

Un settore molto dinamico

Canale stampanti, una foto di famiglia

Fermo immagine sul canale IT che offre stampanti, con tanto di percentuali dei vari marchi distribuiti sul mercato. I risultati della puntuale ricerca che Top Trade Informatica ha condotto tra i più importanti vendor di stampanti laser... Il colore è in ascesa

Quello delle stampanti, si sa, è uno dei settori portanti per l'intero mercato IT. Un'affermazione, o meglio, un dato di fatto, che trova puntuale conferma anche nel nostro Paese dove, tra l'altro, nelle strategie per la commercializzazione di simili soluzioni, proprio il canale indiretto continua a rivestire un ruolo chiave.

Altri tratti salienti di questo settore sono poi costituiti dalla continua ascesa di tecnologie come il laser e soprattutto il colore. In quest'ultimo caso, infatti, l'abbassamento dei prezzi e soprattutto la crescente strategicità del suo utilizzo anche in ambito office stanno dando vita a una ricetta piuttosto succulenta. Per cercare una conferma a quanto affermato fino a ora basta leggersi uno degli innumerevoli articoli o rapporti realizzati a questo riguardo in questi ultimi mesi. Tuttavia, Top Trade Informatica ha voluto andare più a fondo a partire dall'analisi degli operatori di canale che animano questo segmento realizzata attraverso i dati che CompuBase ha messo a nostra disposizione in esclusiva. Ma non solo, il tradizionale dossier di questo mese è stato infatti dedicato, manco a dirlo, proprio alle stampanti laser e per l'occasione abbiamo chiesto

ai prestigiosi player che vi hanno partecipato anche di esprimere il loro personalissimo parere sui possibili sviluppi futuri di questo interessante settore.

Un canale di qualità

Come anticipato, CompuBase, analista di mercato da tempo specializzato nel mondo IT, ha realizzato un breve ma molto interessante spaccato sugli operatori di canale che vendono stampanti in Italia e sui marchi che queste realtà prediligono. Basta, comunque, un dato su tutti per capire l'importanza che i vendor di stampanti attribuiscono al canale, su un totale di IT reseller nostrani pari a circa 5.019 unità, 3.490, quasi il 70 per cento dunque, vendono stampanti. Un autentico fiume in piena dunque che fa business, ha le sue dinamiche e soprattutto le sue preferenze, e proprio in tema di preferenze non poteva mancare una finestra sui 15 marchi più venduti dai rivenditori IT di casa nostra. Come prevedibile, in vetta, con il 68,77 per cento c'è HP, seguita da Epson, che vanta comunque un buon 63,32 per cento di preferenze e, a distanza maggiore, da Canon con il 45,01 per cento. Ancora più staccati dal solido trio di testa vi sono poi tutti gli altri marchi protagonisti del settore, come Lexmark, con il 19,51 per cento di reseller che offrono il suo brand; Ibm con l'11,46; Oki, con il 6,7 per cento; Olivetti con il 6,59 per cento; Xerox, con il 6,33 per cento e Samsung con il 6,10 per cento di preferenze. Figurano sempre tra i 15 brand più venduti, ma sono comunque più staccati, marchi come Brother, Kyocera Mita, Fujitsu, TallyGenicom, Ricoh e Panasonic.

Focus sul laser e sul bianco e nero

Si è detto, dunque, di quanti reseller vendono stampanti, di cosa vendono e si è accennato al ruolo assolutamente centrale che ha ormai assunto la tecnologia laser all'interno di questo mercato. In virtù di un simile ruolo, Top Trade Informatica ha deciso di chiedere proprio a chi vive da protagonista il segmento laser di fare, visto che siamo ancora nella fase iniziale dell'anno, le proprie personalissime previsioni in tema di fatturato in bianco e nero, unità vendute e fatturato colore. Andando con ordine e partendo dalle previsioni circa la crescita del fatturato delle stampanti laser in bianco e nero per il 2006, sembra che i vendor interpellati abbiano pochi dubbi dato che nell'81 per cento dei casi è stata fatta una scelta all'insegna della cautela, optando per una crescita tra lo 0 e il 5 per cento. Solo il 9 per cento i temerari che si sono spinti tra il 10 e il 20 per cento di possibile crescita per il nuovo anno. Sempre in tema di bianco e nero ci si è focalizzati sulla possibile crescita in termini di unità vendute e, in questo caso, le risposte si sono fatte più diversificate. Se, infatti, il 55 per cento del campione ha comunque optato per un tasso compreso tra lo 0 e il +5 per cento, un consistente 18 per cento di vendor chiamati in causa ha optato per una crescita tra il 5 e il 10 per cento, un altro 18 per cento si è spinto fino a un +20 per cento e il 9 per cento ha addirittura parlato di possibili tassi di crescita vicini al +30 per cento.

Ma il colore è ormai una realtà

Buono, dunque, il possibile andamento del bianco e nero nel 2006 ma certo, almeno stando ai risultati della ricerca targata Top Trade Informatica, la parte del leone in termini di numeri dovrebbe spettare alle laser a colori. Il 55 per cento del "nostro" campione prevede infatti una crescita del fatturato laser-colore tra il 10 e il 20 per cento e il 27 per cento si è spinto addirittura verso quota +30 per cento. Altrettanto significativo il fatto che

solo il 9 per cento degli intervistati abbia fatto una scelta conservativa, parlando di una crescita non oltre il 5 per cento. Non cambia, anzi subisce un'ulteriore accelerazione, il trend positivo quando si passa a guardare le previsioni di crescita in tema di unità laser-colore vendute. Il 64 per cento del campione chiamato in causa infatti ha parlato di un tasso di crescita 2006 vicino a quota 40 per cento. Le rimanenti opzioni, +0-5 per cento; +5-10 per cento; +10-20 per cento e +20-30 per cento sono state scelte invece ciascuna dal 9 per cento del campione, segno questo di una precisa volontà e un'esigenza che il mercato ha ormai trasmesso ai suoi operatori.

a cura di Marco Lorusso

Adl sempre al passo con l'evoluzione tecnologica

Negli ultimi trent'anni la tecnologia ha trasformato il modo di lavorare, agire e comunicare. Le moderne tecnologie hanno aperto la strada a straordinarie innovazioni, generando nuove opportunità e aggiungendo valore alla vita di ognuno e, sin dalla sua nascita, Adl - American Dataline ha svolto un importante ruolo in questa evoluzione. La società è una realtà ormai affermata nell'ambito della distribuzione di soluzioni per il mondo della graphic art e per la stampa, con a catalogo molti prodotti di marchi prestigiosi quali Epson, Oki e Gcc Technologies. Fornisce inoltre accessori per pc e Mac, oltre a dispositivi per iPod, a livello italiano ed europeo.

«Per quanto riguarda il settore delle stampanti laser - ha affermato Christian Cavallin, product manager di American Dataline - l'obiettivo quest'anno è di una crescita contenuta, essendo la tecnologia di questo tipo di periferiche ormai affermata in un mercato maturo».

La società basa i suoi successi essenzialmente su tre punti di forza: capacità di recepire le esigenze del cliente; supporto nella scelta di prodotto in base alle specifiche richieste; supporto tecnico post vendita e assistenza di livello elevato.

«E proprio queste caratteristiche - ha sottolineato Cavallin - portano i dealer a scegliere Adl come partner nel segmento delle stampanti laser». Secondo Cavallin, il colore ricopre sicuramente un ruolo importante nel mercato odierno e si sta sempre più diffondendo una cultura in tal senso, anche negli uffici dove nel passato dominava il nero. Anche i multifunzione sono in forte crescita e saranno certamente le macchine del futuro perché offrono più opzioni rispetto a una stampante laser.

«Nel prossimo futuro - ha concluso Cavallin - una stampante, per essere definita ottima, dovrà rispondere a precise caratteristiche: costo copia basso, flessibilità di gestione, ergonomia, costo di assistenza contenuto».



Christian Cavallin, product manager di Adl - American Dataline

Brother, un intenso rapporto con il trade

Anche il 2005 è stato un anno ricco di soddisfazioni per **Brother**. Le stampanti laser vendute sono state circa 70.000 che corrispondono, in termini economici, a più del 10 per cento del fatturato totale sviluppato. «Nel 2006 - ha esordito **Daniela Durante**, responsabile marketing di Brother Office Equipment - l'obiettivo è mantenere i volumi nel monocromatico e incrementare notevolmente le vendite nel colore». I principali punti di forza di Brother si evidenziano in vari aspetti. In primis vi è l'intensa relazione di partnership instaurata con il trade, che si traduce in una fitta rete di clienti fedeli legati alla società da un rapporto di collaborazione, stima e fiducia reciproca, perfettamente riassunto nel motto "At your side". In secondo luogo si distingue per la flessibilità. Altro punto di forza è l'attenzione e la cura degli aspetti legati al servizio.

La gamma dei prodotti è vasta e completa, in modo da soddisfare le esigenze più svariate. All'ampiezza dell'offerta si affiancano l'affidabilità e la semplicità di utilizzo dei prodotti. «La percentuale delle laser a colori sul fatturato - ha spiegato Daniela Durante - registra continue crescite. Il fenomeno non è dovuto solo al trend generale di questo mercato, ma soprattutto all'interesse primario



*Daniela Durante,
responsabile
marketing
di Brother Office
Equipment*

di Brother per il colore. In ambito laser, se si considera il segmento stampanti e multifunzione fino a 20 pagine al minuto, attualmente gli all-in-one costituiscono il 40 per cento delle vendite, ma entro cinque anni diventeranno il 70 per cento. Nel segmento oltre 20 ppm, invece, i multifunzione passeranno dal 20 al 40 per cento circa. In generale, il mercato delle laser sarà abbastanza stabile: diminuiranno soprattutto quelle fino a 20 ppm, ma saranno sostituite da un avvento del colore sempre maggiore». Per Daniela Durante, nel prossimo futuro una stampante, per poter essere definita ottima, dovrà garantire velocità elevata, qualità delle prestazioni, impatto ambientale minimo, ergonomia e semplicità di utilizzo, elementi che assumono un peso diverso a seconda dell'ambito in cui la stampante deve operare.

Canon punta tutto su colore e multifunzione

Nel 2005 il fatturato di **Canon** relativo alle stampanti laser ha superato i 2,74 milioni di euro e per il 2006 la società conta di superare quota 3,35 milioni. Se si aggiungono i multifunzione a motore copy, le cifre salgono a oltre 59,47 milioni, di cui 48,33 generati dal colore, che comprende anche il segmento verticale. In questi due ambiti l'aumento per il 2006 sarà dell'11 per cento.

«I nostri punti di forza - ha affermato **Marco Di Lernia**, general manager marketing, Canon consumer imaging, di Canon Italia - sono molti. In primis il brand, che manifesta una grande riconoscibilità. Peraltro, è risaputo

come Canon sia un produttore in Oem di engine laser. Oltre a ciò, sono molto importanti la qualità di stampa, l'interfacciabilità, la distribuzione del prodotto».

Per Di Lernia i multifunzione saranno le periferiche del futuro. Se si considera solo l'ambito delle



*Marco
Di Lernia,
general
manager
marketing,
Canon
consumer
imaging
di Canon Italia*

stampanti dipartimentali, ormai tutti i prodotti possono essere definiti tali perché consentono la trasmissione fax, la funzionalità di scanner e quella di copy, ma offrono anche caratteristiche quali lo scan-to-mail e l'archiviazione documentale. Anche nel Soho i multifunzione emergeranno in quanto racchiudono tre soluzioni in un unico prodotto, con evidenti vantaggi di economia e di spazio.

«Per essere definita ottima - ha spiegato Di Lernia - nel prossimo futuro la stampante sarà innanzitutto multifunzione. Poi sarà a colori, perché gli applicativi e le esigenze comunicative lo richiedono e perché il colore sarà una caratteristica discriminante nel linguaggio interno ed esterno di un'impresa. Dovrà poi essere integrata con il sistema informativo aziendale e

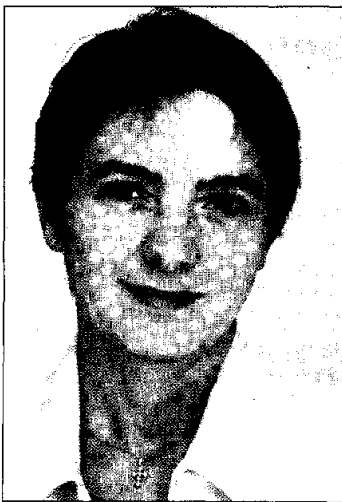
personalizzabile su esigenze specifiche del cliente. Dovrà anche avere un buon Tco».

Canon è un produttore di tecnologia oltre che di stampanti, una caratteristica molto apprezzata dai dealer che la scelgono come partner. Altro elemento di peso è la politica distributiva.

«La nostra politica commerciale - ha concluso Di Lernia - prevede vari percorsi di accreditamento e partnership, cui corrispondono programmi di supporto tecnico e formativo, oltre che momenti di comunicazione dedicati al dealer e al punto vendita».

Da Epson qualità e completezza di gamma

I principali punti di forza di Epson sono qualità di stampa e completezza di gamma, costo copia competitivo,



Carla Conca, laser e videoproiettori business manager di Epson Italia

soluzioni proprietarie innovative. «La qualità - ha spiegato Carla Conca, laser e videoproiettori business manager di Epson Italia - è essenziale soprattutto quando si parla di colore. La completezza di gamma permette di trovare soluzioni capaci di rispondere alle esigenze di ciascuno: dalla stampa personale al workgroup, dalla stampa professionale al settore grafico. A ciò si aggiunge un costo copia competitivo sia sul nero sia sul colore. Siamo stati fra i primi ad affermare quanto il colore potesse aumentare la forza e l'efficacia comunicativa anche nel dialogo fra aziende. E oggi vogliamo offrire, oltre alla qualità del colore, la versatilità e la competitività di cui hanno bisogno le grandi e piccole imprese».

Per Carla Conca, il mercato dei multifunzione è in fortissima espansione e quelli laser hanno già registrato l'interesse da parte delle aziende: in quelle di piccole e medie dimensioni sono spesso presenti, soprattutto nella versione monocromatica.

«Anche in questo settore - ha precisato Carla Conca - riteniamo che i tempi siano maturi per passare al colore di cui gli utenti business hanno già apprezzato l'efficacia. Crediamo quindi che il multifunzione laser, in particolare a colori, avrà un forte impulso, come ci dicono i dati di mercato e come abbiamo potuto verificare con il lancio di AcuLaser CX11N».

Il maggiore investimento tecnologico sarà ancora sulle laser a colori con miglioramenti sul motore di stampa, quindi sulla qualità dell'immagine e sulla compatibilità con i sistemi operativi che saranno sempre più open source. Altrettanto importanti sono gli strumenti di gestione e monitoraggio in rete.

«La relazione duratura con il canale e lo sviluppo di programmi marketing capaci di dare contenuti concreti a tale relazione - ha concluso Carla Conca - sono le ragioni principali per cui un dealer dovrebbe sceglierci come partner nel segmento delle laser. In un mercato dove la competitività è sempre più serrata e gli spazi di marginalità si riducono, i programmi di canale Epson si rivelano strumenti molto importanti».

HP consolida la partnership con il canale

Il principale punto di forza di HP risiede nell'ampiezza del portafoglio prodotti.

«HP - ha dichiarato Chiara Radice, Ipg Smb business director di HP Italiana - ha una gamma che abbraccia tutti i segmenti del mercato IT e offre ai propri rivenditori la possibilità di fare cross e up selling e di migliorare i margini facendo leva sul servizio

e sulla consulenza. Per raggiungere quest'obiettivo, investiamo molto in progetti di formazione e qui risiede il nostro secondo punto di forza. Da sempre, infatti, il canale rappresenta lo strumento principale di veicolazione dei prodotti e lo sviluppo di questa partnership è uno degli obiettivi strategici anche per il prossimo anno fiscale. Il terzo punto di forza risiede nei continui investimenti in tecnologia».

Per Chiara Radice, il mercato dei Mfp printer-based è in espansione grazie agli indubbi vantaggi offerti: produzione di elevati volumi di pagine, costi copia contenuti e gestione in rete dell'intera base installata. In generale, l'approccio di HP è quello di offrire alle aziende un balanced deployment, in base al quale all'interno del parco macchine c'è posto per le diverse tipologie di prodotto: multifunzione, stampanti laser monocromatiche e a colori, personal e di rete. Ciò significa che, sebbene il peso dei Mfp sia destinato a crescere, almeno nel breve periodo questi prodotti non rimpiazzeranno le macchine a funzione singola.

«Una delle caratteristiche essenziali delle stampanti - ha spiegato Chiara Radice - deve essere la semplicità di



Chiara Radice, Ipg Smb business director di HP Italiana

utilizzo. La qualità di stampa per testi e grafici rimane il must di ingresso. Inoltre, una buona printer non può prescindere dall'offerta di efficaci strumenti di controllo per l'utilizzo del colore, in modo da renderlo accessibile solo nei reparti aziendali o alle funzioni che ne abbiano effettiva esigenza e il color access control è una delle aree di focalizzazione di HP per i prossimi anni. La semplicità d'uso poi, consentirà sempre più anche alle piccole aziende di realizzare documentazione in basse tirature internamente senza doversi rivolgere a centri stampa esterni».

Ibm, un punto di riferimento per le imprese

Il brand Ibm Printing Systems Division è un punto di riferimento per molte aziende che hanno bisogno, oltre che di elevata tecnologia, di consulenza e servizi a valore coerenti con le loro esigenze.

«Le nostre soluzioni di stampa - ha dichiarato **Daniele Rossi**, general office & channel manager di Ibm Printing Systems Division Italia - si integrano con i sistemi informativi e gestiscono ogni tipo di documento con il massimo livello di sicurezza. Possiamo quindi riassumere i nostri punti di forza in: brand, innovazione e tecnologia, consulenza e integrazione».

Per Rossi, in alcuni ambiti il colore è indispensabile, ma vi sono applicazioni in cui la stampa monocromatica fornisce il miglior rapporto prezzo-prestazioni. Nell'offerta Ibm l'incidenza del colore sarà importante, ma complementare.

Per quanto riguarda i multifunzione, oggi utilizzati in molte aziende, il 2005 è stato caratterizzato da una crescita importante.

«Ibm - ha spiegato Rossi - continuerà a proporsi come leader nell'innovazione di prodotto e soluzione. La prima laser annunciata risale a 30 anni fa ed era nostra. Da allora abbiamo continuato a investire. La differenza sarà determinata



*Daniele Rossi,
general office
& channel
manager
di Ibm Printing
Systems
division Italia*

dalla capacità di abbinare robustezza, qualità e affidabilità delle macchine alla capacità di integrarsi nei sistemi IT aziendali, garantendo la piena compatibilità. Il mercato è cambiato, le printer come mero dispositivo di stampa sono considerate delle commodity e i clienti chiedono sempre più soluzioni complete e integrate. E la strategia di Ibm è proporre soluzioni». La società è un punto di riferimento per le Piccole e medie imprese, così come per le grandi.

«I nostri dealer - ha concluso Rossi - sono fondamentali nella proposizione dell'offerta. Il livello di collaborazione è massimo e la nostra struttura prevede l'interscambio di informazioni e know how. La scelta di non essere presenti nel mercato consumer va nella direzione di una collaborazione di tipo professionale con i dealer, garantendo alle aziende un elevato livello di consulenza, flessibilità, servizi e, ovviamente, il contenimento dei costi di stampa».

Konica Minolta, focus su tecnologia e canale

Printing Solutions Group di **Konica Minolta** lo scorso anno fiscale ha raggiunto un fatturato di 5,5 milioni di euro e l'obiettivo per il 2006 è intorno ai 10 milioni.

«I nostri principali punti di forza - ha dichiarato **Michela Zanzottera**, channel marketing supervisor di Konica



*Michela
Zanzottera,
channel
marketing
supervisor di
Konica Minolta
Business
Solutions Italia*

Minolta Business Solutions Italia - sono focalizzazione sul colore, presidio della tecnologia e centralità del canale. La gamma si caratterizza, oltre che per la tecnologia totalmente proprietaria, per completezza e scalabilità. Inoltre, sono state introdotte caratteristiche derivanti da un'esperienza quasi trentennale nei linguaggi di stampa, che portano a prodotti configurabili come dei print server gestibili via Web. Questa funzionalità, prima tipica solo dei sistemi di fascia alta, risolve i problemi degli utenti con un nutrito parco stampanti spesso fuori controllo e molto oneroso dal punto di vista dei costi di esercizio e gestione. Per ottenere questo risultato abbiamo sviluppato Emperon, un sistema operativo in ambiente Unix comune a tutte le famiglie di prodotti, sul quale in futuro sono previsti servizi applicativi embedded e interfacce Api».

Quello delle laser a colori è l'unico mercato che Konica Minolta presidia, mentre il comparto del monocromatico assume un'importanza marginale. «Da un rapido sguardo ai dati di mercato - ha spiegato Michela

Zanzottera - emerge una rapida crescita di questo settore, che raddoppia i suoi valori anno su anno. La diffusione di questi prodotti sarà però influenzata dall'andamento dei prezzi».

In Konica Minolta i dealer trovano tecnologia, esperienza e affidabilità. «Abbiamo - ha concluso Michela Zanzottera - un programma completo di corsi sul colore, per rendere la stampante un vero gestore del contenuto dei documenti. Il programma di canale è realmente incentrato sul dealer e prevede una serie di benefici tangibili, indispensabili per incrementare le vendite. C'è poi la completezza di gamma, dalla stampante al multifunzione di fascia alta, che per il dealer IT risulta molto interessante».

Kyocera Mita porta il colore negli uffici

Nell'anno fiscale 2005, su un fatturato previsto di 95 milioni di euro, **Kyocera Mita Italia** stima quello relativo alle stampanti laser intorno ai 30 milioni. L'affidabilità è uno dei punti di forza della società, presente sul mercato da anni.

«Inoltre - ha dichiarato **Adriano Zuradelli**, responsabile marketing di Kyocera Mita Italia - l'intero Gruppo Kyocera si è sempre contraddistinto come una realtà tecnologicamente all'avanguardia e innovativa, che mira al miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi. Altri elementi vincenti sono la competenza, la completezza di gamma e una grande attenzione per la tutela ambientale, che si concretizza nella scelta di materiali riutilizzabili e di impatto ridotto e nell'adozione di consumabili a lunga durata. Infine, per noi la semplicità d'uso è prioritaria».

Il colore è uno dei cavalli di battaglia della società.

«Punteremo - ha spiegato Zuradelli - al colore in ufficio con una gamma rinnovata e completa. Per quanto riguarda i multifunzione, che hanno mostrato un trend di crescita positivo nel 2005, non riteniamo che possano sostituire le stampanti. A nostro avviso, si verticalizzerà sempre più la richiesta e, di conseguenza, la proposta».

Per Zuradelli, le stampanti di domani dovranno offrire requisiti di integrazione in architetture già definite, compatibilità con sistemi operativi e ambienti di rete, completezza dei linguaggi di stampa, disponibilità di accessori per la finitura del documento in linea.

«Il mercato - ha concluso Zuradelli - si sta spostando, oltre che verso la stampa a colori, verso quella condivisa in rete e Kyocera Mita presta molta attenzione a queste richieste. Per esempio, tutte le nostre printer sono integrate da software per il controllo e la gestione del documento in rete. Inoltre, siamo riconosciuti come il marchio che produce le stampanti con i più bassi costi di esercizio. L'affidabilità dei sistemi, la modularità d'offerta, il supporto pre e post vendita si aggiungono a questi aspetti e continuano a darci notevoli soddisfazioni».

Il mondo printing nel cuore di Lexmark

Nel comparto laser le performance di **Lexmark Italia** nel 2005 sono state di grande rilievo.

«Produciamo e vendiamo soltanto soluzioni di stampa e questa focalizzazione sul mercato printing - ha esordito **Pietro Renda**, direttore marketing di Lexmark Italia - costituisce in assoluto il nostro principale punto di forza. Il secondo elemento vincente è la gamma che copre l'intero spettro dell'offerta, dalle stampanti per il mondo consumer alle grandi printer dipartimentali. Il terzo è la semplicità di tutti i prodotti: facili da installare, da gestire e, ovviamente, da usare».

In questo periodo le strategie della società si rivolgono soprattutto al colore. La crescita di Lexmark anno su anno, come definito dagli analisti di mercato, è da molti trimestri superiore alle due cifre. E nel terzo trimestre, nel segmento di prezzo da 1.000 a 1.499 euro è stata posizionata come leader di mercato con il 27 per cento di share.

«I sistemi multifunzione a tecnologia laser - ha affermato Renda - crescono allo stesso passo delle stampanti laser a colori. È importante notare come gli utenti finali apprezzino questi prodotti non solo per le loro caratteristiche, ma soprattutto per la loro capacità di migliorare in maniera notevole la produttività dei gruppi di lavoro».



Pietro Renda, direttore marketing di Lexmark Italia

Secondo Renda, la macchina ideale del prossimo futuro dovrà avere il cuore di una stampante ed essere intuitiva e semplice da usare e configurare. E in tal senso Lexmark utilizza da anni la tecnologia touch screen che permette agli utenti finali di eseguire ogni task in maniera guidata e immediata.

«Siamo riconosciuti - ha concluso Renda - come leader tecnologici nel mercato printer. La nostra strategia di vendita è totalmente indiretta e si avvale di rivenditori. Il posizionamento di prezzo, le prestazioni dei nostri prodotti e i programmi promozionali dedicati al canale contribuiscono a rendere l'offerta Lexmark la più conveniente sul mercato e di sicuro interesse per i dealer».

Océ, sicurezza e flessibilità in primo piano

Le laser printer di Océ hanno generato un fatturato di oltre 40 milioni di euro, confermando la leadership della società nel settore della stampa per professionisti, con una gamma da 20 a 1.200 pagine al minuto e un'offerta di soluzioni b/n, a colori e Highlight Colour fortemente orientata alla produttività. L'obiettivo per il 2006 prevede una crescita superiore al 10 per cento.

«Il nostro grande punto di forza - ha dichiarato **Maurizio Ronzoni**, strategic business unit manager Dds di Océ - è la competenza che, abbinata al fortissimo orientamento al cliente, consente di fornire soluzioni complete e a valore aggiunto tagliate sulle specifiche



Maurizio Ronzoni,
strategic
business unit
manager Dds
di Océ

esigenze. Un altro punto di forza è la leadership tecnologica che ci permette di avere soluzioni innovative, sviluppate dal nostro centro di R&D europeo, e al tempo stesso produttive, affidabili, rispettose dell'ambiente».

La percentuale di fatturato generata dalle laser a colori è intorno al 15 per cento e il colore riveste per Océ un'importanza strategica per gli alti tassi di crescita del mercato e per i volumi prodotti.

Per Ronzoni, i multifunzione hanno un trend positivo, caratterizzato dalla sostituzione dei vecchi device. Sono

le macchine del futuro e, nel caso di Océ, sono arricchite da software che consentono di usufruire al massimo delle potenzialità del digitale, dalla cooperazione all'integrazione, alla multicanalità. Sta solo al cliente gestire questi sistemi con una visione d'insieme per ottimizzare i costi e la gestione dei flussi documentali, come propone Océ con il suo Professional Office Program.

Un'ottima stampante del futuro dovrà essere realizzata con un'attenzione speciale alle caratteristiche della sicurezza, intesa come protezione e riservatezza dei dati. Un esempio è la mail-box dei sistemi Océ che consentono la stampa dei file solo tramite Pin o con la lettura dell'impronta digitale. Un'altra caratteristica è la flessibilità, che consente tra l'altro di stampare o archiviare su chiave Usb, di fare scansioni e inviare file in archivio via e-mail o di stampare su ogni sistema collegato in rete.

Samsung punta sulla convergenza all-in-one

Il 2005 si è concluso per **Samsung Electronics** con ottimi risultati sul mercato italiano: circa 110.000 stampanti laser monocromatiche vendute e 18.000 a colori. Per il 2006 l'obiettivo è chiudere l'anno con la vendita di circa 145.000 printer monocromatiche e 50.000 a colori. Innovazione, qualità e design contraddistinguono l'attività della società, che punta ad affermarsi come leader di mercato a livello mondiale nella convergenza digitale grazie all'integrazione di più prodotti in uno. «Altro punto di forza - ha dichiarato

Stefano Romelli, product manager divisione IT di Samsung Electronics Italia - è l'attività di ricerca e sviluppo, senza dimenticare la costante attenzione rivolta al design. Negli ultimi anni, per esempio, ben otto dei nostri prodotti hanno ricevuto gli IF Design Awards, tra i più prestigiosi premi internazionali dedicati al design. Per

quanto riguarda le stampanti laser, sono da tener presenti l'ottimo rapporto prezzo-prestazioni, l'elevata qualità dei materiali utilizzati e l'affidabilità che ne deriva nonché la capacità di rispondere pienamente alle esigenze di piccole e medie aziende, cuore dell'economia italiana».

Il colore per Samsung ha un'importanza cruciale, con un 10 per cento degli introiti dovuto proprio alla vendita delle laser a colori.

Secondo Romelli, i dispositivi multifunzione presentano considerevoli vantaggi di utilizzo, oltre a essere strategici per ergonomia e space saving. Sono un esempio perfetto di quella convergenza digitale all-in-one su cui tanto punta Samsung e si preparano a essere le macchine del futuro, che dovranno essere essenzialmente facili da utilizzare, a colori, di rete.

«Un dealer che si affida a Samsung per le stampanti laser - ha concluso Romelli - trova il partner ideale, in grado di offrire sempre prodotti interessanti, capace di supportare in modo continuato il dealer stesso nelle vendite e di fornire un aiuto concreto per lo sviluppo del sell-out.

TallyGenicom, mezzo secolo di esperienza

La gamma di stampanti laser monocromatiche **TallyGenicom** è composta da prodotti dalle 16 alle 45 ppm, con modelli che si distinguono per l'eccellente trattamento carta e la versatilità delle configurazioni. L'offerta di laser a colori è indirizzata alle applicazioni d'ufficio e ha come elementi distintivi facilità d'uso, ottima riproduzione cromatica e costi di gestione contenuti. Altro elemento di

forza è l'architettura TallyGenicom Intelliprint che consente di supportare la gestione della modulosistica elettronica e di migrare da applicazioni basate su stampanti a impatto a macchine laser senza cambiamenti nelle applicazioni software.

«La nostra società - ha spiegato **Donato Maraggia**, product manager di TallyGenicom - fonda le sue radici in 50 anni d'esperienza di Tally e Genicom e opera in Italia con 10 filiali di assistenza e tecnici preparati. Per quanto riguarda il canale, siamo convinti dell'importanza strategica dei nostri rivenditori per la loro capacità di presidiare il territorio, ascoltare le esigenze dei clienti e offrire le giuste soluzioni di stampa. Crediamo e investiamo in attività per favorire la migliore collaborazione, sia commerciale sia tecnologica, e vendere con successo i nostri prodotti».

Dal punto di vista percentuale il laser a colori non è la tecnologia preponderante del fatturato TallyGenicom, pur con una share superiore ai dati del mercato italiano. In ogni caso, i tassi di crescita nel 2004 e nel 2005 fanno ben sperare per un ottimo 2006.

Attualmente, la gamma TallyGenicom non comprende prodotti multifunzione, che saranno presenti a breve, data la crescente domanda del mercato e le interessanti prospettive. «Come ogni prodotto tecnologico - ha affermato Maraggia - le caratteristiche essenziali di una stampante di qualità sono tutte quelle che favoriscono un utilizzo semplice e immediato e, contemporaneamente, consentono di migliorare l'efficienza e la qualità del lavoro. In sintesi: facilità d'uso, eccellente trattamento della carta, massima compatibilità e connettività, costi d'utilizzo contenuti».

Xerox cambia il modo di lavorare in azienda

Grazie a significativi investimenti che generano prodotti innovativi a costi accessibili, Xerox sta trasformando il modo di lavorare nelle aziende di ogni dimensione.

«Le tecnologie utilizzate per gran parte dei prodotti - ha esordito **Alberto Calvieri**, channel marketing manager di Xerox Office Italy - sono sviluppate nei nostri laboratori. Ciò garantisce la piena integrazione di tutte le parti

che compongono il sistema di stampa, a tutto vantaggio della produttività. Altri punti di forza sono gli standard elevati per la sicurezza dei dati aziendali e l'integrazione negli ambienti di rete del cliente. Anche facilità d'uso e approcci innovativi nei servizi, come la possibilità di stampare a costo fisso anche a colori con le formule PagePack ed eClick, danno grande valore ai clienti e ai partner commerciali, che veicolano quest'offerta catturando tutte le opportunità del business post vendita».

La proposta di soluzioni a colori rappresenta una parte sostanziale dell'offerta di Xerox che guida il mercato con una serie di prodotti competitivi. «I multifunzione in grado di sostituire le apparecchiature in bianco e nero, ma che all'occorrenza possono stampare anche a colori - ha spiegato Calvieri - sono in forte crescita. Queste macchine colour capable hanno costi di acquisto e di uso confrontabili con quelle monocromatiche e possono essere impostate per consentire la stampa a colori solo agli utenti autorizzati. Si stanno diffondendo anche nelle aziende di dimensioni medio-piccole ed è facile prevedere un loro successo. Ciò nonostante, le stampanti continueranno a mantenere un ruolo fondamentale nelle organizzazioni aziendali e il mercato di quelle a colori continuerà a crescere a lungo».

Per Calvieri, qualità di stampa indipendentemente dalla carta, affidabilità, flessibilità, facilità di utilizzo, integrazione con le reti e i software applicativi, produttività sono i tratti distintivi delle stampanti di domani. Tutto ciò dovrà essere concentrato in un prodotto ecologico, di dimensioni ridotte e costi contenuti sia nell'acquisto sia nella gestione.



Alberto Calvieri, channel marketing manager di Xerox Office Italy

Océ Cps800 Platinum, il top del colore

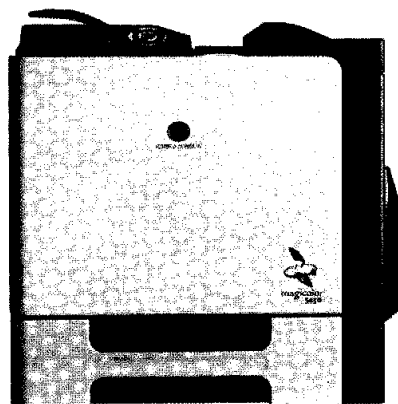
Océ Cps800 Platinum è una copiatrice-stampante in grado di riprodurre documenti alla velocità di 30 pagine al minuto. Dotata di alcune caratteristiche tecniche brevettate da Océ, per esempio Direct Imaging e sette colori, garantisce un'eccellente stabilità del colore a 600 dpi ed è in grado di copiare e stampare in maniera flessibile su un'ampia gamma di supporti, in formati A3 e A3+, con grammature fino a 300 grammi/m². Grazie all'elevata qualità di stampa, alla possibilità di regolazione dei mezzi-toni e alle performance dell'engine, Cps800 Platinum si posiziona come prodotto di punta nel mercato del colore professionale. Trattandosi di una macchina multifunzione, è la soluzione ideale sia per il segmento corporate sia per il comparto commercial, in particolare centri servizi che riescono a raggiungere i volumi giusti grazie al mix tra copie e stampe. Da sottolineare anche la semplicità di utilizzo e l'estrema rapidità nell'avviamento della produzione.



Per informazioni
www.oce.it

magicolor 5450, tutta la forza del colore

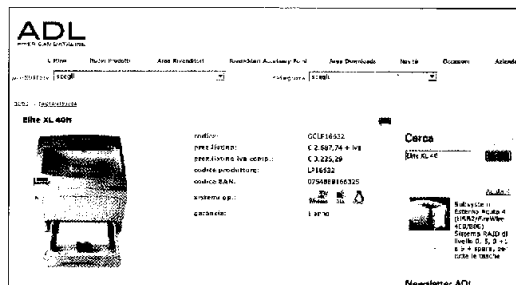
magicolor 5450 è il prodotto di punta della linea Lbp a colori di Konica Minolta. Coniuga velocità, versatilità e qualità e offre prestazioni elevate in una struttura semplice ed economica, rappresentativa delle competenze di un player da sempre posizionato al top tecnico-scientifico nel campo delle tecnologie dell'imaging. Mentre il profilo hardware consente di elaborare velocemente anche complessi lavori di stampa, due tecnologie proprietarie, il toner a polimeri Simitri e il controller Emperon contribuiscono a conferire al prodotto prestazioni tipiche di macchine di fascia alta. Grazie alla risoluzione ottica di 9.600 punti e alle certificazioni colore internazionali, magicolor 5450 è in grado di produrre colori precisi e uniformi, con dettagli e caratteri in linee sottili e mezzi-toni di qualità professionale. È una macchina veloce, conveniente e flessibile, adatta anche a chi ha solo intuito la rilevanza e la potenza dello strumento colore come mezzo di comunicazione.



Per informazioni
www.konicaminolta.it

Adl sceglie l'affidabilità di Elite XL 40

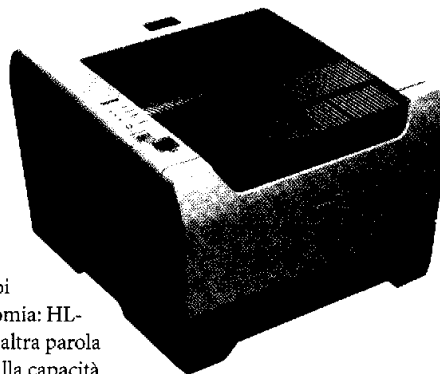
American Dataline propone Elite XL 40 di Gcc Technologies, una stampante che processa i documenti più complessi con affidabilità e velocità grazie al potente processore Power Pc 333 MHz. La macchina ha un'area di stampa ampia da bordo a bordo, che arriva a 30x90 cm e la memoria Ram di 64 Mb è espandibile fino a 320 Mb. Elite XL 40 offre supporto completo per Mac OS e Windows ed è fornita con AccuGray II, l'innovativa tecnologia di Gcc che permette di riprodurre le immagini aumentando di circa il 40 per cento il numero di grigi stampabili, mantenendo quindi un'ottima leggibilità anche nelle parti più scure delle stesse. Inoltre, grazie a WebAdmin, l'esclusivo software di Gcc Technologies, l'utilizzatore può modificare i parametri della stampante tramite un Web browser. Elite XL 40 produce 40 pagine al minuto. Ha in dotazione un cassetto carta da 500 fogli e un secondo manuale da 150, anche in formato A3; è possibile, inoltre, aggiungerne uno ad alta capacità per arrivare a 3.150 fogli.



Per informazioni
www.adl.it

Brother HL-5240, flessibile e veloce

HL-5240 è una stampante laser monocromatica per il mondo professionale e Soho. Offre velocità di 28 ppm, risoluzione di 1.200x1.200 dpi, memoria da 16 Mb, espandibile a 528 Mb e connessione parallela e Usb 2.0 di serie. In ufficio i tempi si comprimono: lo standard è l'esigenza di risposte immediate e precise. I punti di forza della macchina proposta da **Brother** sono evidenti proprio nella capacità di lavorare in tal senso. La gestione dello spazio impone poi un'attenzione alle dimensioni e all'ergonomia: HL-5240 è compatta e solida. Flessibilità è un'altra parola d'ordine irrinunciabile, espressa anche dalla capacità carta: al cassetto da 250 fogli e al vassoio multiuso da 50 è possibile affiancare in opzione due cassette da 250 fogli. Se si ha l'esigenza di una stampante con rete standard, fronte-retro automatico, display Lcd o interfaccia Lan wireless, i modelli della gamma cui appartiene HL-5240 sono in grado di offrire anche queste caratteristiche.



Per informazioni
www.brother.it

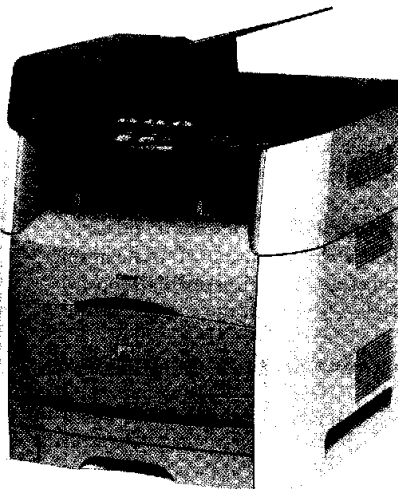
Canon MF8180C, printer ma non solo

MF8180C di Canon produce stampe a colori a 600x600 dpi, utilizzando quattro cartucce toner separate e un singolo tamburo per stampa, copia e fax.

Sfrutta la tecnologia Canon Fixing On-Demand che consente la fusione istantanea del toner sulla carta, eliminando i tempi di riscaldamento in modalità stand-by e anticipando notevolmente quelli per produrre la prima copia. La velocità è di 19 ppm

in bianco e nero e 4 ppm a colori. Il modello è dotato di un vassoio da 250 fogli e di un cassetto da 125 pagine nel quale si possono inserire carte di vario tipo o dimensione. Inoltre, grazie all'alimentatore automatico da 50 pagine, è possibile copiare, acquisire e inviare via fax documenti di più pagine senza doverli suddividere.

Può essere collegato a una rete Ethernet e fungere da stampante condivisa. Gli utenti connessi possono anche inviare fax dai propri pc. Inoltre, è possibile monitorare la macchina attraverso un browser, cambiare o programmare le impostazioni.

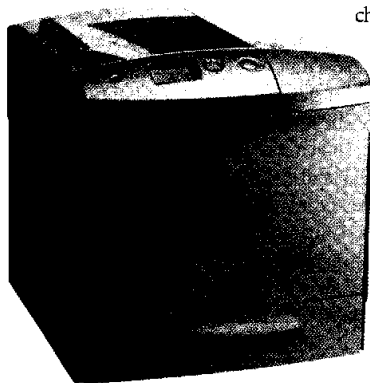


Per informazioni
www.canon.it

AcuLaser 2600, l'innovazione di Epson

AcuLaser 2600N è una laser monocromatica per i lavori in bianco e nero quotidiani presentata da Epson. Il suo tratto innovativo risiede nella possibilità di passare al colore quando necessario, con la semplice aggiunta delle apposite cartucce. E quando il colore si esaurisce, si prosegue con la stampa monocromatica, senza alcun problema. La macchina ha una capacità carta standard di 650 fogli e, per lavori da completare senza interruzioni, è possibile arrivare a 1.150 fogli. Il modello fa parte della serie AcuLaser 2600,

che offre velocità di 30 ppm, con stampa della prima pagina in nero in soli 9 secondi. Sia la versione monocromatica sia quella a colori sono facili da usare e rappresentano la scelta ideale per gli utenti meno esperti e per le organizzazioni con personale di supporto informatico ridotto o esterno. Il pannello Lcd visualizza istruzioni complete e intuitive, mentre l'interfaccia utente del driver permette di scegliere le impostazioni per ottenere i migliori risultati.



Per informazioni
www.epson.it

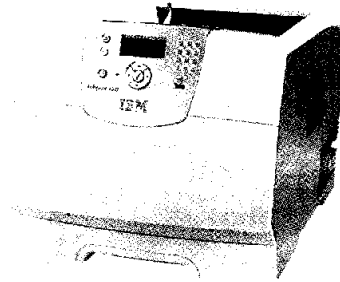
IBM Infoprint 1532 stampa in sicurezza

IBM Infoprint 1532 è pensata per le esigenze di gruppi di lavoro piccoli e medi e per le piccole aziende. Offre qualità, affidabilità e velocità attraverso un processore da 400 MHz e può essere equipaggiata con adattatore wireless opzionale per gestire i picchi di lavoro.

Monta un pannello operatore personalizzabile e facile da utilizzare, caratterizzato da un display attraverso il quale è possibile controllare tutte le funzioni della stampante, da una tastiera numerica, da un menu di navigazione e grafica per determinare lo stato dei lavori e risolvere eventuali problemi.

Può produrre documenti in formato Pdf dal pannello mediante la porta diretta Usb e un dispositivo di memoria flash.

È sufficiente selezionare un file, scegliere il numero di copie e inviarlo alla macchina. Inoltre, assegnando un Pin a un lavoro, Infoprint 1532 lo memorizza e procede alla stampa solo quando la persona autorizzata è presente per ritirarlo.

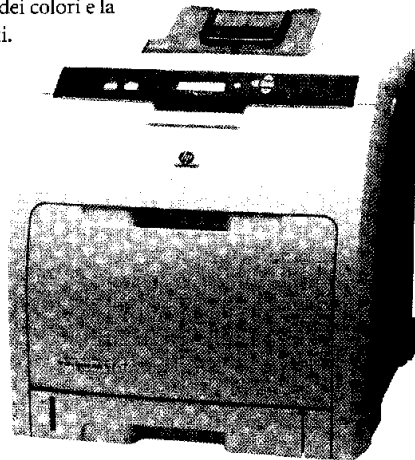


Per informazioni
www.ibm.it

Tutti i plus di HP Color LaserJet serie 3800

Le HP Color LaserJet serie 3800 sono progettate per gruppi di lavoro gestiti che operano in aziende di medie e grandi dimensioni con l'esigenza di produrre internamente materiali di marketing a colori. Dotate di connettività standard Usb e predisposte per il collegamento in rete, si inseriscono perfettamente in qualsiasi ambiente di lavoro. La serie offre il comando Colour Access Control ed è dotata del software HP Web Jetadmin per il monitoraggio del consumo dei colori e la creazione di report di utilizzo personalizzati.

La velocità massima è di 21 pagine al minuto sia a colori sia in monocromia. Inoltre, la tecnologia HP Smart Printing, presente sia nei materiali di consumo sia nelle stampanti della società, consente di effettuare regolazioni automatiche che ottimizzano la qualità di stampa assicurando risultati affidabili e duraturi e la tecnologia HP Instant-on riduce la durata delle operazioni di riscaldamento con conseguenti risparmi di tempo e denaro.



Per informazioni
www.hp.com/italy

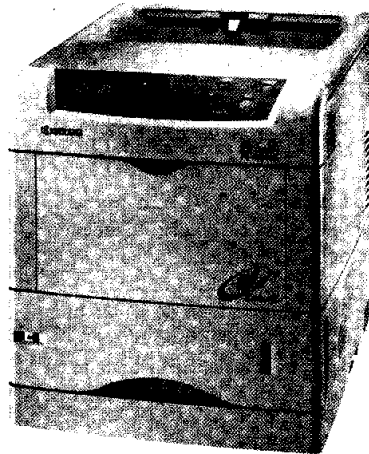
Kyocera Mita, colore a costi contenuti

In linea con la crescente domanda di stampanti a colori negli uffici, **Kyocera Mita** amplia la gamma con **FS-C5020N** e **FS-C5030N**.

I nuovi modelli sono stati progettati per singoli utenti o gruppi di lavoro che desiderano avvalersi di documentazione a colori nelle attività professionali giornaliere e sono alla ricerca di un sistema compatto in grado di produrre stampe di qualità con costi d'esercizio complessivi contenuti.

Basati sulla tecnologia **Kyocera Ecosys**, sono la soluzione ideale anche per quelle realtà che vantano già "un'esperienza colore" e apprezzano la produttività di una laser dal costo stampa ridotto. Performanti e user-friendly, offrono funzioni di calibratura e controllo del colore avanzate, memoria base

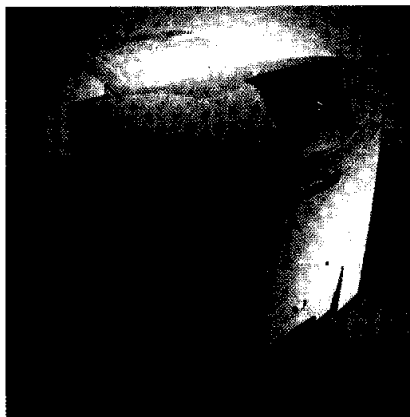
di 128 Mb, velocità di stampa fino a 24 ppm a colori e in bianco e nero e una nuova unità fronte/retro. Di ingombro ridotto, hanno interfacce multiple per facilitare il lavoro di squadra, risoluzione a 600 dpi con tecnologia Multibit e capacità carta di oltre 2.000 fogli.



Per informazioni
www.kyoceramita.it

Lexmark C52x, il colore sotto controllo

La famiglia di stampanti **Lexmark C52x** combina prezzo, performance, qualità e facilità d'impiego. Con velocità di stampa fino a 19 pagine al minuto in formato A4 e fino a 20 ppm in formato lettera sia a colori sia in monocromatico, le **Lexmark C52x** offrono un'alternativa versatile e conveniente a chi desidera ampliare le proprie capacità di stampa a colori con dispositivi ad alta velocità, mantenendo nel contempo sotto controllo i costi. La tecnologia

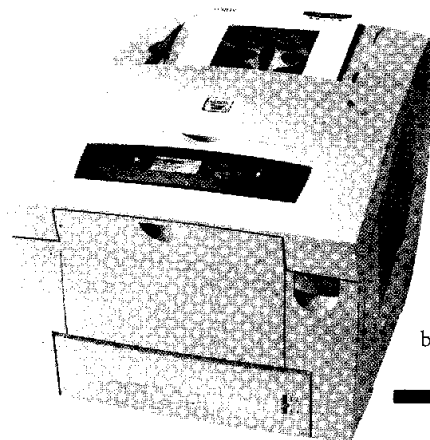


Lexmark Color Care aiuta le aziende e gli individui a ottenere questi risultati grazie a strumenti per ridurre il consumo di toner, all'autorizzazione per stampare a colori e alla stima del costo per ogni pagina a colori. La linea incorpora una sofisticata tecnologia laser proprietaria che assicura notevoli livelli di affidabilità e qualità di stampa e utilizza toner progettati specificamente. Comprende cinque modelli, tutti caratterizzati dalla capacità di collegamento in rete.

Per informazioni
www.lexmark.it

Xerox Phaser 8500, l'inchiostro solido

Grazie alla tecnologia a inchiostro solido, Xerox Phaser 8500 si rivolge alle aziende interessate ad acquistare un dispositivo a colori di alta qualità a un prezzo accessibile. La stampa fino a 24 ppm vanta un tempo di uscita della prima pagina di sei secondi e la macchina è facile da installare, mantenere e utilizzare.



La tecnologia a inchiostro solido permette di riprodurre una gamma particolarmente ampia di colori, mentre le tecnologie Xerox 2400 FinePoint e la disponibilità di PostScript 3 Adobe consentono di ottenere immagini di qualità fotografica. Ciò permette di stampare su un'ampia varietà di supporti di peso differente: carta riciclata, cartoncino, lucidi e altro ancora, assicurando la flessibilità di cui le imprese oggi necessitano per produrre qualsiasi tipo di documento, dalle bozze di offerte fino alle presentazioni e alle brochure.

Per informazioni
www.xerox.it

Aficio CL4000 di Ricoh, la soluzione per l'ufficio

Le nuove laser a colori Aficio CL4000DN e CL4000Hdn di Ricoh sono il risultato di una sfida vincente: la ricerca della soluzione migliore per le esigenze dell'ufficio. Ottimizzano il flusso di lavoro, hanno un prezzo vantaggioso, generano bassi costi di stampa e richiedono minimi interventi di manutenzione. Sono rapide e produttive: il preriscaldamento è inferiore a 30 secondi; la prima stampa è pronta in meno di 10 secondi in bianco e nero e in meno di 15 a colori; la velocità è di 25 ppm (in bianco e nero e a colori) su una e due facciate; il processore è a 533 MHz per una rapida elaborazione.

Il disco fisso da 40 Gb (opzionale per Aficio CL4000DN) offre altre utili funzioni: Locked Print per i massimi livelli di

sicurezza; Pdf Direct Print per inviare direttamente i dati alla stampante senza utilizzare il server; Sample Print per evitare stampe errate; fascicolazione e spooling dei lavori; possibilità di scaricare font e macro Pcl e Adobe PostScript.

Per informazioni
www.ricoh.it

RICOH Aficio™ CL4000DN/ CL4000Hdn

Stampa a colori a laser, massima velocità e qualità costi

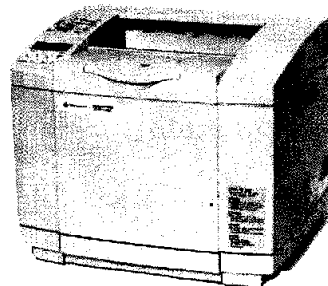
Caratteristiche tecniche

Velocità: 25 ppm (in bianco e nero e a colori) su una e due facciate

Prima stampa: meno di 10 secondi (in bianco e nero) / meno di 15 secondi (a colori)

Intelliprint 8008N, a misura d'azienda

Con **Intelliprint 8008N** di **TallyGenicom** le aziende hanno a disposizione un prodotto veloce, modulare e flessibile in grado di soddisfare ogni esigenza di stampa e di migliorare la produttività. La macchina offre tutte le caratteristiche sia di una laser mono veloce sia di una printer a colori professionale: prestazioni, versatilità e affidabilità supportate da un costo d'acquisto competitivo. Con una velocità fino a 31 ppm in mono e 8 a colori, fornisce interessanti prestazioni per aggiungere impatto comunicativo a lettere, relazioni, rapporti, presentazioni e depliant. Intelliprint 8008N è equipaggiata con Adobe PostScript 3, che garantisce la completa compatibilità con gli ambienti professionali e risultati cromatici eccellenti. Le emulazioni Pcl5c e Pcl6 favoriscono inoltre la massima integrazione e compatibilità con le più diffuse applicazioni d'ufficio e industriali. Su richiesta, è disponibile un apposito I-button per abilitare il supporto e la stampa di numerosi codici a barre.

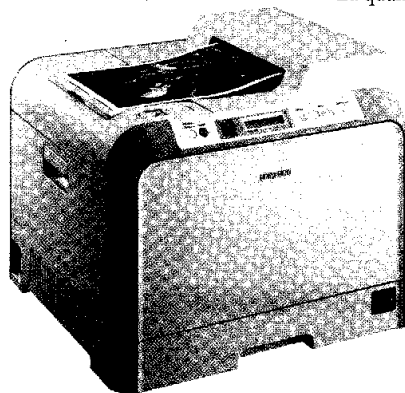


Per informazioni
www.tallygenicom.it

Samsung Clp-510 trasforma l'ufficio

La stampante **Clp-510** e la versione con interfaccia di rete integrata **Clp-510N** combinano la tecnologia laser a colori **Samsung** con nuove funzionalità e caratteristiche per soddisfare ogni esigenza di produttività dell'utente aziendale.

Con una risoluzione di 1.200 dpi, è lo strumento ideale per produrre documenti a colori di grande efficacia comunicativa; la serie Clp-510 garantisce, infatti, colori brillanti, immagini vivide e testi di grande nitidezza anche su supporti come buste, cartoncini o etichette adesive.



La qualità di stampa, inoltre, è assicurata dalla piena compatibilità con le piattaforme Microsoft Windows XP, Macintosh 10.3 e con le principali distribuzioni Linux. Velocità di 6 ppm a colori e di 24 in bianco e nero, memoria standard di 64 Mb (espandibile a 192 Mb) e interfaccia Usb 2.0 Full Speed soddisfano ogni esigenza di produttività. A ciò si aggiunge l'unità di stampa fronte/retro standard, che permette di realizzare documenti finiti e professionali.

Per informazioni
www.samsung.it