

DOSSIER

30 |

LA STAMPANTE È UN DISPOSITIVO COINVOLTO IN TUTTI I PROCESSI AZIENDALI, ANCHE IN QUELLI PIÙ STRATEGICI. RIPENSARE IL SUO RUOLO, RINNOVARE L'HARDWARE E SOPRATTUTTO ANALIZZARE LE ESIGENZE DI STAMPA SIGNIFICA RENDERE PIÙ EFFICIENTE TUTTA L'AZIENDA. LA CONVENIENZA NON È SOLO NEL FAMIGERATO COSTO-COPIA, MA NEI VANTAGGI CHE DERIVANO DAL RIPENSARE I FLUSSI DOCUMENTALI

STAMPARE CONVIENE

DI DANIELA SCHICCHI

Tutto è iniziato immaginando un mondo senza carta, paper free, o almeno un ufficio senza fogli. Era un sogno, per molti versi un incubo, ma ha portato a profonde riflessioni ed a molti sviluppi tecnologici. Ci si è interrogati davvero sul futuro del printing e da ciò è nato un movimento, un'innovazione diffusa che si è sviluppata attraverso strade differenti, anche se alcuni filoni sono comuni.

In questo approfondimento scopriremo quali sono le idee e le strategie dei grandi produttori, che hanno in comune una risposta: stampare conviene, non solo dal punto di vista più immediato (il famoso costo-copia), ma soprattutto perché la stampa entra in ogni processo e renderla più efficiente è un beneficio per tutta l'azienda.

“Il paperless office è, ormai, un'utopia da molti anni - ha dichiarato Romano Zanon, Responsabile marketing Oki Systems Italia -. Nonostante alcuni processi siano stati ottimizzati grazie alla digitalizzazione, i documenti cartacei continuano a ricoprire un ruolo di grande importanza in termini di condivisione, personalizzazione e diffusione delle informazioni”.

Ed ecco, dunque, che negli anni sono state adottate posizioni di vario genere, ma tutte con obiettivi comuni: ridurre l'impatto del printing sull'ambiente, ottimizzare i costi, personalizzare le esigenze delle singole aziende e migliorare le prestazioni delle periferiche impiegate per tempi sempre più brevi.

In una situazione economica e congiunturale in cui i comportamenti delle imprese sono orientati alla realizzazione di investimenti effettivamente necessari e al contenimento dei budget, l'innovazione Ict può rappresentare uno strumento di recupero di efficienza e di contenimento dei costi, oltre che di evoluzione del business.

A tutto questo si aggiungono i macro trend che pervadono tutto il mondo digitale e tecnologico: cloud, mobile e Big data. Da una ricerca commissionata da Ricoh Europe a Coleman Parkes Research, è emerso proprio come queste siano alcune

delle tendenze del mondo IT che stanno maggiormente cambiando le modalità operative delle aziende.

“In questo nuovo contesto risulta fondamentale la capacità di digitalizzare e integrare le informazioni, al fine di analizzarle e di renderle disponibili ai dipendenti attraverso strumenti diversificati”, ha affermato Stefano Gelmetti, indirect channel marketing manager di Ricoh Italia, che ha proseguito: “Alle tecnologie per la stampa spetta un ruolo importante. Se in passato, infatti, il compito dei sistemi per la produzione documentale era semplicemente quello di rendere cartacei i documenti digitali, oggi questi dispositivi sono diventati una componente fondamentale all'interno dei processi di business, consentendo alle aziende di cogliere le nuove opportunità della digitalizzazione”.

Tale evoluzione sarebbe possibile, come ha spiegato ancora Gelmetti, grazie a funzionalità avanzate integrate, in grado di migliorare l'acquisizione dei documenti cartacei e la gestione dei workflow digitali. Tra i servizi IT il cloud e la mobility, poi, rappresentano un traino essenziale e un ambito di sicuro sviluppo per i vendor e i loro partner.

A questo punto si giustifica da sola la tendenza a voler ottimizzare e innovare i processi di stampa, creando condizioni che possano rendere più semplice e agevole il passaggio a documenti che abbiano, sempre più spesso, un formato elettronico.

CLOUD, MOBILE, BIG DATA

I nuovi trend del mondo IT hanno sicuramente una caratteristica comune, rappresentata dalla necessità di lavorare sempre e ovunque senza barriere o limiti.

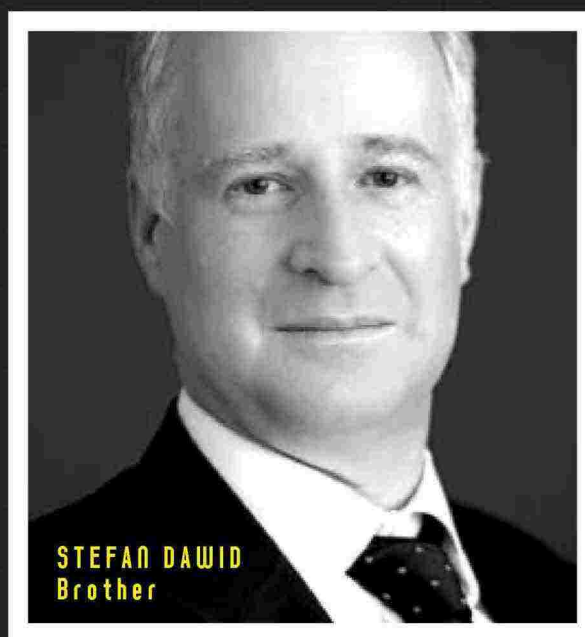
È possibile, dunque, che il mondo del printing, notoriamente fisico e legato a un luogo e a un dispositivo, riesca a relazionarsi nel modo giusto con essi? La risposta è semplice e trova d'accordo molti dei maggiori player di mercato.

A partire, per esempio, da Canon, che “mette a disposizione un portafoglio di App gratuite e sempre aggiornate, per

31



OSCAR STUCCHI
Canon



STEFAN DAWID
Brother

32 | garantire alle Pmi un primo livello di connettività con il mondo cloud e mobile – hanno affermato Davide Balladore e Oscar Stucchi, rispettivamente Solution marketing manager e Product marketing manager di Canon Italia –. Ma non è tutto. Per soddisfare le esigenze di realtà B2B, infatti, Canon offre un secondo livello di soluzioni più strutturate, come le piattaforme Canon Therefore, uniFLOW e Iris, con l'obiettivo di semplificare al massimo i processi di gestione documentale degli utenti aziendali”.

Indubbiamente, come ha confermato anche Stefan Dawid, Director services & solutions Brother Italia, “il mercato tablet e smartphone crescerà in modo importante anche durante il 2014, con la conseguenza che l'esigenza di poter stampare con semplicità con periferiche mobile, in termini di dimensioni, peso e robustezza, diventerà un bisogno crescente. In questo, per esempio, le printer portatili Brother, come i modelli PocketJet A4, offrono una soluzione robusta e durevole per applicazioni sul campo in settori quali vendite, assistenza, logistica, pubblica sicurezza e servizi di emergenza”.

Le stampanti mobile sono un investimento ad alto rendimento che, secondo Brother, offre molteplici vantaggi a chi le utilizza. Tutto, insomma, va nella direzione del Byod. Inoltre, queste printer portatili supportano i nuovi standard di connessione e stampa come Airprint, Google Cloud Print e Nfc.

“Le stampanti non devono più essere viste come un semplice strumento di output – ha dichiarato Luca Motta, PPS Printing category director, HP Italia –. Oggi svolgono una funzione molto più ampia, in quanto permettono di scannerizzare,

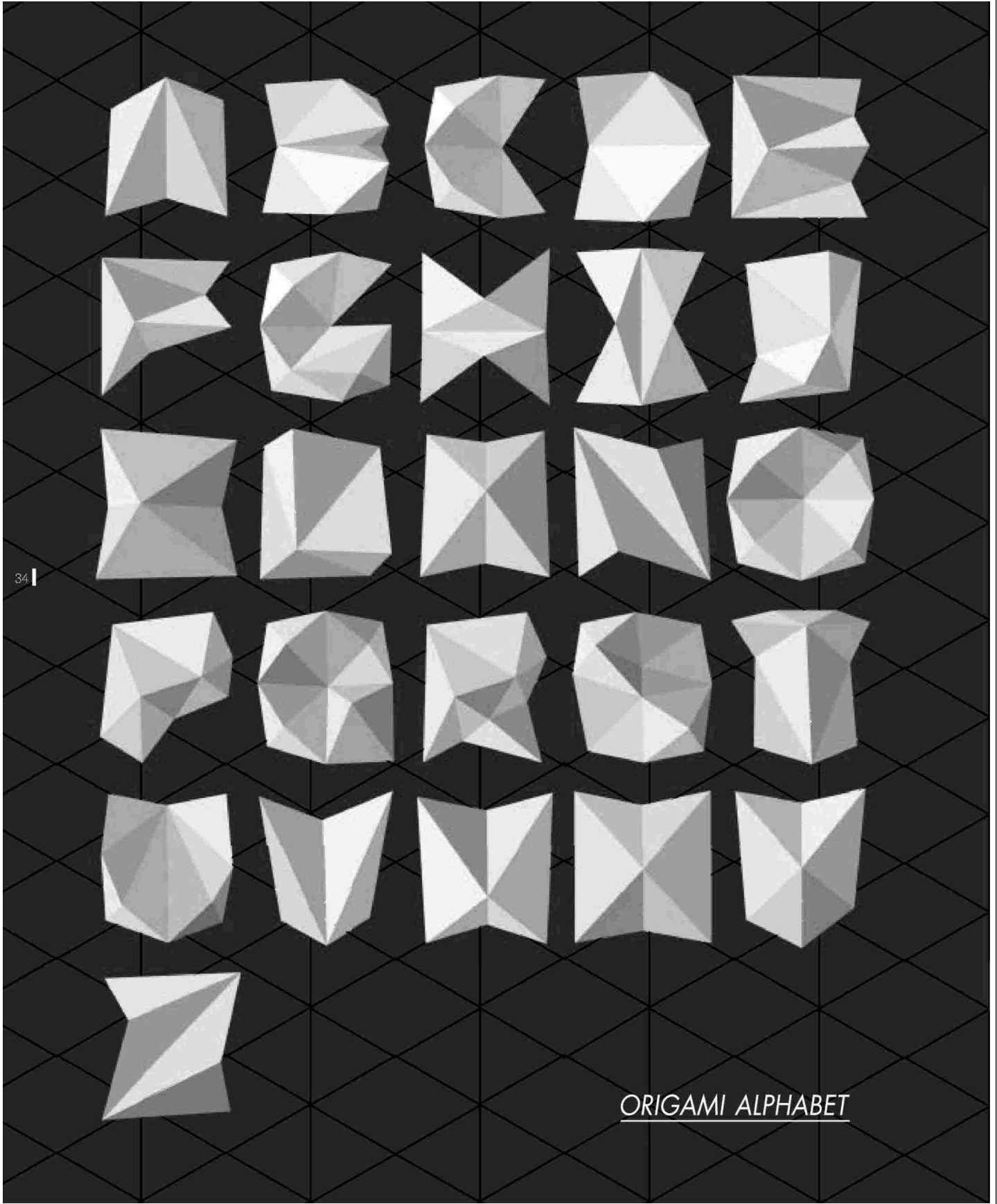
salvare e interagire con il cloud consentendo la stampa direttamente da dispositivi mobile. Questo è il vero cuore del printing secondo HP”.

Diverse aziende hanno lanciato piattaforme in grado di supportare questa transizione. Un esempio è ConnectKey di Xerox, una vera e propria chiave di connessione con il mondo delle applicazioni, senza contare la partnership stretta con Mopria, un consorzio di vendor che fornisce soluzioni integrate e standard per la stampa in mobilità.

“Ritengo, però, che più che le stampanti, saranno le multifunzioni ad avere un ruolo sempre più significativo in questo scenario di mercato”, ha dichiarato Daniele Puccio, General manager della divisione European Channel Group, Xerox Italia.

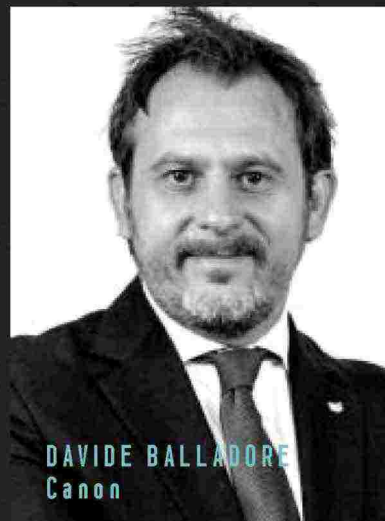
UN SERVIZIO MPS O UN HARDWARE?

Diventa cruciale stabilire se le aziende avrebbero maggiore convenienza a dotarsi di hardware di ultima generazione o ad utilizzare un vero e proprio servizio MPS (Managed Print Services). Cosa conviene, non solo dal punto di vista del business, ma anche da quello della fidelizzazione del cliente? Gli MPS (che, per esempio, in Kyocera Document Solutions vengono definiti MDS, Managed document services) rappresentano un vantaggio competitivo sia per le società che ne usufruiscono, sia per le aziende che li implementano. “Oggi le imprese non chiedono più solamente dispositivi in grado di stampare e copiare, ma soluzioni e servizi che possano gestire e ottimizzare i volumi documentali e accelerare



34 |

ORIGAMI ALPHABET



l'evoluzione del business. È quindi importante comprendere le necessità del cliente, in modo da proporre la soluzione ad hoc in grado di rispondere alle sue specifiche esigenze applicative e alla sua capacità di spesa", ha dichiarato Adriano Zuradelli, Marketing manager Kyocera Document Solutions Italia.

36 | L'orientamento attuale dell'azienda è di procedere all'implementazione di sistemi multifunzione o stampanti dopo un'accurata analisi dell'infrastruttura esistente e la definizione di obiettivi da raggiungere, al fine di creare una piattaforma documentale trasparente, compatibile, in grado di assicurare interoperabilità fra gli uffici e, soprattutto, capace di rispondere al meglio a esigenze future. Dalle parole di Zuradelli, dunque, si comprende che il ruolo di vendor della sua azienda è cambiato. "Da fornitore di tecnologia, Kyocera si è trasformata in un'azienda in grado di offrire vera e propria consulenza, in un partner tecnologico per i propri clienti". Fondamentale e strategico è il ruolo del canale, che deve a sua volta ridisegnarsi e ridefinirsi. "I partner che vogliono avere una marcia in più rispetto ai competitor devono riuscire a seguire le nuove tendenze, innovando l'offerta e puntando ai servizi a valore aggiunto. La vendita dei servizi, anziché dell'hardware, rappresenta una grande opportunità di differenziazione e una possibilità per creare rapporti di partnership a lungo termine", ha riconosciuto Stefano Gelmetti. Secondo Canon, però, la percezione delle imprese rispetto alla questione "hardware vs. MPS" varierebbe in relazione alle esigenze specifiche. Nei piccoli uffici, per esempio, la stampante è vista spesso solo come un device per ottenere stampe di documenti. In questo caso, viene data grande importanza, in fase di acquisto, al prezzo. "Le piccole e medie imprese oltre i dieci dipendenti, invece, si stanno sempre più concentrando su un risparmio a lungo

termine, che guarda anche alla semplificazione dei processi documentali e all'ottimizzazione dei flussi di stampa. Oggi, quindi, il servizio Mps è diventato una richiesta abituale anche per loro. Nel rispondere a queste nuove esigenze, Canon è stata lungimirante e ha acquisito, nel tempo, aziende come Therefore, NT-Ware ed Iris, oggi parte integrante del gruppo Canon, che consentono di erogare servizi di stampa gestiti attraverso una piattaforma tecnologica all'avanguardia e sempre in evoluzione", hanno dichiarato Davide Balladore e Oscar Stucchi.

CAMBIARE IL PARCO STAMPANTI: QUANDO IL GIOCO VALE LA CANDELA

Sostituire ciò che già si possiede è una decisione strategica per tutti, in particolare per le Pmi, che dagli investimenti in tecnologia devono trarre un vantaggio veloce. Cambiare significa migliorare e ottimizzare, almeno secondo HP, che sta segnando il passo nel mondo del printing documentale con la gamma HP Officejet Pro X, la serie di stampanti HP e la tecnologia PageWide. "Quest'ultima tecnologia consiste in una testa di stampa fissa, della larghezza di un foglio A4, che permette di raggiungere una velocità di 70 pagine al minuto, garantendo la qualità di una laser dello stesso livello ad un costo del 50% inferiore", ha affermato Luca Motta.

Aumentare significativamente la produttività delle aziende, semplificare la gestione delle periferiche e ridurre i costi di esercizio sono i must che invece, secondo Brother, possono giustificare il cambio di tecnologia di stampa per le Pmi. Dotarsi di sistemi Mfp di ultima generazione garantirebbe, inoltre, maggiore competitività (Roi) sul mercato.

"Se, poi, il parco stampanti nuovo è anche associato a un

servizio MPS, vengono liberate le risorse dell'impresa, che possono così essere concentrate sulle reali attività di business", ha sottolineato Daniele Puccio.

INKJET O LASER, QUESTIONE ANCORA APERTA

Dopo che la velocità le ha avvicinate sempre di più, fare una distinzione categorica tra la tecnologia inkjet e quella laser è impossibile, anche sul piano della qualità. Quindi, quando è il caso di sceglierne una piuttosto che un'altra?

Per quanto riguarda le Pmi, secondo Luca Motta la soluzione migliore è la tecnologia inkjet. "HP Officejet Pro X permette di raggiungere gli stessi risultati di una stampante laser con un costo per pagina molto inferiore e ad una velocità sensibilmente più alta", ha sottolineato. Le grandi aziende avrebbero, invece, esigenze diverse: "Non a caso, lavoriamo con i nostri partner per verificare gli effettivi bisogni di ogni singolo cliente e proporre la soluzione di stampa appropriata. HP possiede una vasta gamma di stampanti laser, ma ha recentemente annunciato anche HP Officejet Enterprise, la prima serie di stampanti a getto di inchiostro dedicata alle grandi aziende con tecnologia PageWide".

Meno categorico, invece, è Daniele Puccio: "La necessità del cliente è l'unica cosa importante per noi di Xerox. Abbiamo inventato il processo di stampa laser con polvere di toner, che tecnicamente prende il nome di xerografia, e la stampa a inchiostro solido che equipaggia tutti i nostri motori di stampa ColorQube, infine siamo sbarcati nel mercato inkjet. Il solido impegno di Xerox nel campo della ricerca e dell'innovazione consente di offrire soluzioni all'avanguardia, in grado di

anticipare e soddisfare i bisogni in continua evoluzione dei propri clienti".

Secondo Canon, la tecnologia laser è ideale per le aziende che hanno esigenza di stampa superiore alle 500 pagine al mese, testi di qualità, flussi di documenti consistenti e connettività di rete con linguaggi Pcl e Postscript.

"Una stampante inkjet è, invece, più adatta a un ambito consumer, a chi cerca una soluzione 'quattro in uno' a prezzi molto accessibili e ha esigenza di stampare grafica e foto di qualità".

IL SUPPORTO ALLA SCELTA

Su un aspetto tutti i vendor sono concordi: la necessità di essere partner e consulenti strategici delle aziende.

Le parole di Adriano Zuradelli sono chiare: "Sentiamo forte la responsabilità di sensibilizzare il mercato sull'importanza della tecnologia come leva per invertire il trend negativo.

Come conferma l'andamento delle principali economie nel mondo, esiste un legame sempre più stretto tra investimenti in tecnologie digitali, produttività, competitività e crescita per i Paesi". Anche in Italia, dunque, l'affermarsi di questa dinamica nel tessuto produttivo è un fattore strutturale imprescindibile per ritrovare la via della crescita.

Per le Pmi, i principali vantaggi di una scelta documentale evoluta sono riassumibili nella crescita della produttività e dell'efficienza, nell'ottimizzazione dei costi e delle risorse e nella condivisione sicura delle informazioni. Inoltre, non vanno trascurati gli impatti ambientali benefici che l'adozione di dispositivi energy saving potrebbe apportare. ■

38 |

