INTERVISTA

LE VIDEOCAMERE PER LA SICUREZZA IN AUTO

Dopo le action cam un nuovo apparecchio arriva ad ampliare il mercato dei dispositivi di ripresa. Sono le dash cam, videocamere di sicurezza che riprendono tutto quanto succede durante un viaggio in automobile. Garmin presenta Dash Cam 30 e Dash Cam 35. I due dispositivi "stand alone" ad alta definizione si collocano facilmente nell'abitacolo del veicolo e registrano in modo continuo e automatico tutto quanto succede durante il tragitto. L'accensione è sincronizzata con l'avvio del motore e lo spegnimento. Il sistema è dotato della funzione "Incident Detection" che salva automaticamente il file video in caso di impatto o brusco rallentamento.

Il presidente di CNA Comunicazione esorta i fotografi "a fare quadrato"

Andrea Nannini: "Rimbocchiamoci le maniche e ritroviamo l'orgoglio per ciò che siamo: inventori, narratori e custodi di emozioni. Scopriamo nuovi ambiti e dimensioni professionali".

Mauro Fabbri

La professione di fotografo è mutata radicalmente in pochi anni e oggi sta subendo ulteriori trasformazioni molto profonde. Come vivono il contesto lavorativo i fotografi che hanno maturato un po' di anni di onorata carriera? Quali sono le loro preoccupazioni? Ne abbiamo parlato con Andrea Nannini, Presidente Nazionale di CNA Comunicazione e Terziario Avanzato.

"Dopo molti anni di attività - o pochi tanto è uguale - a un imprenditore può capitare di domandarsi se ha fatto la cosa giusta scegliendo il mestiere che svolge, ad esempio il fotografo", sottolinea Andrea Nannini. *"Chi ha intrapreso la professione tempo fa, quando il fotografo dettava i tempi e tutti pendevano dalle sue labbra, sicuramente è riuscito ad avere belle gratificazioni. Ben diverso per chi ha iniziato in tempi recenti e si trova a competere sullo stesso piano di chiunque che, dotato di macchina fotografica o peggio di uno smartphone - studenti, persone che cercano un secondo lavoro per arrotondare, abusivi vari - ritiene di poter creare immagini e di proporle per la vendita. Che dire poi dei liberi professionisti di ogni genere dotata di fotocamera che ampliano l'oggetto sociale alla fotografia per darsi un'apparenza di regolarità fiscale, tant'è che magari anche qualche pubblica amministrazione li fa lavorare dimenticandosi di mettere a bando la fornitura delle immagini? Ma si sa bene che nel settore pubblico per i contratti "sottosoglia" - cioè forniture al di sotto di una certa cifra - e amici degli amici, una giustificazione si trova per tutto. Meglio non chiedere spiegazioni, specialmente a sindaci e amministratori locali che omettono di vigilare sugli evasori fiscali. La regola qui infatti è che (nel caso dei servizi fotografici, ma non solo) l'appalto buono tocca comunque a un amico o a un parente, poco importa se fa un mestiere che nulla ha a che fare con le immagini, basta sia nel 'cerchio magico'. Da questa cultura della paura a denunciare bisognerebbe affrancarsi, liberarsi, alleggerirsi. Ricordiamoci che il buon esempio è la prima vitamina per il cervello di chi ci guarda".*

LA SOLUZIONE È FARE SISTEMA

"La situazione è sempre più grave per chi esercita con serietà e competenza la professione di fotografo", prosegue Nannini. *"La recente vicenda che ha avuto come protagonista un importante ente pubblico che ha comprato a peso d'oro fotografie da una persona che le aveva scaricate da Internet è un esempio lampante della rovinosa deriva che stiamo subendo. Quindi cosa può fare oggi l'aspirante fotografo? Una soluzione è fare sistema. Unirsi con colleghi che lavorano in segmenti di mercato confinanti, ad esempio un grafico, un Web designer e un creativo per offrire servizi integrati molto più estesi che non la sola realizzazione delle immagini. Il fotografo diventa un esperto di comunicazione a 360 gradi".*

"Se mi chiedete: esiste una clientela con budget medio/piccoli - perché di questo stiamo parlando se ci riferiamo all'universo dei fotografi di provincia - che abbia l'esigenza di un servizio tanto strutturato? Rispondo in maniera affermativa: anche il macellaio e il piccolo ristorante hanno interesse a migliorare i risultati del proprio business tramite una pubblicità efficace... ".

Trovare nuovi ambiti professionali da esplorare e nuovi modi di svolgere il lavoro è un'ottima ricetta per sconfiggere l'inerzia, che nasce da stanchezza e rassegnazione indotte da un mercato senza regole. Dobbiamo reagire, chiedere il rispetto dei nostri diritti ma, soprattutto, rimboccarci le maniche e ritrovare l'orgoglio per quello che siamo: inventori, narratori e custodi di emozioni".

IL MANIFESTO DI CNA EDITORIA

Una buona traccia da cui prendere spunto potrebbe essere rappresentata dal manifesto di Cna Editoria recentemente presentato a Torino, Agrigento e Pisa. *"L'obiettivo di questo progetto e di altri analoghi è quello di generare opportunità di dialogo all'interno del sistema Cna tra fotografi ed editori producendo un risultato utile a entrambi"*, prosegue Nannini. *"Naturalmente l'impegno a coordinarsi, tanto quanto quello a continuare la formazione, non basta e non deve giustificare, ad esempio, l'assenza delle istituzioni nei confronti degli irregolari. I cittadini, men che meno gli imprenditori possono costringere gli amministratori a comportarsi bene. Cosa fare quindi? Certo non tacere, magari informare gli organi competenti: Guardia di Finanza in primis ma anche Polizia Municipale, sperando che l'abusivo di turno non sia amico o parente del vigile stesso nel qual caso sarebbe tempo perso... fidatevi succede più spesso di quanto crediate. E se succede chiedete conto, magari attraverso le colonne dei giornali locali, della loro inerzia nei confronti degli abusivi ricordando a tutti che, in questo caso, silenzio e connivenza diventano sinonimi. Può essere utile anche rammentare agli amministratori pubblici che la mancanza di denari della quale si lamentano è in parte riconducibile anche alle tasse non pagate dall'abusivo di turno".*

Andrea Nannini

Andrea Nannini, imprenditore pistoiese è al suo secondo mandato come Presidente Nazionale di CNA Comunicazione e Terziario Avanzato.

"Mettete in conto che quando farete sentire il vostro dissenso di professionisti e imprenditori sarete iscritti alla 'lista di proscrizione' del partito dominante del momento. Comunque non arrabbiatevi troppo: non vi avrebbero fatto lavorare lo stesso".

DIVIDI ET IMPERA

"Vale poi la pena di domandarsi se commettono un reato coloro che commissionano un servizio (specie se nel settore pubblico) a chi non ha professionalità e requisiti fiscali. È chiaro che chi si definisca fotografo senza averne le competenze millanta una professionalità inesistente. Considerando il fatto che è reato acquistare un bene contraffatto, lo è altrettanto comprare un servizio inadeguato...".

Vale anche la pena far riflettere i committenti - sposi vari, proprietari di aziende, editori - su come stanno le cose, facendoli capire che ci sono elementi di coscienza civica: le tasse che non paghi perché ti fanno un lavoro 'in nero' le pagherai comunque quando per portare tuo nonno all'ospedale ti chiederanno soldi perché la sanità è in deficit. Oppure quando dovrai cambiare gli ammortizzatori alla macchina perché il sindaco non ha riparato le buche nella strada perché non aveva i soldi. Si torna così all'inizio della storia, dove gli amministratori pubblici agiscono con leggerezza e i cittadini, come gli imprenditori, accettano supinamente. Un tempo si diceva 'Dividi et impera'. Se quelle poche migliaia di fotografi sopravvissuti non impareranno subito a collaborare tra loro, tra qualche anno saranno una specie in via di estinzione. Vale la pena citare il celebre testo di Bertold Brecht: "Prima di tutto vennero a prendere gli zingari, e fui contento, perché rubacchiavano. Poi vennero a prendere gli ebrei, e stetti zitto, perché mi stavano antipatici. Poi vennero a prendere gli omosessuali, e fui sollevato, perché mi erano fastidiosi. Poi vennero a prendere i comunisti, e io non dissi niente, perché non ero comunista. Un giorno vennero a prendere me, e non c'era rimasto nessuno a protestare".

FotoNews

IL PRIMO TABLOID DEDICATO AI PROFESSIONISTI DEL MERCATO FOTO-VIDEO-IMAGING & PHOTOFINISHING

ASCOFOTO CONFCOMMERCIO

TAMRON
Polyphoto rinnova la serie di obiettivi Tamron SP con un 35 mm e un 45 mm f/1,8 ottimizzati per le reflex full frame Canon e Nikon.

» pagina 6

MANFROTTO
Cover antiurto, aggiuntivi ottici, illuminatori led, supporti e treppiedi per trasformare l'iPhone in una fotocamera versatile.

» pagina 6

NITAL
Joby Action Grip: l'impugnatura con asta telescopica galleggiante per realizzare video riprese da angolazioni non convenzionali con le action cam.

» pagina 8

SIGMA
Si sono aggiudicati gli Eisa Awards gli ottimi 24 mm F1.4 Art e 150-600 mm F5-6.3 Sport.

» pagina 14

EDITORIALE

L'e-commerce cambia il negozio fisico

IL COMMERCIO ELETTRONICO per alcuni negozianti è un concetto tabù. Una parola da non pronunciare quasi fosse una sorta di anatema. In realtà questa relativamente nuova forma di consumo sta costantemente guadagnando acquirenti: il comparto ha chiuso l'anno passato con un sostanzioso +17% rispetto ai dodici mesi precedenti facendo registrare un fatturato complessivo di 14,6 miliardi di euro. Va da sé che è una realtà ormai impossibile da ignorare anche per i professionisti del commercio più tradizionalisti e conservatori... Infatti, il punto nodale non è tanto il successo del commercio elettronico quanto il suo impatto globale sulle abitudini di acquisto dei consumatori. È proprio il caso di dire: dopo l'e-commerce nessun negozio sarà mai più come prima.

Gli operatori delle vendite on-line (naturalmente ci riferiamo alle realtà sane e corrette) stanno riscrivendo le regole di tutte le attività commerciali e inevitabilmente influenzano anche i negozi fisici che per reazione stanno adottando le logiche e gli strumenti dell'e-commerce, ripensando l'organizzazione degli spazi per l'esposizione e spostando gran parte dell'offerta dagli scaffali alle vetrine digitali sul Web, ottenendo tra l'altro anche un sempre benvenuto contenimento di costi.

Roberto Liscia, Presidente del Consorzio del Commercio Elettronico Italiano ha sottolineato che: *"Internet non è un negozio che vende a prezzi più bassi. Definirlo così è un errore di prospettiva. Internet è un negozio infinito per la vastità e la quantità di merci che fa entrare, che può ospitare. È un supermercato planetario, in cui le logiche della distribuzione vengono riscritte. Ragionare in modo locale, particolare, paga poco".*

È importante che i negozianti tradizionali comprendano a fondo le opportunità offerte dal Web e imparino a padroneggiare strumenti in grado di potenziare, in maniera fino a pochi anni fa impensabile, la propria attività. Ad esempio, oggi i clienti possono ordinare on-line un prodotto o una lavorazione di stampa comodamente seduti sul divano di casa e passare in negozio il giorno dopo a ritirarli. Ma ciò che è ancora più importante è cogliere le sfaccettatture della trasformazione, stimolata dall'e-commerce, che sta rendendo ogni vendita un'esperienza emozionale, un evento non più passivo, ma ad alto tasso di coinvolgimento e che spesso diviene addirittura social.

Mauro Fabbri
mauro.fabbri@toppress.it

COVER STORY » pagina 4

STAMPA CHIMICA INIZIA UNA NUOVA ERA

Fujifilm sostiene le tecnologie fotochimiche. Importanti novità nei prossimi mesi.

Record: 95 milioni di obiettivi Nikkor

L'inossidabile successo di una gamma forte di oltre 90 modelli.

» pagina 10

La scelta migliore per il reportage

Canon EF 35mm f/1,4L II USM con un'innovativa lente BR.

» pagina 12

OLYMPUS

E-M10 Mark II

Polyphoto presenta la nuova "full metal" camera dotata dell'efficiente tecnologia di stabilizzazione dell'immagine su 5 assi.

» pagina 16

LOWEPRO

Borse per l'avventura

Nuovi contenitori tecnici ad alte prestazioni per il trasporto e la protezione del corredo fotografico.

» pagina 18

LEXAR

Le ultra veloci

Ideali per applicazioni professionali, le nuove SD Lexar 1000x arrivano ora a una capienza di 256 GB.

» pagina 8

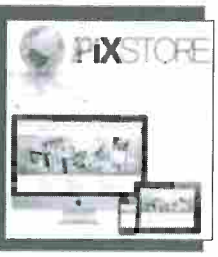
I FOTOGRAFI DEVONO "FARE QUADRATO" CONTRO ABUSIVISMO E CONCORRENZA SLEALE

Andrea Nannini, Presidente Nazionale di CNA Comunicazione: "Rimbocchiamoci le maniche e ritroviamo l'orgoglio per ciò che siamo: inventori, narratori e custodi di emozioni. Scopriamo nuovi ambiti e dimensioni professionali".

» pagina 22

SPC SOFTWARE PRINTSTORE E PIXSTORE IL FOTONEGOZIO DA OGGI È "SEMPRE APERTO"

L'azienda partenopea presenta una piattaforma completa di soluzioni per migliorare il livello di servizio e le performance commerciali. I sistemi on-line di SPC permettono di raggiungere i propri clienti in qualsiasi posto e orario per offrire loro lavorazioni stampa in real time.



» pagina 20

Top Press - Foto News: mensile settembre - n. 7/2015 - Poste Italiane S.p.a. - Sped. in A. P. - D. L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n°46) art.1, comma 1-LO/MI