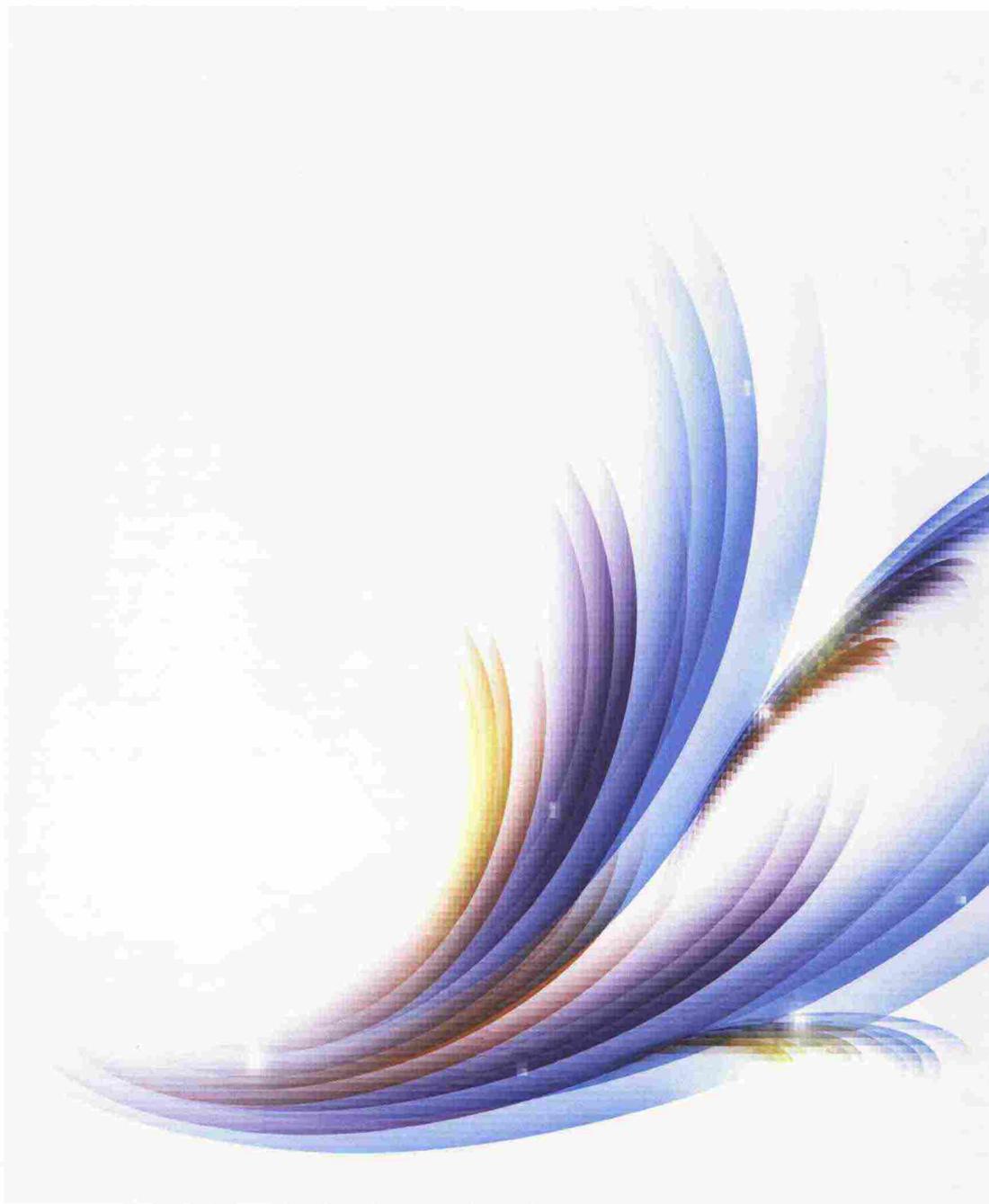


SISTEMI  
& RETI



## PRINTING

### Un mercato in evoluzione?

di Camillo Lucariello

Alcuni mercati storici dell'Information Technology come quello della stampa digitale continuano a svilupparsi e a proporre novità tecnologiche e applicative.

Quali sono le nuove frontiere del printing?

## SISTEMI & RETI

**Q**uando parliamo di stampa digitale stiamo affrontando un argomento che affonda le proprie radici nei primordi dell'IT: quei lontanissimi anni Cinquanta del secolo scorso quando le prime sferraglianti stampanti a banda o a catena (le cosiddette Line Printer o stampanti di linea) producevano blocchi di moduli perforati (fanfold) all'interno dei rumorosi centri EDP. Oggi, nonostante l'affermarsi sempre più massiccio di soluzioni per l'elaborazione e lo scambio di documenti in formato elettronico, dalle pratiche assicurative alle fatture, la stampa su carta continua a mantenere un suo spazio applicativo vivo e importante, legato alle numerose evoluzioni sia tecnologiche sia applicative, che ha avuto il Digital Printing nel corso degli anni. Ma qual è la reale situazione del mercato printing oggi e quali evoluzioni possiamo aspettarci? Lo abbiamo chiesto a esperti del settore.

### IL MERCATO PRINTING, OGGI E DOMANI

Viviamo nel pieno della cosiddetta trasformazione digitale, che implica la digitalizzazione di molti flussi e processi documentali. «Tuttavia – spiega **Sergio Patano, research and consulting manager di IDC Italia** – il numero di pagine stampate annualmente non è destinato a calare», come forse sembrerebbe logico attendersi. A livello mondiale, infatti, **IDC** ([www.idc.com/ita](http://www.idc.com/ita)) prevede che si stamperanno oltre 900 miliardi di pagine nel periodo 2015-2019, con una crescita composta (CAGR) pari al +5,5%. In Europa Occidentale, invece, la crescita sarà, nello stesso periodo, del 5,1% con un volume di stampa stimato per il 2019 di circa 350 miliardi di pagine. «Le aziende oggi non hanno solo la necessità di stampare meno – commenta Patano – ma di stampare meglio e solo quando è davvero necessario». Un esempio concreto si trova nel settore dell'editoria. Infatti, sono le case editrici a cercare oggi soluzioni per ridurre i costi legati direttamente sia alla stampa e sia allo stoccaggio di libri invenduti e al loro smaltimento. L'avvento degli ebook e la loro diffusione hanno inizialmente smosso questo settore, ma le vendite di libri elettronici non sono cresciute in modo sensibile negli ultimi anni, spiega IDC. «Questo significa che esistono ancora ampi margini di crescita per la stampa digitale nel settore librario, per esempio consentendo la stampa di libri con tirature ridotte o permettendo ristampe più veloci, on demand o addirittura autoprodotte, con le conseguenti riduzioni dei costi per stampe non necessarie e per lo stoccaggio».

Una prospettiva di crescita importante è invece quella del mercato della stampa 3D, che si caratterizza come uno degli «acceleratori di innovazione» che stanno trasformando e continueranno a trasformare il panorama evolutivo nei prossimi anni. Secondo la definizione di IDC, le stampanti 3D sono «quei dispositivi che consentono la creazione di oggetti e

## SISTEMI & RETI

forme, partendo da un modello digitale o da un file 3D». A spingere la crescita del mercato del 3D printing saranno la continua richiesta di customizzazione, la riduzione dei cicli di produzione, la maggiore affidabilità, la riduzione dei costi e del time-to-market per la prototipazione. Nel dettaglio, IDC identifica alcuni fattori chiave che garantiranno il successo del 3D printing.

### Time-to-market più rapido:

«Non solo creare prototipi, ma anche realizzare prodotti più velocemente, accorciando di molto il passaggio dalla fase di design a quella della produzione con conseguente vantaggio competitivo».

### Personalizzazione:

«Grazie alla stampa 3D, oggi si possono creare oggetti in precedenza difficili se non impossibili da realizzare. Un "atout" importante soprattutto nella fase di prototipazione per soddisfare richieste specifiche, come avviene per esempio nel settore dell'ortodonzia, dove si riescono a produrre protesi e impianti con precisione maggiore, partendo da una semplice scansione dei denti del paziente.

**Riduzione dei costi:** «È possibile creare prodotti on demand, riducendo drasticamente i costi di distribuzione e stoccaggio. Inoltre, i materiali utilizzati per la stampa 3D sono facilmente riciclabili e riutilizzabili, il che diminuisce sprechi e costi di smaltimento».

In pratica, possiamo concludere che la stampa 3D consente di ridurre anche i costi legati a ricerca e sviluppo. Ma non solo. Come mette in evidenza Patano, questo mercato attira un forte interesse e notevoli investimenti, che porteranno l'Europa a crescere del 18,9% in termini di macchine per il 3D printing vendute nel periodo 2015-2020, passando da 80mila a 190mila unità. «Anche l'Italia è fortemente coinvolta da questo fenomeno con una crescita stimata per lo stesso periodo pari al 17,4%, e un numero di macchine consegnate nel 2020 che sarà superiore a 26mila unità».

### UNO SGUARDO ALL'OFFERTA

La panoramica sui principali vendor attivi nel mercato del digital printing è un esercizio particolarmente importante, dato il momento di evoluzione e di riassetto generale dell'offerta e della domanda, guidate da applicazioni sempre più sofisticate. Per **Flavio Attramini**, head of Business Sales di Epson Italia ([www.epson.it](http://www.epson.it)), il mercato del printing è sempre più com-



**Sergio Patano**  
research and consulting  
manager  
di IDC Italia



**Flavio Attramini**  
head of Business Sales  
di Epson Italia



**Romano Zanon**  
marketing manager  
di OKI Systems Italia

Dal 2015 al 2019  
si stamperanno oltre 900  
miliardi di pagine  
con una crescita composta  
del +5,5%

petitivo, sia in Europa che in Italia, anche se le cause e gli effetti di tale competitività variano da Paese a Paese. «In un contesto di complessiva contrazione dei volumi di stampa e del numero di dispositivi attivi – spiega Attramini – solo chi sa differenziarsi e fornire valore aggiunto riesce a crescere». In termini di tendenze del mercato, Epson ritiene che sono due i trend principali. «Da un lato la crescita dei contratti di servizio a discapito della vendita tradizionale, fenomeno che garantisce i risparmi desiderati al cliente finale e offre profitti sostenibili nel tempo alle aziende produttrici. Dall'altro la crescita della tecnologia ink-jet in tutti i segmenti di mercato e in particolare in quelli dell'ufficio e industriale. IDC stima che già nel 2017, il 25% delle stampanti in ufficio saranno ink-jet».

Per Epson, dunque, la tecnologia ink-jet rappresenterà il futuro della stampa. «Le nostre soluzioni permettono di ridurre i consumi energetici sino al 95% rispetto alle laser, migliorare la produttività e soddisfare i requisiti ambientali» – continua Attramini. «In particolare, la gamma Workforce Pro RIPS con sacche di inchiostro ad alta capacità permette di stampare fino a 75mila pagine prima della sostituzione, abbattendo i costi di gestione dell'89%. A testimonianza del nostro impegno, siamo stati riconosciuti da IDC nel suo report 2016 dal titolo "Western Europe Business Inkjet Market Shares 2015", come il fornitore che "ha dato un grande contributo", grazie a un aumento del 40,4% anno su anno delle vendite di unità ink-jet per l'ufficio».

Il mercato del printing sta vivendo, oggi, un periodo di intensi cambiamenti, come mette in evidenza **Romano Zanon**, marketing manager di **OKI Systems Italia** ([www.oki.it](http://www.oki.it)). «La clientela business si orienta sempre di più verso dispositivi che soddisfano le esigenze di produttività, accesso in mobilità, integrazione con il cloud e sicurezza. Accanto a un hardware eccellente – spiega Zanon – è in crescita la domanda di applicazioni di stampa personalizzate. Inoltre, assistiamo a un incremento dei servizi di stampa gestita in grado di rendere chiari e trasparenti i costi legati al printing e a tenere sotto controllo il TCO». Per quanto riguarda l'offerta, **OKI** offre un portafoglio completo di soluzioni di stampa professionale e per ufficio. «In particolare – aggiunge Zanon – abbiamo completa-

## SISTEMI & RETI

mente rinnovato la nostra gamma, a partire dal lancio lo scorso anno degli MFP Smart A3 a colori della Serie MC800, che ci ha consentito di mantenere il 30% di market share in questo segmento nell'area EMEA. Il successo ottenuto ci ha portato a integrare le funzionalità degli MFP Smart (prima fra tutte la piattaforma sXP di OKI, che consente di connettersi ad altri dispositivi o di eseguire soluzioni software di terze parti sul dispositivo) nella nostra gamma di prodotti A4, come C542dn e MC573dn, permettendo alle PMI di avere accesso a funzioni sofisticate disponibili fino a ora solo per le grandi aziende».

### SCENARIO IN EVOLUZIONE

Il mercato del printing sta vivendo una fase di profonda trasformazione. Secondo **Teresa Esposito, direttore marketing Business Groups di Canon Italia** ([www.canon.it](http://www.canon.it)), la chiave di lettura è la comunicazione. «Da un lato, si parla di comunicazione interna alle aziende: in questo contesto il ruolo della stampa, benché i volumi vengano ridotti, continua a essere centrale e, da un punto di vista tecnologico, i device rappresentano dei veri e propri hub di informazioni e contenuti, dunque in grado di ottimizzare lo scambio di informazioni e, in ultima analisi, di abilitare il digital workplace. Dall'altro, il printing in ambito professionale rappresenta uno degli strumenti più potenti per la comunicazione esterna: il connubio tra altissima qualità dei materiali e alta risoluzione delle immagini consente alle aziende di creare messaggi stimolanti e innovativi a partire da mezzi di comunicazione considerati tradizionali».

L'offerta di soluzioni e servizi di Canon si caratterizza per ampiezza, innovazione, qualità e competitività. «Il nostro approccio – continua Teresa Esposito – è quello di fornire ai nostri clienti e partner gli strumenti necessari per riuscire a leggere i nuovi trend e a trovare strade sostenibili per cogliere ogni nuova opportunità. Facciamo questo grazie a un'organizzazione diretta e di partner certificati presenti su tutto il territorio nazionale. In sintesi, focalizzando l'attenzione sul mondo del printing, aiutiamo le aziende che fanno della comunicazione visiva, fisica e digitale, il loro business e - al tempo stesso - sosteniamo il mondo delle aziende, accompagnandole nel processo della trasformazione digitale. Per ciascuno di questi importanti ambiti, Canon mette a disposizione soluzioni complete e integrate. La nostra proposta a valore parte da una vasta gamma di sistemi di stampa: per l'ufficio, per il



**Teresa Esposito**  
direttore marketing  
Business Groups  
di Canon Italia



**Stefano Gelmetti**  
product marketing  
manager di Ricoh Italia

In crescita, il mercato  
printing 3D  
sotto la spinta  
della customizzazione  
e della riduzione dei costi

molteplici ambiti, tra cui quello del printing. La nuova generazione di soluzioni di stampa Ricoh, per esempio, è dotata dello Smart Operation Panel, un pannello simile a quello di un tablet che può essere personalizzato in modo che ogni utente abbia a disposizione le funzionalità che utilizza maggiormente. I sistemi multifunzione Ricoh si interfacciano in sicurezza con i device mobili degli utenti e con altri sistemi aziendali quali ad esempio le lavagne interattive. Si va quindi verso il concetto di "ufficio interconnesso" – continua Gelmetti – in cui l'utente può gestire e condividere le informazioni aziendali indipendentemente dalla piattaforma tecnologica. Sistemi per il printing, lavagne interattive, soluzioni per la videoconferenza e videoproiettori sono tra loro interconnessi per semplificare la collaborazione e la condivisione dei contenuti. Le soluzioni Ricoh coprono a 360 gradi il "digital cycle" aziendale e si declinano secondo i nuovi paradigmi che si stanno affermando in questi anni abilitando un nuovo modo di lavorare più "smart" ed efficiente».

### IL MERCATO CHE CAMBIA

Per **Daniela Durante, program manager Services & Solutions di Brother Italia** ([www.brother.it](http://www.brother.it)), il mercato printing si sta evolvendo velocemente verso il lato solutions. «Da un lato affronta un processo di razionalizzazione e ottimizzazione, a cui Brother risponde con un'offerta consulenziale professionale. Dall'altro affronta un processo di trasformazione digitale che vede la stampa come vera e propria soluzione da costruire su misura delle esigenze target».

Quanto all'offering Services & Solutions, Brother risponde a pieno all'evoluzione del mercato printing con MPS Brother,

grande formato e per la produzione. A ciò si affiancano tutti quei servizi essenziali per aiutare ogni azienda a ottenere efficienza, innovazione e crescita. Offriamo infatti una suite completa di soluzioni verticali di information e content management, output management e di gestione della stampa professionale».

Un altro fattore di cambiamento è il modo di interagire delle persone con le informazioni aziendali in conseguenza di trend quali la mobility e il cloud, come mette bene in evidenza **Stefano Gelmetti, product marketing manager di Ricoh Italia** ([www.ricoh.it](http://www.ricoh.it)).

«Ricoh supporta le aziende nella trasformazione digitale con il framework Workstyle Innovation Technology, un insieme di soluzioni che portano innovazione in

## SISTEMI & RETI

un servizio consulenziale strategico che supporta il cliente nella gestione documentale, «identificando – continua Durante – i flussi di lavoro e presentando soluzioni ad hoc per ridurre i costi di stampa. Oltre ad MPS, si aggiungono la gamma di soluzioni scanner per la digitalizzazione e condivisione dei documenti e la gamma PJ, le stampanti portatili A4 più piccole al mondo, per la stampa in mobilità».

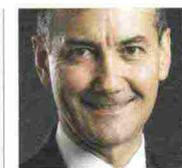
Del resto, le esigenze delle aziende si sono evolute nel segno della trasformazione digitale, in cui la stampa rappresenta un tassello fondamentale. «Oggi, cloud e dispositivi smart – spiega **Luca Motta, Print Business Group director di HP Italy** ([www.hp.com/it](http://www.hp.com/it)) – sono sempre più affermati, insieme a una crescente attenzione nei confronti delle tecnologie green e all'ottimizzazione delle risorse. In particolare, HP vede nel cloud una grande risorsa per il presente e il futuro, perché risponde alla mutata sensibilità dei dipendenti, che chiedono all'azienda strumenti vicini a quelli della loro vita privata, e aiuta noi e i nostri partner di canale a offrire prodotti sempre più avanzati, pensati per lavorare meglio, più velocemente e in maniera più efficace. E se vogliamo guardare all'innovazione a 360 gradi, inoltre, non possiamo non citare la stampa 3D». Parlando di offerta, HP è in grado di offrire al mercato tre tecnologie di stampa: ink-jet, laser e PageWide. «Per quanto riguarda la tecnologia ink-jet – continua Motta – spaziamo dal mondo consumer a quello home office e delle PMI grazie a prodotti della serie HP OfficeJet Pro 8000, che offre stampa a colori di qualità professionale a un costo per pagina fino al 50% inferiore rispetto alle stampanti laser. Sul fronte di questa seconda tecnologia, abbiamo presentato nei mesi scorsi JetIntelligence, una nuova formulazione del toner HP ColorSphere 3 che incrementa le performance, riducendo consumi e costi di gestione. Infine, le stampanti HP PageWide, che si caratterizzano per elevata velocità di stampa e produttività, colori professionali, attenzione a costi di gestione, sicurezza ed efficienza energetica».

### IL FUTURO DELLA STAMPA DIGITALE

L'ultima domanda riguarda il futuro della stampa digitale e il ruolo fondamentale che ha sempre avuto nel mercato ICT. In quale forma e in quali settori continuerà ad



**Daniela Durante**  
program manager  
Services & Solutions  
di Brother Italia



**Luca Motta**  
Print Business Group  
director di HP Italy

L'ink-jet cresce in tutti i segmenti di mercato. Nel 2017, il 25% delle stampanti in ufficio saranno ink-jet

avere un ruolo primario in termini di risorse e costi? **Flavio Attramini di Epson Italia** spiega che la carta stampata continuerà ad avere un ruolo fondamentale all'interno delle aziende e della nostra vita, sebbene in un graduale quanto inevitabile processo di razionalizzazione e riduzione degli sprechi. «Le vecchie stampanti, che oggi si sono trasformate in multifunzioni, sempre di più integreranno funzioni avanzate a supporto dei processi aziendali e al contempo dovranno estendere la funzione di stampa a tutti i dispositivi portatili con cui operiamo ormai quotidianamente. Gli investimenti aziendali premieranno le tecnologie più in sintonia con l'ambiente e con l'uomo, e la tecnologia ink-jet potrà fare la differenza».

Per **Romano Zanon** di OKI Systems, la stampa continuerà ad avere «un ruolo rilevante in particolare nel settore della sanità, della finanza, del retail, dell'office automation e delle arti grafiche che sono anche i mercati su cui **OKI** sta principalmente rivolgendo la sua attenzione».

In tutti i casi, la stampa è e continuerà a essere un elemento fondamentale nell'ambiente tecnologico di imprese e organizzazioni. «Ma è importante – sottolinea **Luca Motta** di HP Italy che i player del settore possano accompagnare la trasformazione digitale delle imprese, offrendo soluzioni e servizi per ottimizzazione, flessibilità e gestione dell'intero processo di vita del documento. Adottare servizi di stampa gestiti è importante non solo per ottimizzare i costi ma anche per rispondere a una sempre maggiore richiesta di sicurezza dei documenti, per proteggere il capitale intellettuale delle aziende e aiutarle a rispettare la compliance normativa. Infatti, non basta migliorare unicamente le modalità di gestione al fine di incrementare la produttività ma, perché la trasformazione digitale porti i risultati attesi, è necessario concentrare gli investimenti in tecnologie che siano accompagnate da una profonda revisione dei processi».

Alla luce di quanto fin qui visto, possiamo concludere che il printing, lungi dall'essere un settore in fase calante o pronto a sparire dal mercato, continuerà anche in futuro a rappresentare un elemento importante del mercato e delle applicazioni IT, trasformandosi - come sempre ha fatto - secondo le reali esigenze degli utenti. **DM**