

Fontana Print, la tradizione che sposa le nuove tecnologie

PREMIO SVC / L'azienda familiare, fondata nel 1957, è attiva nei settori della tipografia, della legatoria e dell'editoria. Grazie a numerose competenze mira a soddisfare clienti estremamente diversificati per ambiti di attività ed esigenze

Gian Luigi Trucco

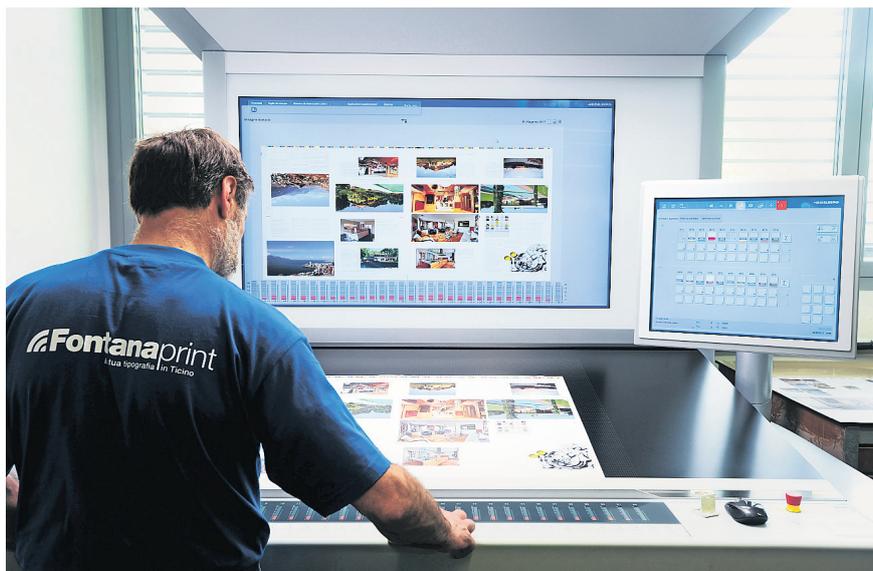
«Tradizione proiettata nel futuro» recita uno degli slogan dell'azienda; sintesi di storia e tecnologie avanzate, arte e scienza. Ma il viatico è soprattutto la passione, quella instillata dal fondatore Renato Fontana e che il figlio Ruben, direttore con il fratello Raoul, indica, con una fortunata immagine, come «passione per sfogliare piuttosto che cliccare».

Oggi Fontana Print, già vincitrice del Swiss Print Award ed ora finalista per il Prix SVC 2022, è un'azienda familiare leader nell'industria grafica. Un percorso segnato da tenacia, lungimiranza ed investimenti, che inizia nel 1957 e vede 65 anni di evoluzione in tutte le componenti dell'attività, dalla prestampa alla tipografia, dalla postpress alla legatoria ed all'editoria.

Un pioniere

Il fondatore Renato Fontana, scomparso nel 2011, può essere a giusto titolo considerato un pioniere dell'arte della stampa e della grafica moderna in Ticino. Del resto, il Museo a lui intitolato, ospitato dal 2017 nell'immobile aziendale, lo testimonia, con la ricca raccolta di «macchine», tutte restaurate e perfettamente funzionanti, che hanno segnato la storia dell'industria, dalla Linotype alle macchine per scrivere, dai torchi ai banconi con le casse di caratteri mobili di piombo, dalla stampatrice Victoria del 1930 al torchio Brisset per litografia del 1880 ed altro ancora, per la gioia dei numerosi visitatori, grandi e piccoli. Un abisso tecnologico al confronto dell'attuale macchina da stampa Heidelberg a 10 colori, alla realtà aumentata, al laser ed al digitale.

L'azienda, nata nel 1957, si trasferirà più volte, dalla prima sede di viale Cassarate a Lugano, col crescere degli im-



Fra le attività principali vi è anche la pubblicazione di riviste dedicate al territorio ticinese.



La nostra logistica ci permette di servire oltre 1.200 clienti su tutto il territorio nazionale in tempi rapidi
Ruben Fontana
direttore

pegni, fino a quella attuale di via Maraini. Si introducono tecnologie sempre nuove, dalla stampa offset alla fotocomposizione, dai moduli continui alla prestampa computerizzata, fino alla stampa a 5, poi 10 colori, all'impiego del laser, alla stampa digitale in oro, argento e colori speciali, fino al plotter per la realizzazione di manifesti in grande formato ed alla creazione di un'applicazione di «realtà aumentata».

Nuove tecnologie

Esclusiva è anche la messa in funzione del Polar Digidot, con una tecnologia in grado di tagliare, perforare, piegare ed incidere un'ampia varietà di materiali, dalla carta al legno fino all'alluminio, realizzando soluzioni tipiche dell'arte giapponese del «kirigami». Un'evoluzione costante e multiforme, rivolta a soddisfare clienti estremamente diversificati per settori di attività ed esigenze.

Ma Fontana Print non è solo tipografia, sottolinea Ruben Fontana: «È stata fondamentale, nel 1978, la nascita di Fon-

tana Edizioni, che ha realizzato libri e riviste rivolte al territorio ticinese in tutti i suoi aspetti, storia, cronaca, costume, gastronomia, economia, diritto, sport. Un'operazione rischiosa, data la limitatezza del mercato, ma coraggiosa e segnata da successi sorprendenti, come quello della rivista «Terra Ticinese», della collana Arte e Cultura, oppure dei libri di Plinio Grossi, dedicati alle prospettive storiche nei vari decenni, che hanno rappresentato un vero e proprio salto per noi».

Un ricco catalogo

«Il catalogo - continua - è ricchissimo ed alcuni titoli, nel 2021, sono diventati dei best-seller, come la guida «Lugano, la bella sconosciuta», giunta alla terza edizione, i libri d'arte od i manuali di economia, fiscalità e diritto realizzati con la SUPSI».

«Ma le linee di crescita di Fontana Print seguono anche altre direttrici - aggiunge Ruben Fontana -, ad esempio attraverso acquisizioni e partnership. Siamo presenti con

varie sedi in tutto in Ticino ed oltre Gottardo, con partecipate, fra cui la Bubenbergh di Berna od aziende «amiche». La nostra logistica ci permette di servire gli oltre 1.200 clienti su tutto il territorio in tempi rapidi».

L'importanza del packaging

«Altro comparto per noi rilevante è quello del cartonnaggio e del packaging». E qual è la situazione a livello della reperibilità del personale? «Questo - risponde - è un punto critico. A livello locale pare che i giovani non siano attratti dal nostro mondo, complice forse la cultura di Internet e dei nuovi media, cerchiamo però di fare tutto quanto ci è possibile per sensibilizzarli e poter contare su di loro in futuro non solo a livello operativo».

Attenzione per l'ambiente

«Se l'attenzione - sottolinea - è rivolta ai prodotti ed ai clienti, non manca quella per l'ambiente. Per noi la Corporate Social Responsibility non è uno slogan ma una serie di iniziative concrete volte a ridurre i consumi energetici, la plastica, le emissioni, a eliminare la chimica nello sviluppo delle lastre, a riciclare i rifiuti ed altro ancora, fino all'ottimizzazione della logistica gomma-rotaia».

Manca la carta

Il mondo della stampa, e non solo, lamenta, oltre all'aumento dei costi energetici e di varie materie prime, anche la penuria di carta e l'impennata del prezzo. «Siamo stati preveggenti, ai primi sentori del trend che si sono manifestati, ed abbiamo fatto scorta, così che siamo in grado di soddisfare completamente le esigenze della clientela almeno fino all'estate. Quanto ai costi energetici, puntiamo su di un'estesa installazione di pannelli fotovoltaici. Questo è solo uno dei progetti a cui stiamo lavorando».