

Kyocera Mita coniuga affidabilità e supporto

Top Trade Informatica - Dossier "Il Colore del Mercato" - 01/09/06 – pag. 73-74

Kyocera Mita coniuga affidabilità e supporto

Nel 2005 **Kyocera Mita Italia** ha fatturato quasi 15 milioni di euro e per l'anno in corso si attende un incremento del 25 per cento.

«La nostra politica commerciale - ha esordito **Adriano Zuradelli**, marketing manager di **Kyocera Mita Italia** - è decisamente customer oriented, per cui riteniamo

fondamentale che i nostri business partner offrano agli utenti finali un ottimo supporto. Inoltre, ci impegniamo quotidianamente per sensibilizzare il dealer network affinché comprenda l'importanza di utilizzare sempre il consumabile originale a salvaguardia della qualità del servizio offerto.

Per questo abbiamo deciso di integrare dispositivi Rfid, in grado di smascherare eventuali pezzi contraffatti, all'interno delle nostre cartucce toner. Non dimentichiamo, inoltre, che a livello mondiale il Gruppo **Kyocera** recita un ruolo da protagonista nello sviluppo di tecnologie innovative e attente alle problematiche ambientali. Nasce da tale presupposto la tecnologia proprietaria **Ecosys** che, oltre all'abbattimento dei costi di gestione, assicura il pieno rispetto dell'ambiente. Mi preme sottolineare anche un altro aspetto: investiamo costantemente in attività di ricerca. Non è un caso se siamo riusciti a produrre un toner innovativo, che

garantisce un'eccellente qualità di stampa, e un tamburo in silicio amorfo di lunga durata».

Il fatturato legato ai consumabili originali aumenta in termini numerici mentre quello relativo ai compatibili cresce a valore.

«Per quanto ci riguarda - ha commentato **Zuradelli** - tale considerazione si scontra con le caratteristiche dei nostri consumabili, la cui lunga durata comporta una drastica riduzione dei costi di esercizio. Ciò si traduce in vantaggio sia per i rivenditori sia per l'utente finale che apprezza l'economicità, l'affidabilità e

l'efficienza della nostra offerta». Il punto di forza della società è la flessibilità: non si impongono quantitativi minimi, garantendo la fluidità di magazzino dei business partner.

«Ai business partner - ha spiegato **Zuradelli** - chiediamo specializzazione e competenza. All'affidabilità dei prodotti desideriamo affiancare un servizio pre e post vendita sempre più qualificato e puntuale, con una connotazione territoriale, ma che al contempo posseda una forte capacità di analisi».

Il mercato italiano dei consumabili si assesta a quota 964 milioni di euro (418 milioni di euro per le ink-jet e 546 milioni di euro per le laser); le cifre si riferiscono a un parco installato pari a 18,5 milioni di euro per le prime e a 5 milioni per le laser. «A conferma dell'oculatezza delle nostre strategie - ha concluso **Zuradelli** - è proprio il segmento laser a far registrare il maggior trend di crescita».