

**Mr.VJ l'indiano che sta cambiando il mondo della stampa con Print 2.0.
Libri e giornali personalizzati da stampare on demand, per risparmiare carta
e disporre di contenuti ad hoc
(Corriere Economia, giugno 2007)**

Una ventina di anni fa i guru dell'informatica profetizzavano l'arrivo della "paperless society". Un mondo in cui, grazie alla nuova frontiera digitale, da scrivanie e uffici sarebbero spariti documenti cartacei e faldoni. Ebbene, che ne è stato? «Semplicemente questo scenario non si è mai realizzato, anzi possiamo calcolare che in questi anni il consumo di carta sia decuplicato». A dirlo non è una persona qualunque. Bensì Vyomesh Joshi, il numero uno delle stampanti di casa Hewlett Packard. Al quale viene attribuita la paternità delle cartucce a colori ricaricabili. Ed è lui che nell'ultimo anno ha portato nelle casse di Hp 30 miliardi di dollari. Cifra che da sola rappresenta un terzo dell'intero fatturato. Spiega a Corriere Economia che lo ha incontrato a New York, all'annuale convegno sulla stampa digitale: «basta pensare che nell'ultimo anno nel mondo sono state stampate 4500 miliardi di pagine, provenienti da documenti digitali, Internet e materiale fotografico». Un numero impressionante, da Guinness. Perché, ipotizzando di mettere in fila tutti questi fogli dattiloscritti, si compirebbe 32 mila volte il giro dell'equatore.



Ma un altro dato emerge con chiarezza dal meeting newyorkese. Il 48% di queste pagine, stampate da casa e ufficio, provengono da contenuti catturati sul web. Mentre il 19% arriva da documenti scritti con i tradizionali word-processing (come ad esempio Word) e un 7% lo produciamo con le stampe di e.mail. Ma perché siamo così spreconi quando dobbiamo cliccare sul comando di stampa? Una delle cause Mr.Vyomesh Joshi (che tutti chiamano VJ) la imputa alla duplicazione, spesso inutile, di documenti multimediali e fotografici. Colpa del Web 2.0. Della sua spinta collaborativa che invoglia gli utenti a produrre contenuti, fotografie e testi. Con collegamenti online, i cosiddetti link, che a loro volta conducono ad altre pagine da stampare.

Allora come porre rimedio al crescente consumo di carta: «dobbiamo disporre in tempo reale delle sole pagine di cui si ha bisogno, senza frenesia di duplicare a priori interi documenti – suggerisce VJ – per farlo occorre che le informazioni siano condivise su Internet in spazi comuni, da cui attingere le stampe solo nel momento opportuno». Un esempio arriva dal sito *snafish.com*. Qui ogni utente, in modo gratuito può realizzare album virtuali di fotografie e contenuti multimediali, con la possibilità di chiedere la stampa a centri esterni. Un servizio on demand che evita sprechi e doppioni.

VJ, è arrivato dall'India 26 anni fa. In tasca una laurea in ingegneria e 200 dollari. Con la richiesta di assunzione Hp a Palo Alto. La sua carriera che definisce «piena di opportunità» è sempre stata legata al mondo delle stampanti. Fino a occupare la poltrona più alta. Da qualche tempo lavora a un nuovo modo per stampare documenti. Quello che definisce la modalità Print 2.0: «gli utenti vogliono personalizzare i contenuti che catturano dal web. Desiderano confezionare informazioni mettendo assieme diverse fonti, sfruttando quello che definisco il sistema pull».

Secondo VJ, oltre alle informazioni sulla tradizionale carta stampata, già oggi ognuno può realizzare il "suo giornale". Da stampare ad hoc tra le mura domestiche, con informazioni selezionate da blog, forum, iscrizioni ad e.mail e fonti specializzate. Ma non solo. A VJ, guardando sua figlia mentre preparava le lezioni del liceo, è venuta un'altra idea. E spiega: «quante volte abbiamo visto i nostri ragazzi andare a scuola con cartelle cariche di libri. Testi con carta patinata, utilizzati in minima parte e sostituiti ogni anno da nuove pubblicazioni».

Ebbene nel mondo del Print 2.0 di VJ anche educazione e formazione cambieranno. Ogni studente integrerà gli appunti personali presi durante le ore di scuola, con le lezioni del professore messe sul web in forma digitale. Per poi aggiungere ricerche svolte con Wikipedia e altre enciclopedie multimediali. E magari la visita a uno dei numerosi cybermusei e biblioteche online. Il risultato: «un "unicum", un libro fatto dallo studente secondo le proprie esigenze, da condividere con i compagni di classe». I vantaggi? «un'opera viva e dinamica, da stampare in parte e solo quando serve».

Certo un'idea che non piacerà a editori e autori tradizionali. Ma questa secondo VJ è una realtà con cui bisogna fare i conti. Ne sanno qualcosa le case discografiche, dopo la rivoluzione della musica digitale Mp3. E i produttori di filmati con l'arrivo dei fenomeni web come YouTube. «Ebbene penso che un ciclone analogo stia per abbattersi su chi produce libri di testo cartacei». Di questo il vulcanico indiano di Hp ne è più che convinto. E l'azienda di Palo Alto non può che ringraziarlo. Per avere azzeccato le strategie di vendita di quasi mezzo miliardo di stampanti. Messe a segno da Mr.VJ in 26 anni di onorata carriera.

Mercato stampanti Europa

Produttore	Vendite 2006
Hewlett-Packard	40.5%
Canon	15.9%
Epson	13.7%
Lexmark	9.9%
Brother	4.9%
Altri	15.1%
Totale	100.0%

Fonte: Gartner Dataquest (Febbraio 2007)