

PRINTING

OKI punta sul colore e sul labelling

A cura della redazione

In scena al Viscom soluzioni per light production, etichettatura e wide format

A

Abbiamo incontrato Marzio Gobbato, Regional Vice President South Europe Region di OKI Europe e Romano Zanon, General Manager, South Regional Marketing di OKI Europe (nella foto), con i quali abbiamo parlato di visione strategica e novità di prodotto.

Lo sviluppo nell'industrial print

Dopo l'acquisizione di Seiko, il portfolio di soluzioni di stampa OKI si rivolge a due mercati chiave: office e graphic arts/industry print. "Nei prossimi mesi ci saranno grandi sviluppi dal punto di vista tecnologico" spiegano i manager. La stampante per etichette esposta nello stand di OKI al Viscom, prima al mondo digital LED a 5 colori, è la prova tangibile di questa affermazione. "Pur mantenendo e consolidando la parte office, vogliamo investire nello sviluppo di tecnologie per il mondo graphic arts/industry print" conferma Romano Zanon.

I target di riferimento di OKI?

"Le stampanti office sono destinate principalmente alle piccole e medie imprese, che chiedono macchine affidabili, che non creino problemi, che abbiano costi corretti e spese di gestione contenute. Invece nelle graphic arts spaziamo su più ampio raggio e puntiamo a individuare nicchie di mercato, a soddisfare esigenze di applicazioni che non trovano risposta né nel getto d'inchiostro, né nelle tecnologie ad alta produttività" spiega Zanon. Con le nuove stampanti dedicate al mondo del labelling, OKI vanta ora quattro linee di prodotto nell'industry printing: light production con machine a foglio, Tmp (transfer media printing), largo formato ed etichette. "In questo mondo lo sviluppo tecnologico corre veloce, è necessario continuare a migliorare".

Il colore

OKI da sempre è famosa per la sua qualità di stampa a colori, che ora viene sottolineata con una nuova campagna di comunicazione. "Uno dei problemi emersi da un sondaggio fatto sull'utilizzo delle stampanti/mfp a colori in azienda, consisteva nel fatto che stampare il nero costava di più rispetto alle equivalenti apparecchiature monocromatiche. Con la



campagna 'Incredibili a colori, vantaggiose in bianco e nero' mostriamo invece come le aziende che utilizzano stampanti o multifunzione a colori per ufficio di OKI possono ora stampare in bianco e nero allo stesso costo offerto dai dispositivi monocromatici per ufficio" spiegano i manager. "Con una sola stampante o Mfp LED a colori HD, le aziende possono produrre di tutto a costi contenuti".

L'Italia, un mercato frizzante

Abbiamo chiesto ai manager, che ricoprono cariche internazionali, di fare un raffronto sull'andamento dell'Italia rispetto agli altri paesi del Sud Europa. "L'Italia in Europa ha il suo posto, anche se i potenziali più grandi sono in Francia, che con Germania e Inghilterra conta per il 60% del mercato IT. OKI dal Bel Paese sta ricevendo grandi soddisfazioni: nei primi 6 mesi del FY 2017, dal 1° aprile al 30

Marzio Gobbato, Regional Vice President South Europe Region di OKI Europe e **Romano Zanon**, General Manager, South Regional Marketing di OKI Europe

settembre, abbiamo registrato +14% rispetto all'anno scorso" spiega Marzio Gobbato. OKI Italia appropria il mercato italiano esclusivamente tramite canale: "Nelle graphic arts abbiamo circa 20 partner diretti, tra questi ci sono realtà anche molto grandi e strutturate. Per la parte office contiamo sul supporto di oltre 100 Premium and Executive Partners, oltre a un numero consistente di business partner gestiti da un reparto di teleselling. Intendiamo aumentare la numerica sull'open channel, avere più partner che vendano macchine OKI. Consolidare i venditori puntando a farli crescere in qualità" conclude Gobbato. ■