

### **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'efficien-

za 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 possieda 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 cinque milioni per le laser.

«A conferma dell'oculatazza delle nostre strategie - ha concluso Zuradelli - è proprio il segmento laser a far registrare il maggior trend di crescita».



**Adriano Zuradelli, marketing manager di Kyocera Mita Italia**