

SPECIALE | Printing



## UN MERCATO A DUE FACCE

Le aziende spendono meno in soluzioni hardware e in consumabili, mentre si affidano sempre di più ai servizi gestiti. Cloud e mobile sono i due trend principali, ma si fa spazio anche il green.

**I**n totale fanno 3,2 miliardi di euro. È questo il valore dell'office printing oggi in Italia per **Asso.it**, l'Associazione dei produttori di sistemi di stampa e di gestione documentale, secondo cui il segmento office/business rappresenta il 40% dei volumi e oltre il 90% del valore complessivo. Numeri e cifre che, se scomposti, evidenziano però due tendenze inversamente proporzionali: una è l'appiattimento o il calo contenuti, ma abbastanza costanti, del business delle soluzioni hardware e dei consumabili; l'altra, parallela, è la regolare crescita dei servizi di stampa gestiti. Nel primo caso, secondo Asso.it si dovrebbe passare dal giro d'affari di 2,58 miliardi di euro del 2015 ai 2,55 di quest'anno, per scendere ancora a 2,51 miliardi

nel 2017. Il mercato del printing nella Penisola è quindi trainato sempre più dai servizi, in procinto di passare dai 620 milioni di valore dell'anno scorso ai 686 del 2016, con tassi di crescita annuali del 10%. In totale, per il 2017 Asso.it stima un volume d'affari di 3,27 miliardi di euro per l'intero settore, con i servizi che contribuiranno al 23% del business complessivo. "Il loro merito è la certificata capacità di ottimizzazione e razionalizzazione apportata all'organizzazione", spiega **Teresa Esposito**, marketing director business group di **Canon Italia**. "L'attuale tendenza per i managed print service è l'allargamento a nuovi segmenti di mercato, ovvero dalla grande azienda verso la media impresa", aggiunge Esposito. Fra le tendenze puramente tecnologiche, in-

## SPECIALE | Printing

vece, vanno citati il cloud e il mobile printing, che più di tutti soddisfano l'esigenza di poter lavorare ovunque e virtualmente da qualsiasi dispositivo. Secondo stime di **Idc**, la stampa da mobile è cresciuta dal 2008 a oggi a un tasso annuale composto del 20%, con una decisa accelerazione nell'ultimo quadriennio, ed entro il 2018 il 75% della forza lavoro sarà costituito da dipendenti "mobili". **Technavio** punta ancora più in alto, calcolando una crescita globale del 32,5% nel periodo 2014-2019. Un cambiamento scaturito anche dall'ingresso nel mondo del lavoro delle nuove generazioni "digitali". I numeri positivi traineranno in parallelo anche una maggior richiesta di soluzioni per la sicurezza e di tecnologie di stampa wireless, come per esempio la Near Field Communication (Nfc).

La nuvola e le soluzioni senza cavi, sempre più pratiche ed economiche, stanno vivendo un ottimo momento anche nel segmento Soho (small office-home office), dove si tende a preferire il "tutto in uno" per garantirsi bassi costi iniziali e di esercizio, funzionalità elevate e una grande affidabilità. "L'utente è sempre più esperto ed esigente e l'abbandono progressivo di fasce di prodotto economiche da parte di diversi vendor ha spostato l'asticella del valore verso l'alto", sottolinea **Marco Zanella**, marketing product manager di **Brother**. Diversa la situazione tra le Pmi del nostro Paese, che rappresentano la quasi totalità delle aziende tricolori e che nel 2015 hanno contribuito al 77% del valore totale del printing italiano. "L'utilizzo del WiFi nella piccola e media impresa non è ancora così diffuso, in quanto realtà di questo genere si affidano molto alla connessione cablata, soprattutto per garantire la sicurezza". Nell'ambito delle grandi imprese (18% del giro d'affari complessivo) si riscontra invece un'altra esigenza: ottimizzare il parco macchine, integrando facilmente i dispositivi all'interno della rete aziendale e personalizzandoli a se-

conda dei bisogni specifici. Ma sempre con l'obiettivo finale di razionalizzare la spesa e di rendere più efficienti anche i flussi di lavoro. "In ufficio si stampa sempre meno e si riducono i documenti cartacei in favore di quelli elettronici, in tutti i segmenti di business", spiega **Nicola Vargiu**, products & channel marketing manager, value products and solutions di **Ok! Systems** Italia. "E, in contemporanea, si stampa meglio, con una conseguente razionalizzazione del parco macchine aziendale.

snelliscono e ottimizzano la comunicazione delle aziende clienti fornendo loro supporto a livello di consulenza, di software e di implementazione. Il tutto in un'ottica di riduzione dei volumi di stampa, sia per esigenze di taglio di costi sia per diminuire l'impatto ambientale. Il secondo aspetto "è confermato da una ricerca condotta durante il Cebit 2016: l'89% dei professionisti europei dell'IT intervistati ha affermato che nel corso degli ultimi tre anni le considerazioni ambien-



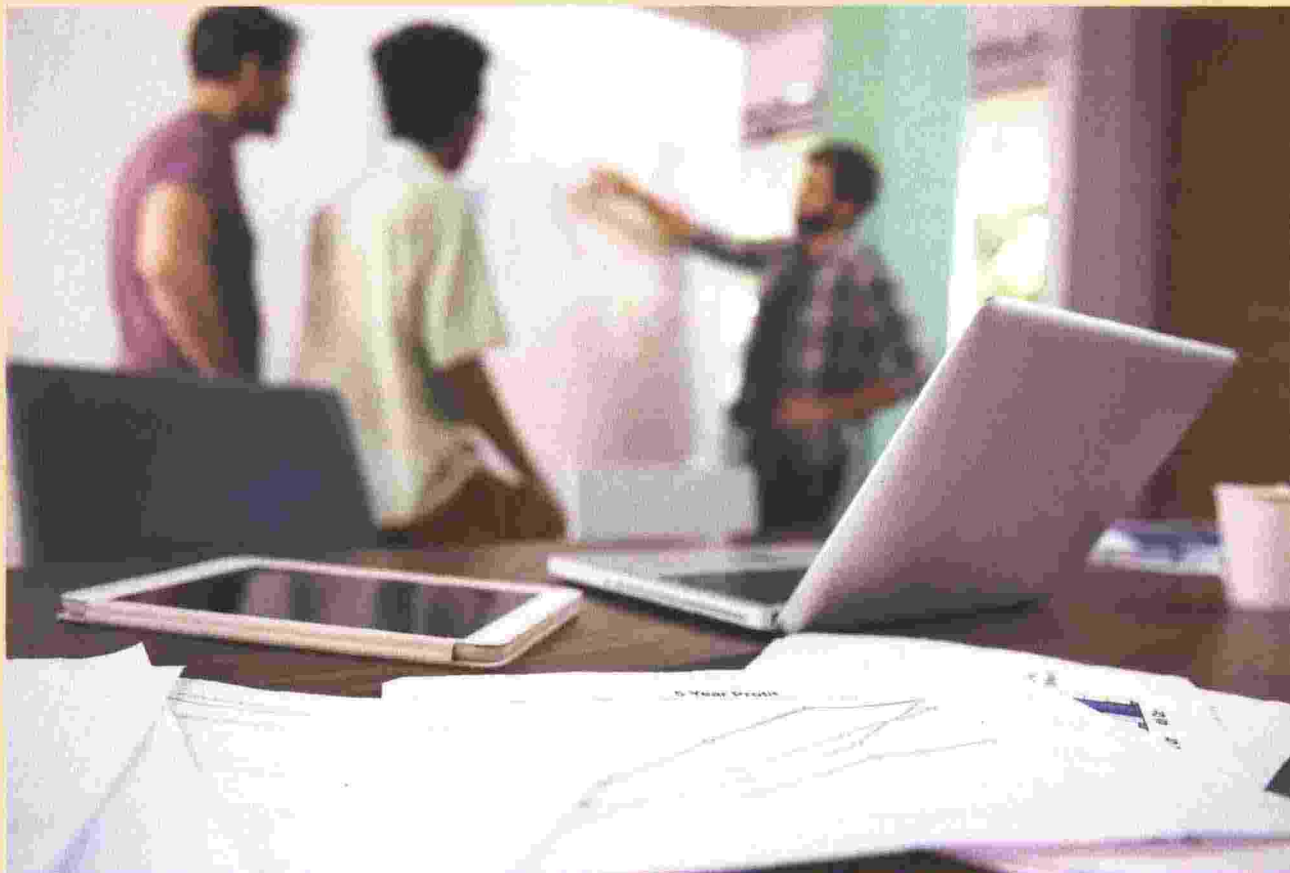
Da qui la crescente necessità di integrare la stampa e la gestione documentale all'interno dei sistemi e dei processi aziendali".

È chiaro quindi come il mercato sia oggi in costante trasformazione, malgrado possa essere percepito dall'esterno come statico e ancorato a logiche tradizionali. Ne è prova la prossima incarnazione dei servizi gestiti che, secondo le imprese, si trasformeranno presto nei più ampi "managed content service": soluzioni che razionalizzano,

tali sono diventate più importanti o si sono comunque mantenute costanti", aggiunge **Flavio Attramini**, head of business sales di **Epson** Italia. Le dimensioni dell'impresa contribuiscono, tuttavia, a cambiare la percezione della forza lavoro. "Nelle aziende con oltre cinquecento dipendenti il 62% dei partecipanti pensa che la sostenibilità sia sempre più rilevante, mentre si scende al 41% nelle realtà con meno di dieci persone".

*Alessandro Andriolo*

SPECIALE | Printing



## IL CLIENTE HA SEMPRE RAGIONE

I vendor devono soddisfare aziende sempre più esigenti, costrette a contenere i budget ma in cerca di soluzioni con funzionalità avanzate: dall'hardware al software, passando per l'integrazione dei sistemi e la gestione documentale.

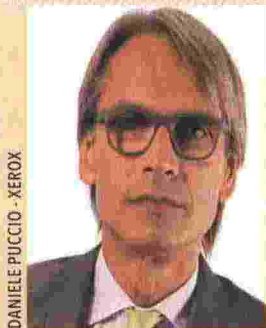
**L**a mobilità, il cloud e un approccio al lavoro più flessibile e smart hanno ormai spinto i principali produttori di stampanti a fornire soluzioni in grado di adattarsi al meglio alle aziende di oggi. Aziende in cerca di una netta riduzione dei costi, ma che non vogliono rinunciare alle funzionalità più avanzate e che sembrano seguire sempre più la tendenza ad acquistare dei dispositivi multifunzione piuttosto che delle semplici stampanti. "La nostra gamma di soluzioni e prodotti per la gestione

documentale è molto ampia e viene rinnovata di continuo per rispondere a nuove tendenze ed esigenze", sottolinea **Stefano Gelmetti**, product marketing manager di **Ricoh** Italia. Nel corso del 2016 il produttore lancerà 52 nuovi modelli di dispositivi multifunzione e di stampanti, sia a colori sia in bianco e nero. "Abbiamo da poco introdotto le soluzioni monocromatiche Mp 305+Sp e Mp 305+Spf, due modelli A4 che dispongono però di funzioni di stampa, copia e scansione A3. Proprio per agevolare tendenze quali la

SPECIALE | Printing

mobilità e il lavoro intelligente, sono dotati entrambi di Ricoh Smart Operation Panel, uno schermo touchscreen da 10,1 pollici simile a quello di un tablet, che grazie a un'interfaccia intuitiva e personalizzabile semplifica e velocizza le attività. Il pannello si collega direttamente con i dispositivi mobili utilizzando la connessione Nfc, il Bluetooth oppure con la lettura di un codice Qr". Si è concentrata molto sul lato software **Brother**, che "negli ultimi anni ha arricchito sempre di più i terminali di stampa con funzioni legate al cloud, interfacce aperte personalizzabili e molteplici kit di sviluppo software per venire incontro alle esigenze specifiche di vari utenti finali, inclusi quelli 'sul campo'", illustra **Marco Zanella**, marketing product manager di Brother. "Poniamo grande attenzione alla facilità di utilizzo, alla gestione flessibile della carta e all'affidabilità dei dispositivi, ormai parte integrante delle attività svolte negli uffici. Si va quindi dalle stampanti e dai multifunzione professionali laser monocromatici, laser a colori e inkjet, fino ad arrivare alle stampanti portatili a tecnologia termica e agli scanner". Anche **Xerox**, oltre ad aver perfezionato di recente la componente hardware del proprio portafoglio, ha lanciato la tecnologia software Connect Key. "Abbiamo pensato di garantire l'investimento dei nostri clienti nel tempo", commenta **Daniele Puccio**, presidente, amministratore delegato per l'Italia e general manager, Ecg Southern Region. "Connect Key permette di

ottenere l'ultima versione del dispositivo multifunzione senza doverlo sostituire: con un semplice aggiornamento software gratuito si possono aggiungere nuove funzionalità, come patch di sicurezza o applicazioni, utili a risolvere in modo semplice le esigenze del cliente". Esigenze che riguardano anche tutta la gestione dei flussi documentali, in particolar modo nell'ambito del printing professionale. "Prisma è un vero e proprio Erp di tutto il centro stampa, che permette di gestire in modo efficace i flussi in entrata e in uscita, sia cartacei sia digitali", spiega **Teresa Esposito**, marketing director business group di **Canon Italia**. L'offerta del colosso giapponese tocca poi altri tre settori, vale a dire l'information management (con soluzioni verticali e dedicate a risolvere specifiche esigenze per facilitare il cammino verso la trasformazione digitale); la gestione dell'output per traghettare le imprese verso i managed content service (il fiore all'occhiello, in questo caso, è la piattaforma uniFlow) e, infine, il printing di nuova generazione. "Abbiamo appena lanciato la Generation 3 delle nostre stampanti Office imageRunner Advance, dispositivi con funzioni avanzate di scansione che consentono anche il riutilizzo delle informazioni provenienti dai documenti", continua Esposito. "Oggi su tutti i modelli possiamo convertire un cartaceo in diversi formati, come Ooxml, Pptx o Docx, per riutilizzarlo con Powerpoint o Word. È inoltre presente di serie la funzionalità di scansione che permette



DANIELE PUCCIO - XEROX



FLAVIO ATRAMINI - EPSON



LUCA MOTTA - HP

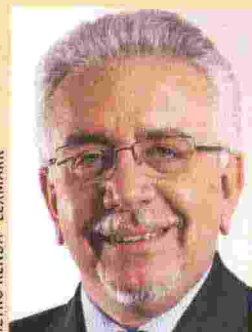
MARCO ZANELLA - BROTHER



NICOLA VARGIU - OKI SYSTEMS



PIETRO RENDA - LEXMARK

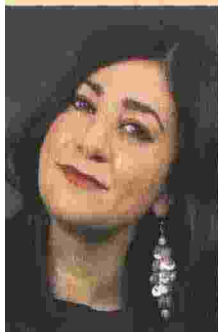


di rilevare le pagine bianche all'interno dei documenti acquisiti. Infine, ma non meno importante, è la dotazione di un 'remote operator' che consente all'IT manager di interagire con il pannello del dispositivo da remoto, per scopi di helpdesk, configurazione o service". La parola d'ordine, comunque, è una soltanto: integrazione. Un obiettivo perseguito ormai a tutti i livelli e tradotto, dal punto di vista dell'hardware, nel costante abbandono delle stampanti più piccole in favore delle multifunzioni dipartimentali "intelligenti". Una tendenza condivisa anche da **Oki Systems**: il futuro del printing sta proprio nell'integrare i sistemi di stampa con i flussi di dati. "I dispositivi della serie Mc800 dispongono, compreso nel prezzo della macchina, della soluzione Sendys Explorer, un sistema documentale light", illustra **Nicola Vargiu**, products & channel marketing manager, value products and solutions del gruppo nipponico. "Quest'applicazione permette di acquisire documenti da varie fonti e di convertirli, distribuirli o caricarli su server, oltre a salvarli sulle più diffuse piattaforme cloud come Google Drive, Microsoft SharePoint, OneDrive e Dropbox. In questo modo si ha una maggiore flessibilità per modificare, accedere, stampare, recuperare e condividere i file, oltre che per operazioni di ricerca nei contenuti appena digitalizzati. Oggi quindi il multifunzione non serve più solo a stampare e a copiare, ma anche a elaborare dati in modo intelligente, a navigare in Inter-

net e ad archiviare e condividere dati sul cloud". È, invece, un'offerta unica nel suo genere quella proposta da **Hp**, che ha investito molto per lanciare sul mercato la tecnologia PageWide: un brevetto diventato poi una vera e propria linea di prodotto, a fianco delle classiche inkjet e laser. Grazie all'impiego di oltre 200 mila ugelli montati su una barra di stampa fissa che copre l'intera ampiezza della pagina, PageWide riduce i tempi di produzione, in quanto i dispositivi non devono più spostare il foglio per riposizionarlo continuamente. Utilizzando più barre assemblabili insieme è, inoltre, possibile adattare questa tecnologia a fogli e stampanti di diverso formato. "Per quanto riguarda l'inkjet, spaziamo dal mondo consumer a quello home office, fino a quello delle Pmi", illustra **Luca Motta**, printing business director di Hp Italia. "Ad esempio, l'ultima serie Hp OfficeJet Pro 8000, caratterizzata dal nuovo design Hp Print Forward, fornisce ai clienti produttività ad alte velocità, in un design compatto che aiuta a preservare spazio in ufficio. Sul fronte della tecnologia laser, invece, abbiamo presentato un'importante innovazione per le cartucce, denominata JetIntelligence: una nuova formulazione del toner Hp ColorSphere 3 incrementa le performance in termini di produttività, garantendo consumi e costi di gestione ridotti". È la medesima promessa di **Epson**, che ha scelto però di puntare con decisione sulle soluzioni a getto d'inchiostro, proponendo in par-



**SPECIALE** | Printing



TERESA ESPOSITO - CANON



STEFANO GELMETTI - RICOH

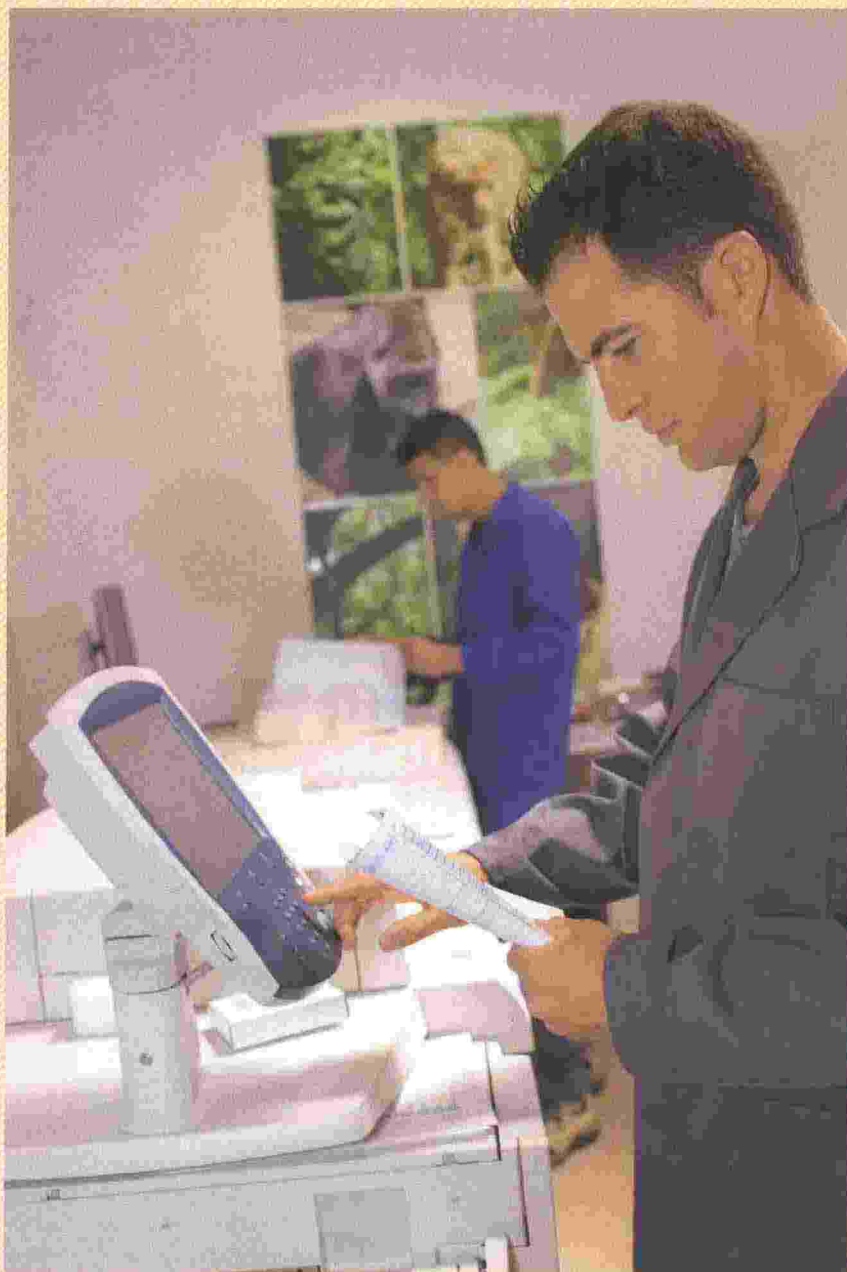
mercato nuovo, tuttavia per come è posizionato offre due vantaggi. Il primo è per gli utenti finali, che possono beneficiare del costo per copia a colori più economico del mercato rispetto a prodotti della stessa fascia. Sebbene vi siano segnali di ripresa, infatti, la crisi economica è ancora attuale e costringe le aziende con budget ridotti a tenere più a lungo le stesse stampanti

e multifunzione. I rivenditori, invece, realizzano un margine maggiore rispetto a qualsiasi prodotto della concorrenza venduto a parità di prezzo. Lo evidenziano i dati di una nostra recente analisi. Questo perché nel costo dell'hardware sono inclusi le parti di ricambio, il kit per il mantenimento e le unità fotoconduttore".

*Alessandro Andriolo*

ticolare due tecnologie molto simili ma destinate a diversi tipi di utenze. "La linea Workforce Pro Rips (Replaceable Ink Pack System) è dotata di sacche di inchiostro ad altissima capacità, al posto delle tradizionali cartucce, che permettono di stampare fino a 75mila pagine prima di doverle sostituire", chiarisce **Flavio Attramini**, head of business sales di Epson Italia. A detta di Attramini, in questo modo si possono abbattere i costi di gestione (energetici e di manutenzione) anche dell'89%. Senza rinunciare ai vantaggi della serie di multifunzione Workforce Pro: produttività, efficienza e ridotto impatto ambientale. La seconda linea, la Ecotank, è pensata per il segmento small office-home office ed è costituita da multifunzione per i piccoli uffici che "stampano elevati volumi e che desiderano bassi costi e alta qualità. Grazie ai serbatoi ricaricabili ad alta capacità, con una autonomia sino a 11mila pagine, le Ecotank coniugano convenienza, praticità, qualità e affidabilità in un'unica soluzione".

Per seguire e alimentare il mercato della stampa laser (circa un milione di macchine circolanti in Italia) declinato su dispositivi all-in-one, **Lexmarx** ha lanciato infine il tutto in uno "smart" CX860, definito dallo stesso vendor come "A3 killer". "Il celebrato formato A3 resta un prodotto di nicchia, utilizzato soprattutto in ambito finance e advertising", commenta **Pietro Renda**, channel and supplies sales director di Lexmark. Il CX860 "è un A4 che sfida le A3. Per noi è un



SPECIALE | Printing



## LA NUOVA ERA DEI SERVIZI **GESTITI**

Riduzione dei costi, sicurezza e flessibilità sono i tre principali vantaggi dei managed print service, che ormai possono essere tagliati su misura per aziende di qualsiasi dimensione e per vari settori di mercato.

“ Il mercato dei servizi di stampa gestiti si caratterizza per un alto tasso di crescita e per la numerosa casistica di riconferma dei contratti”. È netto il giudizio di **Marco Zanella**, marketing product manager **Brother**, sullo stato attuale dei managed print service (Mps), che stanno contribuendo sempre più a sostenere il mercato generale del printing grazie a tassi di crescita annuali del 10%. Gli Mps sono quindi i veri protagonisti di oggi e vengono richiesti dalle aziende perché consentono di monitorare il parco macchine installato e, di conseguenza, di ridurre i costi anche in maniera sensibile. Il secondo vantaggio evidente è la flessibilità dei programmi offerti dai

vendor, che si possono adattare alle esigenze delle singole realtà. Anche di quelle più piccole. “Brother dispone di un programma dedicato proprio alle piccole e medie imprese”, aggiunge Zanella. “Le offerte di Mps di Brother lavorano infatti con la formula ‘acquisto e stampa’: l’hardware può essere escluso dal servizio. Il programma viene gestito con un portale semplice e completo, che permette di monitorare e amministrare in maniera immediata le periferiche di stampa”. Una corretta gestione dell’installato non può, ovviamente, escludere le funzionalità di sicurezza, basilari per consentire ai manager It di avere sempre sott’occhio la situazione. La protezione dei dati, infatti, si conferma ancora la princi-

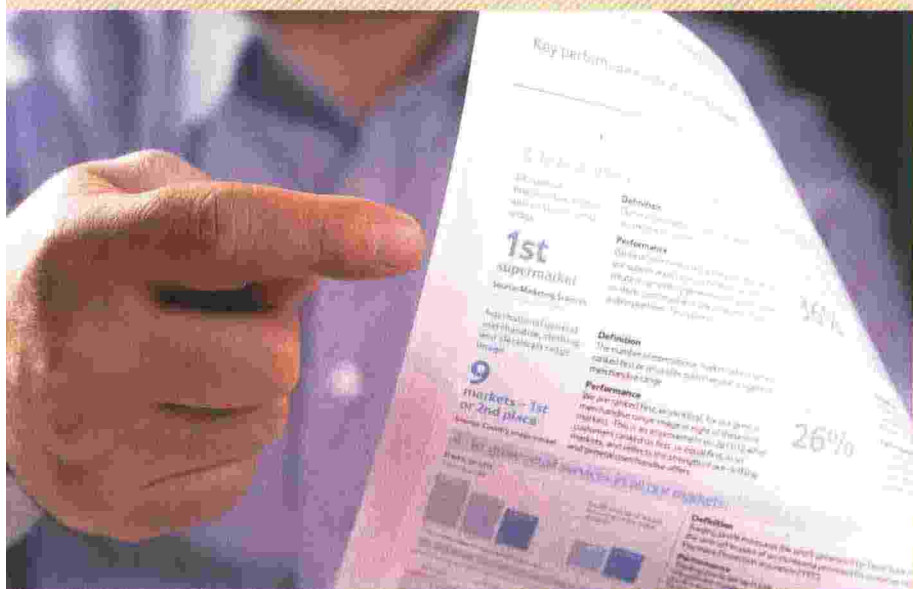
**SPECIALE | Printing**

pale preoccupazione per i responsabili aziendali. “Con la nuova offerta di Mps focalizzata sulla sicurezza, chiamata Hp Secure Managed Print Services, vogliamo fornire un servizio che dia agli esperti la possibilità di aiutare i clienti a salvaguardare il proprio ambiente di stampa con le più potenti protezioni disponibili nel settore”, chiarisce **Luca Motta**, printing business director di **Hp Italia**. “Mantenendo, quindi, la sicurezza nel tempo per affrontare le minacce in continua evoluzione e garantendo i requisiti di conformità”. Si divide, invece, in due livelli di servizio differenti l’offerta di

Print 365, nuovo programma pensato per i partner meno strutturati che verrà attivato nei prossimi mesi. La grande vitalità attuale dei servizi gestiti si traduce anche in un’innovazione continua, che sta portando già oggi gli Mps a evolversi in un modello ancora più avanzato, capace di rispondere al cambiamento notato dall’associazione Asso.it: il perimetro del mercato si sta modificando, in quanto si stampa meno in favore di una diversa gestione documentale. Ecco, quindi, che per Canon si arriverà a breve all’adozione di managed content service (Mcs): “Un supporto a tutto tondo

che permettano una continua osservazione e la verifica periodica dell’infrastruttura per valutare i miglioramenti dei processi. La chiave è la consulenza costante. “La tecnologia fine a se stessa non permette alle aziende di ottenere benefici nel lungo periodo e di guadagnare vantaggio competitivo”, commenta **Stefano Gelmetti**, product marketing manager di **Ricoh Italia**. “Sono l’innovazione e l’ottimizzazione delle informazioni, rese possibile dai managed document service e dall’approccio di Ricoh, a portare vero valore aggiunto. Un valore che si estende nel tempo, dal momento che i nostri servizi prevedono consulenza lungo tutta la durata contrattuale, per individuare ulteriori aree di miglioramento e proporre al cliente nuove opportunità”.

Ovviamente, a scenari differenti si devono applicare logiche e soluzioni ritagliate su misura per uno specifico settore. “**Oki** offre diverse formule Mps, spesso chiamate anche programmi costo copia, ognuna delle quali è cucita su misura per il mercato di riferimento”, conclude **Nicola Vargiu**, products & channel marketing manager, value products and solutions di **Oki Systems Italia**. “Nelle graphic arts il programma prevede soluzioni tipiche del settore come ad esempio la copertura delle stampe, mentre nel mercato dell’office esistono diverse formule applicabili a singoli dispositivi o all’intero parco macchine. A fronte di un contratto con canone mensile, **Oki** offre una serie di servizi che vanno dalla razionalizzazione della flotta di stampa, alla fornitura di consumabili e all’assistenza onsite. Attualmente stiamo studiando nuove soluzioni Mps dedicate al mercato It, dove i dealer hanno solitamente competenze ed esigenze diverse rispetto agli operatori del segmento office. Il canale, dal quale stiamo ricevendo importanti riconoscimenti, è prezioso per veicolare queste soluzioni alle piccole e alle grandi aziende”. **A.A.**



**Epson**, erogata attraverso un capillare sistema di rivenditori partner, fondamentali per raggiungere soprattutto le piccole e medie imprese del nostro Paese. “Le formule sono di due tipi: la massima personalizzazione sviluppata dai nostri Rips Premium Partner che si rivolgono alle medie e grandi aziende con contratti ad hoc dopo audit approfonditi e, per i rivenditori che dialogano con le Pmi, uno strumento Web che garantisce semplicità e immediatezza”, sottolinea **Flavio Attramini**, head of business sales di **Epson Italia**. La seconda formula è basata su Epson

per gestire la trasformazione digitale”, spiega **Teresa Esposito**, marketing director business group di **Canon Italia**. “Il mercato italiano è molto ricettivo alla razionalizzazione e sempre più vediamo Mps ed Mcs come aree di grande sviluppo e di progressiva diffusione, sia nelle grandi aziende sia, progressivamente, nelle realtà medie e piccole”. I vantaggi principali di un buon servizio gestito spaziano, per il vendor nipponico, dalla determinazione congiunta delle policy di stampa alla definizione e al monitoraggio delle Sla, per arrivare alla creazione di cruscotti analitici