

Il mondo dell'offerta

LA CRESCITA SOSTENIBILE DI KYOCERA MITA

Una tecnologia, Ecosys, che nel nome racchiude visione e strategie, prodotti di qualità con bassi costi di gestione e rispettosi dell'ambiente. Il ruolo primario del canale.

È arrivato in Italia da pochi mesi, giusto il tempo per apprezzarne le bellezze artistiche e naturali e, sia detto senza retorica, l'enogastronomia, per la quale non nasconde una passione particolare per i primi e per il Chianti. Alla conoscenza del nostro paese, mister Keiji Hayashi dedica il (poco) tempo libero che gli concede la sua attività di amministratore delegato di Kyocera Mita Italia: una sfida difficile, **ma molto**, molto stimolante. Tra i suoi obiettivi primari quello di portare Kyocera Mita Italia a diventare uno dei marchi di riferimento, e di guidare la convergenza del mercato italiano tra la stampa e la copia del documento digitale.

In Europa, la società è posizionata al terzo posto per i sistemi multifunzione con una quota di mercato dell'11,4%; quarto posto per le stampanti monocromatiche con una quota del 9,2 per cento. Del resto, il contesto aiuta; il mercato della gestione documentale infatti continua a crescere, orientandosi, come fa Kyocera Mita, verso una proposta costituita da analisi, soluzioni per soddisfare le necessità applicative e servizi. Nel contempo, con buona pace degli estimatori dell'ufficio senza carta, la crescita esponenziale delle informazioni Web-based ha come conseguenza che, alla fine, si



stampa di più... E il mercato italiano come va? "Da qualche anno – risponde Hayashi – il mercato in generale registra una contrazione. Nonostante questo contesto di crisi, però, Kyocera Mita registra crescita annuale a due digit e il rafforzamento della leadership nel settore dei sistemi multifunzione, con il 16,9 % della quota di mer-

cato". Risultati lusinghieri, dunque, effetto anche della lunga onda iniziata nel 2000 con l'integrazione tra Kyocera Electronics S.r.l. e Mita Italia S.p.a., che, a detta di Hayashi, ha consentito di unificare le competenze e creare un'offerta completa a valore aggiunto per i clienti. Quest'ultimi infatti possono contare su tecnologia all'avanguardia, al servizio della competitività e dell'efficienza in ufficio.

LA TECNOLOGIA ECOSYS

Si sa che il successo delle imprese giapponesi nel mondo si affida soprattutto alla qualità tout court (di processo, di produzione, di materiali, di persone) e alla qualità della tecnologia in particolare, fino a ricondurre il tutto a un obiettivo di qualità della vita. La qualità dei prodotti di Kyocera Mita è racchiusa nella tecnologia Ecosys, che conta ormai una lunga e consolidata storia di quattordici anni. Risale al 1992, infatti, l'introduzione sul mercato della prima stampante targata Ecosys, una parola che racchiude l'intera visione di Kyocera Mita. Proviamo a scomporla nelle sue parti. Quell'Eco di Ecosys sta a indicare la forte attenzione che l'azienda ha sempre avuto per l'ecologia, grazie a componenti di lunga durata, riduzione dei rifiuti informatici, riutilizzo e riciclo; non a caso, i prodotti Kyocera hanno emissioni di ozono molto, molto basse. Una caratteristica riconosciuta anche dal Comitato organizzatore delle Olimpiadi invernali di Torino, che ha assegnato a Kyocera Mita, sponsor ufficiale dei XX Giochi Olimpici Invernali - Torino2006, il logo "Ambiente 2006".

Eco, però, sta anche per Economia, che si concretizza con i costi di gestione estremamente bassi, l'utilizzo di materiali di consumo di lunga durata, la riduzione degli scarti, i cicli di lavoro molto lunghi. Senza dimenticare infine, quel Sys che sta per Sistema, ovvero una gestione di rete ottimale, una facile amministrazione, la flessibilità e l'integrazione, la modularità. Negli anni, la tecnologia si è continuamente evoluta, tenendo fermi i capisaldi che assecondano gli obiettivi del cliente di Kyocera Mita: soluzioni di copia e stampa con il miglior costo di gestione, prodotti con prestazioni elevate in fatto di rapidità e produttività, flessibilità che cresce di pari passo con la flessibilità dell'azienda, efficienza.

VOGLIA DI DIFFERENZIARSI

Per Kyocera Mita è importante creare valore, differenziarsi, essere riconosciuta come una società capace di progettare prodotti e servizi che rispondano pienamente alle esigenze del mercato e che arrechino vantaggi tangibili all'utente finale. "Questo per noi che vogliamo essere un'azienda customer oriented è un valore fondamentale", ribadisce Hayashi, supportato dalla passione, innovazione e volontà di operare sempre al meglio.

Chi è KEIJI HAYASHI

Keiji Hayashi 44 anni, è da aprile 2005 Amministratore Delegato di Kyocera Mita Italia.

Ha iniziato la carriera professionale nel 1984 presso la Mita Industrial Co., Ltd. e successivamente dal 1990 al 2001 ha lavorato in Europa alla Kyocera Mita. All'inizio di questo periodo è stato alla guida della Divisione Vendite OEM di Mita Europe B. V. e in seguito ha ricoperto la carica di Amministratore Delegato di Mita Deutschland GmbH, dove ha concentrato l'impegno nello sviluppo della rete di vendita e distribuzione di copiatrici e stampanti.

Nel 2001 è ritornato in Giappone, dove ha ricoperto la carica di Responsabile Vendite printer in Kyocera Corporation. Nel 2003 è stato nominato Direttore Commerciale per l'Europa di Kyocera Mita Corporation, fino a marzo 2005.



L'OFFERTA DI SERVIZI

Storicamente, la società ha come target il segmento business, al quale indirizzare copiatrici e prodotti multifunzione, privilegiando il bianco e nero; ma prossimamente è annunciato l'arrivo massiccio sul mercato di nuovi prodotti basati sulla tecnologia del colore e, ancora, sulla ottimizzazione del costo/pagina. "Costi occulti e importanti - precisa Hayashi - che le imprese vogliono riuscire a quantificare in uno sforzo di razionalizzazione, che va nella direzione di eliminare gli sprechi e di ridurre i costi". Una presa di coscienza che, dopo essersi affermata nelle grandi imprese, comincia a espandersi a macchia d'olio anche tra le piccole e medie realtà, che, in fatto di gestione documentale, hanno né più né meno le stesse esigenze delle grandi. Per risolvere il problema una mano decisiva arriva dalla proposta commerciale denominata "pay per page", in grado di analizzare ed ottimizzare i costi operativi del parco macchine installato, eliminare l'obsolescenza dei sistemi, pianificare le nuove installazioni e il reintegro dei consumabili, nonché definire senza sorprese i canoni mensili. Una chiara opzione verso l'offerta di servizi a valore aggiunto, una via che anche Kyocera Mita, come altri protagonisti del settore, sta percorrendo, facendo confluire le pro-

L'AZIENDA

Kyocera è stata fondata nel 1959 da Kazuo Inamori con il nome originale di Kyoto Ceramic, azienda specializzata nella produzione di ceramica di alta qualità. La storia di Kyocera Corporation è da sempre caratterizzata dal grande impegno nella realizzazione di prodotti eco-compatibili e di metodi di produzione concepiti nel pieno rispetto della qualità della vita. Del gruppo Kyocera fa parte Kyocera Mita Corporation, uno dei maggiori produttori giapponesi di stampanti laser, fotocopiatrici digitali e sistemi multifunzione. Kyocera Mita Corporation nasce dalla fusione di due innovative aziende attive nel campo della gestione di documenti, combinando imaging e riproduzione digitale, lunga durata e stampa a basso costo. Attualmente, Kyocera Mita impiega circa 5.000 persone. Kyocera Mita, al centro dell'area informatica e comunicazione del Gruppo Kyocera, ha come core business il Print e Document Management. La tecnologia proprietaria Ecosys, su cui si basa l'offerta Kyocera, consente di rispettare le più esigenti normative aziendali ed ambientali, garantendo nel contempo una consistente economia dei costi di gestione del parco macchine installato. Nel 1992, viene introdotta la prima stampante Ecosys, l'anno dopo viene completata la famiglia di stampanti Ecosys; al 2001, risale la prima stampante a colori Ecosys, al 2004 il primo sistema multifunzione Ecosys. L'impiego di componenti a lunga durata è esteso anche ai prodotti multifunzione, rendendoli altamente affidabili ed economicamente competitivi. Kyocera Mita Europe, la cui sede centrale europea ha sede a Hoofddorp nei Paesi Bassi, opera attraverso filiali e distributori autorizzati presenti in oltre 60 paesi in Europa, Medio Oriente e Africa. In Italia è rappresentata dalla consociata Kyocera Mita Italia S.p.A., sede a Cernusco sul Naviglio, che conta 90 addetti e un fatturato di 97 milioni di euro per l'anno fiscale 2006.



prie competenze in una divisione "solutions", proponendosi, così, come consulente a 360° per la gestione documentale.

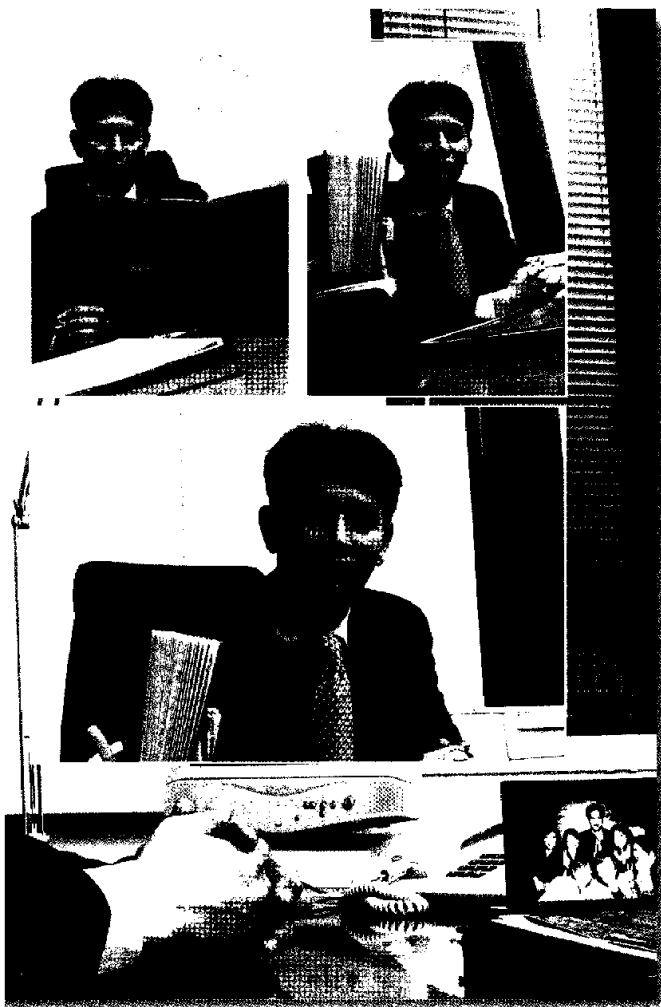
UNO SGUARDO ALL'ITALIA

L'offerta prevede esclusivamente la tecnologia laser, monocromatica e colore, indirizzata a banche e assicurazioni, piccole e medie imprese, pubblica amministrazione centrale e locale, studi professionali, copisterie. L'integrazione tra i sistemi di gestione dei documenti, la combinazione di tool e applicativi software, il supporto post-vendita ed il forte orientamento all'ottimizzazione del Tco/Tcs, hanno riconfigurato la missione di Kyocera Mita Italia e il suo approccio al cliente. "In questa strategia - afferma Hayashi - un

ruolo di primo piano è assegnato al nostro canale, che abbiamo riorganizzato". La struttura distributiva si basa principalmente sul canale indiretto ed in parte sul canale diretto. Quest'ultimo opera sui grandi clienti, soprattutto pubblica amministrazione, banche, assicurazioni e manufacturing. Il canale indiretto è formato da una rete di circa 400 Business Partner, "sparsi" per tutto il territorio nazionale, che hanno come punto di forza la profonda conoscenza del mercato e la vicinanza al cliente.

I PUNTI DI FORZA DI KYOCERA MITA ITALIA

Se si chiede ad Hayashi quali sono i punti di forza di Kyocera Mita Italia, la risposta è rapida e convinta, e l'elenco piuttosto nutrito. Innanzitutto, l'affidabilità, grazie alla crescita costante, e all'intensa attività di ricerca e sviluppo. In secondo luogo, la tecnologia all'avanguardia e la vocazione all'innovazione: "Miriamo costante-



mente al miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi – dice Hayashi – E non ci tiriamo certo indietro se la sfida ha come posta in gioco il raggiungimento di nuovo valore aggiunto”. E, ancora, la competenza derivante dal focus sul print e document management, e una completezza di gamma tale da consentire al cliente di poter contare su un unico partner “per soddisfare qualsiasi esigenza applicativa”. Per quel che riguarda i prodotti, oltre all'affidabilità e all'economicità di gestione riconosciute, una menzione speciale va alla semplicità di utilizzo: i sistemi sono dotati di display “touch screen” che guidano l'operatività e tool software provvedono alla gestione centralizzata dei sistemi, la condivisione di hardware e software ottimizzano le attività di addestramento e la capacità operativa. Hayashi ricorda le caratteristiche avanzate dei sistemi multifunzione di Kyocera Mita, come la gestione di rete, la versatilità e la velocità: “Sistemi multitasking, che ottimizzano tempo e risorse”.

Il “must” della velocità

Le famiglie di stampanti FS

Entry level: modelli FS-1920 (28 ppm) FS-1020D (20 ppm), FS-720, FS-820 e FS-920 (da 16 a 18 ppm).

Office A4/A3: modelli FS-6020 (20 ppm), FS-3830N (33 ppm), FS-3820N (28 ppm).

High volume: modelli FS-9520DN (51 ppm), FS-9120DN (36 ppm).

Colore: FS-C8026N (26 ppm), FS-C5030N (24 ppm), FS-C5020N (16 ppm).

Le copiatrici digitali e multifunzione b/n e colore

Entry level: KM-1500 (15 cpm), FS-1118MFP (18 cop), KM-1620 (16 cpm), KM-2020 (20 cpm).

Workgroup: KM-1650 (16 ppm), KM-2050 (20 ppm), KM-2550 (25 ppm).

WG/Dipartimentali: KM-3035 (30 cpm), KM-4035 (40 cpm), KM-5035 (50 cpm).

Produzione: KM-4530 (45 cpm), KM-5530 (55 cpm), KM-6030 (60 cpm), KM-8030 (80 cpm).

Colore: KM-C2630 (26 cpm COL), KM-C850 (8 cpm COL e 31 cpm B/N).

IL VALORE DELLA R&S

Nel campo della ricerca e sviluppo, la direzione principale è il potenziamento e il miglioramento continuo della tecnologia Ecosys, che, a sua volta, è frutto della capitalizzazione di un'esperienza pluridecennale nella produzione di materie prime e nella progettazione di prodotti finiti. Un'attenzione spasmodica è dedicata al miglioramento continuo della economicità di gestione e della sostenibilità ambientale, condensabile nelle tre R: riciclo, riutilizzo e riduzione. Per esempio, tutte le parti ottiche, il gruppo di imaging e i materiali impiegati nel fissaggio sono progettati per poter essere riutilizzati. Per ridurre l'impatto ambientale, nei prodotti è utilizzato solo acciaio senza cromo, materiale elettrico senza piombo e resina ricavata dal riciclo delle bottiglie di plastica. I tamburi dei multifunzione sono stati ideati per durare l'intera vita del sistema, che significa prolungare il ciclo di lavoro, con una conseguente riduzione dei costi di gestione. Non è un caso che Kyocera Mita sia stata insignita nel 2005 del Bertl Reader's Choice Platinum Award e Gold per l'affidabilità e la produttività.

Le opinioni riportate sono riferibili esclusivamente alla persona o organizzazione che le ha espresse; esse, inoltre, non impegnano e non sono fatte proprie né da Executive.it né da Gartner Italia, che non esprimono in questa sede giudizi sui prodotti o servizi oggetto di tali informazioni, tantomeno assumono responsabilità o garantiscono in alcun modo la veridicità delle stesse.