



InPrint Italy torna a Milano

Torna a Milano per la seconda edizione, dal 20 al 22 novembre 2018 InPrint Italy, la principale esposizione nel campo delle tecnologie di stampa industriale. Focalizzata sul tema delle tecnologie di stampa per la produzione manifatturiera, InPrint Italy è l'unica esposizione interamente dedicata a questo settore: riunisce i fornitori specializzati con l'industria manifatturiera, i suoi subappaltatori e imprese dell'indotto. È la piattaforma di riferimento per la sempre più consistente comunità di specialisti della stampa, mettendo a disposizione di espositori e visitatori un enorme potenziale di business sia per l'industria della stampa che per la produzione manifatturiera. Tre giorni di esposizione, incontri e dibattiti al Mi.Co. di Milano, per presentare apparecchiature di stampa, tecnologie e sistemi pronti per essere integrati nei processi di produzione.

OKI: Nuova sede e strategia verticale mirata

È un nuovo inizio quello celebrato da OKI Europe Italia con l'inaugurazione del nuovo headquarter. Una sede prestigiosa – il Centro Direzionale Milanofiori, ad Assago – con uffici open space e uno showroom allestito con le soluzioni di punta dell'azienda e tanti esempi di applicazioni. "Perché siamo qui oggi? Perché OKI considera l'Italia un mercato molto importante, centrale rispetto alla strategia dell'azienda", ha dichiarato Dennie K. Kawahara, managing director di OKI Europe Italia. "Per questo – e a fronte della vitalità del settore delle arti grafiche in Italia – vogliamo continuare a lavorare per rafforzare la nostra presenza in questo Paese".

L'inaugurazione della nuova sede è stata per OKI Europe anche l'occasione per presentare il nuovo assetto societario, frutto di un'operazione di rimodulazione condotta nell'ultimo anno. La centralizzazione della gestione delle cinque region dell'area EMEA e l'unificazione – in questo contesto – delle divisioni vendita e marketing hanno consentito di creare una struttura più snella e, di conseguenza, più uniformata e responsive verso le richieste del mercato e le esigenze dei clienti. E in questa direzione vanno anche gli investimenti in ricerca e sviluppo, punto fermo della filosofia di OKI Europe: "Vogliamo continuare a innovare e i nuovi prodotti introdotti nel mercato lo dimostrano. La nostra strategia è cambiata, e oggi ci rivolgiamo ai mercati verticali nei quali abbiamo individuato le più interessanti opportunità di crescita", ha aggiunto Kawahara. E se l'office printing rimane un punto fermo – con il vasto portfolio di soluzioni con l'esclusiva tecnologia led della multinazionale giapponese – OKI sta indirizzando le proprie risorse verso quelli che definisce "key vertical market", nello specifico il retail e l'healthcare. Senza dimenticare il già annunciato ingresso nel settore delle etichette con una tecnologia innovativa che sarà presentata nel corso del secondo semestre 2018.



risorse verso quelli che definisce "key vertical market", nello specifico il retail e l'healthcare. Senza dimenticare il già annunciato ingresso nel settore delle etichette con una tecnologia innovativa che sarà presentata nel corso del secondo semestre 2018.

La Federazione Carta e Grafica cresce del 2,4% nel 2017

Si è tenuta presso Fiera Milano-Rho nell'ambito di Print4All l'assemblea pubblica della Federazione Carta e Grafica - moderata da Gabriele Ciriaco di Strategic Advice - durante la quale il presidente Pietro Lironi ha anzitutto illustrato l'andamento del settore.

"La Federazione Carta e Grafica che rappresenta i comparti industriali di Acimiga, Assocarta e Assografici, con Unione Industriali Grafici Cartotecnici Milano e Comieco quali soci aggregati, è cresciuta nel 2017 del 2,4% per fatturato, grazie al positivo andamento del

settore cartario (+5,9% in valore, +2,1% in quantità) - principalmente grazie ai maggiori volumi delle carte per usi igienico-sanitari (+4,6%) e per imballaggio (+2,8%) -, del comparto macchine per grafica e cartotecnica (+8,7% in valore) - trainato dalla domanda interna sostenuta dagli incentivi 4.0 - e dell'industria cartotecnica e trasformatrice (+2,6% in valore, +2,4% in quantità). In costante fase recessiva il settore grafico (-3,5% in valore, -7,1% in quantità), con un calo più forte dei volumi sul fronte pubblicitario e commerciale

(-10,3%) rispetto a quello editoriale (-2,5%), ma con la positiva ripresa dei libri (+2,1%). I primi mesi del 2018 sembrano essere ancora positivi per l'industria cartaria e cartotecnica trasformatrice, in miglioramento per il settore grafico e in leggero rallentamento per le macchine per grafica e cartotecnica. Nel suo complesso un mercato da 24,3 miliardi di fatturato (1,4% PIL) nel 2017, generato da circa 170.000 addetti attivi in oltre 18.100 imprese, che mostra un saldo positivo della bilancia commerciale di 3,6 miliardi".

Nuova divisione del Gruppo DR in partnership con Fujifilm

Con un evento di inaugurazione che ha visto una buona affluenza di stampatori, cartotecnici e grafici creativi il Gruppo DR, specializzato nella distribuzione di sistemi multifunzione per uffici e aziende con sedi a Milano, Gallarate e Novara, ha presentato al mercato della comunicazione personalizzata la nuova divisione dedicata al digital packaging personalizzato, creata grazie a un recente accordo di partnership con Fujifilm. Nella demo room della sede di Novara i visitatori hanno potuto seguire dal vivo la produzione di oggetti e prodotti promozionali realizzati in brevi tirature e personalizzati anche singolarmente con una

stampante flatbed Acuity 15 UV inkjet di Fujifilm. "Grazie alle tecnologie digitali di Fujifilm abbiamo potuto ampliare il nostro business", spiega Luigi Ducci, amministratore delegato del Gruppo DR. "La nuova divisione si rivolge a un ampio segmento di mercato che produce gadget pubblicitari, display, insegne anche in 3D, elementi di arredamento e interior design. La

versatilità della Acuity 15, che stampa su una vastissima gamma di materiali permette di produrre con tecnologie digitali - e quindi con maggiore rapidità, precisione e qualità e in brevissime tirature - ciò che finora doveva essere stampato in serigrafia o in offset, come ad esempio i prodotti termoformabili e di personalizzare ogni elemento anche singolarmente".

