



## La stampa di Oki punta agli uffici e alle applicazioni verticali

La società registra in Europa e in Italia una crescita di vendite di sistemi multifunzione a colori per il mondo office. Ma si mira anche a sviluppare ulteriormente l'offerta per settori come il retail e l'imaging printing medicale.

Pubblicato il 06 luglio 2018 da Valentina Bernocco

"Vogliamo conservare lo slancio in un mercato sempre più competitivo": con grande sintesi **Dennie Kawahara**, direttore generale di **Oki Europe**, ha fotografato lo stato dell'arte della sua azienda, oggi caratterizzata da una struttura interna più razionale e da strategie commerciali uniformi per tutto il Vecchio Continente. Ma anche caratterizzata da alcune peculiarità sul mercato nostrano, tradizionalmente più fertile per la vendita di prodotti destinati alle arti grafiche ma anche, in seconda istanza, per i sistemi di stampa da ufficio. Ospite della nuova sede della filiale tricolore, nel Centro Direzionale di Milano Fiori ad Assago, Kawahara ha fatto tappa nel nostro Paese per incontrare i principali partner di canale italiani e rafforzare quelle che definisce come "storiche relazioni".

"Vogliamo continuare a espandere il nostro business in Italia", ha detto, confermando l'impegno in quello che è il secondo mercato europeo per importanza dopo quello tedesco e prima di quello francese. In Italia **Oki Europe** genera circa il 10% del proprio fatturato, operando attraverso una **decina di distributori** (tutti trattano gli inchiostri e gli altri consumabili, cinque anche l'hardware) e circa seicento rivenditori, di cui quattrocento di primo livello.

Tra l'open space e le salette del nuovo ufficio c'è posto anche per uno showroom di prodotti e soluzioni, che ben danno forma alla strategia che oggi guida **Oki Europe**: continuare a sviluppare la gamma di stampanti e multifunzione per l'ufficio, caratterizzati da **produttività e flessibilità**, ma soprattutto far crescere ulteriormente l'offerta rivolta ad alcuni settori verticali, in particolare il retail e la sanità.

"Le singole stampanti in termini di unità stanno diminuendo in generale nel mercato", osserva **Giovanni Barzagli**, country sales manager di **Oki Systems Italia**. "Noi però stiamo notando in Europa e in Italia una crescita dei multifunzione a quattro colori. In Italia nella prima metà dell'anno solare 2018 siamo cresciuti tantissimo in unità rispetto al primo semestre del 2017, e questo è molto importante per un'azienda come la nostra, che basa il proprio modello di business sulla vendita di consumabili".

Per quanto riguarda le arti grafiche, **Oki** può far leva sulle caratteristiche della propria **tecnologia Led**, fra cui il supporto di numerosi formati e grammature, dal tessuto alla carta, dai banner alle etichette. "Questo ci consente di aggredire mercati di nicchia", spiega il direttore vendite. "Entro l'anno presenteremo una proposta di stampante per etichetta narrow format. Possiamo così intercettare una domanda di produzione personalizzata su piccole e medie tirature". L'idea è quella di consentire a tante piccole e medie imprese, per esempio produttori agroalimentari e vitivinicoli, di realizzare packaging di qualità, personalizzati, a costi sostenibili e senza doversi rivolgere a fornitori esterni.

Come diceva, si punta però anche sui mercati verticali, con una crescente specializzazione dell'offerta. Per l'**imaging printing medicale**, per esempio, **Oki** può proporre sistemi a tecnologia Led dal formato compatto, che possono stampare documenti (esami strumentali o storia clinica del paziente) direttamente apparecchiature mediche, con spiccata facilità d'uso, senza richiedere hardware aggiuntivo né conversioni software, né tantomeno l'impiego di (costose) carte termiche o altri supporti speciali.



Seguici:



IctBroadcast

Tweets by ictBusinessIT

Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su [www.youtube.com](http://www.youtube.com) oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.