezionati dalla redazione. L'utilizzo di Ricoh Pro C7200X, in collaborazione con Restart Printing Solutions, ha consentito di stampare il numero Sette del magazine mantenendo fede a tutte le caratteristiche pregresse del prodotto, compreso il soft touch in copertina.

“

"La stampa digitale di elevata qualità garantita dalle tecnologie Ricoh offre una grande opportunità per un prodotto editoriale creativo e flessibile come Luxury prêt-à-porter Magazine. La rivista si rivolge infatti ad un pubblico selezionato e si caratterizza quindi per tirature limitate e per una elevata qualità del prodotto editoriale".

*GIORGIO BAVUSO
DIRETTORE COMMERCIAL
AND INDUSTRIAL PRINTING
RICOH ITALIA*

”

“

"Il progetto creativo di Luxury prêt-à-porter Magazine sfrutta al massimo le potenzialità della stampante Ricoh Pro C7200X, sommando alla classica quadricromia l'utilizzo del quinto colore. Un valore aggiunto che rende il prodotto ancora più ricercato dal punto di vista sensoriale e visivo".

GIANLUCA RAVASI

STAMPATORE E PROPRIETARIO
RESTART PRINTING SOLUTIONS

”



I VANTAGGI

I principali vantaggi offerti dalla Ricoh Pro C7200X risiedono nella semplicità di utilizzo e nei ridotti tempi di produzione, pur con elevate prestazioni e risultati di alta qualità. Anche l'inserimento del quinto colore in fase di progettazione può essere eseguito in maniera intuitiva da qualsiasi grafico, senza bisogno di strumenti complessi o di particolari competenze. Questo dà spazio a un'ampia varietà di giochi grafici e sperimentazioni nell'uso del colore, sia in tinta piena che in sovrapposizione con la quadricromia.

Inoltre, l'utilizzo della serie Pro L5100e firmata Ricoh ha consentito anche l'inserimento di un'immagine stampata su carta da parati, ad arricchire e chiudere la sezione "Luoghi".

“Nasce così un prodotto ibrido tra un libro e un magazine. Un oggetto che vuole diventare perpetuo e iconico, in cui l’aspetto del prodotto fisico è centrale. Dalla scelta della carta e dei colori, passando appunto per le tecniche di stampa, fino all’aspetto tattile e alla rilegatura. Tutti elementi che diventano parte integrante della narrazione stessa in cui Ricoh, in qualità di partner tecnico, ha svolto davvero un ruolo fondamentale”.

FILIPPO PIERVITTORI

*DIRETTORE RESPONSABILE
LUXURY PRÊT-À-PORTER MAGAZINE*



RICOH

Ricoh trasforma gli spazi di lavoro mediante tecnologie digitali e servizi innovativi che consentono alle persone di lavorare in modo più smart, ovunque si trovino.

Grazie a competenze e capacità organizzative maturate in oltre 85 anni di storia, Ricoh si pone come un’azienda leader in ambiti strategici quali i servizi digitali, la gestione delle informazioni e le soluzioni di stampa, supportando le imprese nella trasformazione digitale e nel miglioramento delle performance di business.

Con sede principale a Tokyo, il Gruppo Ricoh è presente in tutto il mondo con prodotti e servizi che aiutano le aziende di oltre 200 Paesi a lavorare in modo più efficiente e produttivo. Nell’anno fiscale conclusosi a marzo 2022 ha realizzato un fatturato complessivo di 1.758 miliardi di yen (circa 14,5 miliardi di dollari).

Per ulteriori informazioni, visitare il sito www.ricoh.it

RICOH
imagine. change.

www.ricoh.it

Dati e cifre riportati in questo depliant si riferiscono a casi specifici. Situazioni differenti possono produrre risultati diversi. Tutti i nomi di società, marchi, prodotti e servizi sono di proprietà e sono marchi registrati dei rispettivi titolari. Copyright © 2023 Ricoh Europe PLC. Tutti i diritti sono riservati. Questo depliant, inclusi i contenuti e /o l’impaginazione, non può essere modificato e /o adattato, copiato in tutto o in parte e/o inserito in altro materiale senza l’autorizzazione scritta di Ricoh Europe PLC.