

focus

www.ecostampa.it



ROMANO ZANON, RESPONSABILE MARKETING DI OKI SYSTEMS

“È in grado di stampare qualsiasi tessuto, superando i limiti dettati in genere dall'esigenza di tanti colori - sottolinea Rossi -. Il settore tessile, da alcuni anni, deve rispondere alle esigenze di un mondo in continua evoluzione, che richiede tempi di risposta sempre più rapidi e non a caso ci aspettiamo una crescita della stampa inkjet su tessile del 25% nel giro di un anno”.

TECNOLOGIA TRASPARENTE

La tecnologia inkjet, pur con le sue diverse varianti resta di gran lunga la più diffusa nel campo della comunicazione visiva. Ciò non toglie che non sia possibile trovare spazi e applicazioni degne di nota anche dall'evoluzione delle soluzioni più tradizionalmente destinate al mondo dell'impresa. “Il fulcro del nostro stand ruota intorno alla una nuova stampante LED digitale in formato A3 a colori ES9541 - annuncia **Romano Zanon, Responsabile Marketing di OKI Systems** -. La particolarità è il quinto colore sotto forma di toner bianco o trasparente, che permetterà di applicare questa opzione anche alla stampa digitale on demand”.

Dopo l'introduzione del toner bianco, particolarmente apprezzato nella produzione di magliette personalizzate via transfer, l'ulteriore opzione rappresenta un nuovo passo avanti, in occasione del quale si è intervenuto in maniera importante anche sulle prestazioni complessive. “Parliamo di una velocità di stampa fino a 50 pagine al minuto e una durata dei toner fino a 38.000 pagine - sottolinea Zanon -, per supportare grandi volumi di stampa di elevata qualità. Inoltre, grazie al singolo passaggio, al percorso rettilineo della carta e alla tecnologia LED digitale, è possibile gestire supporti di stampa con grammatura fino a 360 g/mq su singolo lato e 320 g/mq in fronte/retro”.

DALLA QUANTITÀ ALLA QUALITÀ

Tra i messaggi emersi nel corso di questi ultimi travagliati anni, uno in particolare ha trovato conferma a Viscom. Un insegnamento dal quale trarre importanti indicazioni su come cambiare il proprio approccio al mercato. “Nel complesso, sono soddisfatto dei tre giorni di fiera - afferma **Ippolito Bassani, Titolare di Eurmoma** -. È vero che si sono



IPPOLITO BASSANI, TITOLARE DI EURMOMA

viste un po' meno persone rispetto alle edizioni passate, ma ho avuto la netta impressione che i presenti fossero decisamente più interessati”.

L'appuntamento milanese, insomma, ha dato ragione a chi ha voluto esserci, offrendo in pratica quanto di meglio un espositore può attendersi dal proprio investimento. “Quando si diceva che la crisi non c'era, un sacco di gente veniva solo per vedere, magari portandosi dietro la famiglia, alla ricerca delle novità senza un interesse particolare - sottolinea Bassani -. Alla fine, sono molto soddisfatto di aver parlato con tante persone veramente interessanti a quanto esposto”. Nel caso specifico, Whimprint non ha esitato a metterci del proprio, proponendo qualcosa effettivamente in grado di catturare l'attenzione. “Non vogliamo limitarci a esporre i prodotti in vendita - sottolinea Bassani -. Puntiamo molto sui display ai quali applichiamo alcune lavorazioni personali, come per esempio aggiungendo cornici con illuminazione a LED in diverse modalità, puntando sul Made in Italy”.

È questa in sostanza, la sintesi di Viscom 2013, con una partecipazione un po' meno numerosa, ma altrettanto sicuramente più attenta e competente, alla ricerca non tanto di strumenti, ma di nuove prospettive legate alle possibili applicazioni dove far valere le proprie capacità. “Soprattutto la partecipazione dal Centro e Sud Italia, non è risultata altissima, forse anche per la concomitanza con Fespa a Istanbul -. Conclude Bassani -. A me interessava però entrare soprattutto in contatto con i rivenditori del Nord Italia, della Slovenia e della Svizzera, ed è quello che ho ottenuto, per cui posso considerarmi soddisfatto”.