



## STRATEGIE

di Dario Zocco Ramazzo | [dario.zocco@sunnycom.it](mailto:dario.zocco@sunnycom.it)

# IP survey: i leader del printing condividono le sfide del 2014



*Torna a grande richiesta la nostra IP Survey che apre i microfoni alla voce dei manager delle aziende che hanno contribuito a mantenere vivo e solido il mercato della produzione digitale di piccolo e grande formato, tessile incluso. Dalla carta al web: tutte le interviste sono disponibili anche online in versione estesa, non perdetevi.*

**I**l 2013 è stato un anno impegnativo per l'industria grafica e della comunicazione visiva, la selezione avviata nel 2012 si è protratta per tutti i passati dodici mesi facendo, tuttavia, intravedere una potenziale ripresa nell'ultimo periodo. Dalla crisi generale sono però emerse le realtà e i player nazionali e internazionali più virtuosi e i loro prodotti più innovativi: le trascorse fiere di settore non hanno lasciato dubbi in proposito. La domanda sorge quindi spontanea: come sarà il 2014 e quali saranno le iniziative e i prodotti che guideranno l'industria della stampa oltre l'impasse degli ultimi anni? Quali strategie hanno in serbo i principali protagonisti, produttori e fornitori di soluzioni dell'industria grafica, della comunicazione visiva e digital textile? Le risposte le trovate ancora una volta su queste pagine. Abbiamo infatti realizzato per i nostri lettori e con l'aiuto dei partner della redazione per il secondo anno consecutivo una delle più importanti market survey a livello

nazionale. Un sondaggio composto da numerose interviste (che proponiamo in ordine alfabetico) che solo Italia Publishers magazine, nel panorama italiano dell'industria grafica rende disponibile in versione cross-mediale, dalla carta al web, dal flip-magazine al tablet. Trovate infatti una versione ridotta delle risposte in queste pagine e le versioni integrali di ciascuna intervista online. Premettiamo che alcuni player, considerati gli importanti impegni di fine anno non sono riusciti a fornire secondo la deadline editoriale le risposte, ma che forniremo sicuramente prossimamente. Come vedrete le risposte forniteci dai manager vanno sempre al punto, non girano attorno agli argomenti più scottanti, offrendo numerosi spunti di riflessione per iniziare il prossimo 2014 con una marcia in più. Abbiamo inserito tra le diverse interviste alcuni dei prodotti chiave e soluzioni commerciali più interessanti proposte dai player nel corso del 2013 al fine di tracciare visivamente il progresso tecnologico realizzato. Buona lettura!

## Oki: "Il futuro della stampa è... brillante!"

la parola a...



Romano Zanoni  
Responsabile Marketing  
Oki Systems Italia

Per la vostra azienda è stato un anno segnato da un trend positivo, oppure di consolidamento, in vista del 2014? Il 2013 per Oki è stato sicuramente un anno di consolidamento, trainato dalle prime stampanti digital/Led a toner bianco lanciate al Viscom 2012 ma soprattutto un anno di attesa per il lancio sul mercato di E5054t, la prima stampante Led a cinque colori. Presentata al Viscom 2012 e durante il Roadshow italiano "The Brilliant Tour", E5054t sta riscuotendo un notevole interesse con le prime consegne che inizieranno a dicembre. Il canale è da sempre per Oki leva strategica con il quale e grazie al quale raggiungere obiettivi e condividere successi. Per il 2014 più che un'ottimizzazione prevediamo una specializzazione del nostro network di rivenditori in vista delle tante novità sulle quali stiamo lavorando.

Quali sono i valori fondamentali che contraddistinguono e differenziano la presenza del vostro marchio, dei prodotti e servizi al cliente nel corso del 2014? Aprirete a nuovi mercati?

Sono due i valore chiave che contraddistinguono il 2014 di Oki: innovazione e diversificazione. Concentreremo gli sforzi e gli investimenti sugli ultimi modelli lanciati e su nuove offerte a valore aggiunto con l'obiettivo di diversificare il business aggredendo nuovi mercati verticali ed emergenti, come la personalizzazione, il packaging e labels. Senza tuttavia trascurare l'office che è da sempre il nostro core market con l'introduzione di nuovi servizi e soluzioni.

Quali saranno le principali fiere nazionali e internazionali a cui non mancherete nel 2014? Perché?

Stiamo valutando nuovamente la nostra presenza al Viscom in vista anche delle novità che andremo ad introdurre dedicate al mercato delle arti grafiche e della stampa professionale. Ma è un appuntamento che confermeremo solo nei prossimi mesi.

### Roland



Roland a Viscom Italia ha svelato le nuove stampa&taglio Versacamm Vs-i, 3 modelli con luce da 1,62 m a 76,2 cm e con Eco-Sol Max2.

### Zund



Zund nel 2013 ha presentato il novo Sheet Feeder, Cut Center 2.1 e Design Center, oltre al nuovo utensile Eot 250 (disponibile dal 2014!).

## Ricoh: "Imagine. Change"

la parola a...



Giorgio Bavuso  
Direttore Production Printing  
Ricoh Italia

Per la vostra azienda è stato un anno segnato da un trend positivo, oppure di consolidamento, in vista del 2014?

Per Ricoh il 2013 è stato un anno importante segnato da trend positivi, da nuovi stimoli e da nuove opportunità. Ricoh ha raggiunto importanti traguardi nel mercato italiano grazie a un'offerta tecnologica innovativa che assicura ai clienti redditività a lungo termine. Questi traguardi sono stati possibili anche grazie a un network di partner che ci ha consentito una presenza capillare in tutto il territorio. Ad esempio, l'accordo con Macchingraf, siglato nel 2012, ha consolidato ulteriormente il ruolo di Ricoh come player nel mercato delle Arti Grafiche. Nel 2014 contiamo di valorizzare il rapporto con i rivenditori e partner specializzati nella vendita e assistenza di macchine Production per portare valore aggiunto al cliente.

Quali sono i valori fondamentali che contraddistinguono e differenziano la presenza del vostro marchio, dei prodotti e servizi al cliente nel corso del 2014? Aprirete a nuovi mercati?

I servizi continueranno a essere il cuore dell'offerta Ricoh per garantire supporto ai clienti dalla fase di analisi iniziale alle attività di implementazione delle nuove soluzioni e di post vendita. Il cliente può contare sul supporto costante di professionisti sempre pronti a studiare insieme la soluzione ottimale per incrementare e trasformare il business. Per quanto riguarda le novità, nel 2014 è previsto il lancio di una nuova soluzione grande formato dedicata al mercato delle arti grafiche. Questo annuncio ci posiziona come fornitore a 360° per gli operatori del settore.

Quali saranno le principali fiere nazionali e internazionali a cui non mancherete nel 2014? Perché?

Le fiere e manifestazioni di settore continueranno ad essere un momento importante di incontro e di confronto con il mercato e con i clienti. A Grafitalia abbiamo presentato in anteprima mondiale la serie Pro C5100s che ha completato la gamma Production Printing consentendoci di rispondere alle esigenze di light production.