

Nicchia e Globalizzazione

Il termine Globalizzazione compie i suoi 21 anni da quando fu coniato, da Theodor Levitt, nel 1983.

Tre sono le ipotesi principali del sociologo americano: omologazione dei prodotti, concorrenza basata sui prezzi ed economia di scala.

Vi è mai capitato il sabato pomeriggio di andare (o essere trascinati/e) nella catena svedese di vendita di mobili, complementi d'arredo e altra oggettistica per la casa, presente con i suoi punti vendita in quasi tutta Italia? Di sicuro la teoria di Levitt era l'ultimo dei vostri pensieri mentre vi districavate nei vari corridoi e tra i nomi "ostici" dei prodotti esposti, ma credo che l'azienda svedese, sia un chiaro esempio di "messa in pratica" della globalizzazione di Levitt.

Nel nostro settore alcuni dei principali player di mercato hanno messo in atto una serie di azioni rivolte al miglioramento del terzo assunto di Levitt: l'economia di scala (Turbon/Embatex e MSE/Clover).

Di fronte alla "capacità di fuoco" delle sopracitate esperienze, la domanda che sorge spontanea è: Quale futuro per i rigeneratori italiani? Aumentare la propria "capacità di fuoco" o tentare un approccio al mercato orientato alle nicchie?"

Alberto Mattiacci (Segretario Generale Società Italiana Marketing) definisce nicchia "...spazio competitivo a sé, relativamente piccolo e caratterizzato da un'offerta di prodotto speciale, la cui promessa di valore è superiore a quella media di categoria e il cui percepito si caratterizza per la sua originalità."

Dati IDC indicano che il mercato laser monocromatico copre circa 80% e nel colore, circa il 20%, sono comunque HP e SAMSUNG che "controllano" circa il 76% del mercato.

Orientarsi verso nicchie potrebbe essere una scelta privilegiata delle piccole e medie imprese che, adottando questo approccio, eviterebbero lo scontro diretto con i concorrenti più grandi così da ottenere vantaggi derivanti dalla specializzazione su un unico mercato e la sopravvivenza in ambienti competitivi sempre più difficili. Alcuni studiosi come Kroeger, ritengono comunque opportuno adottare l'approccio di nicchia anche nelle grandi imprese con Business Unit dedicate.

un modello nicchia "oriented" potrebbe essere una risposta dei rigeneratori alla globalizzazione?

Samuele Bovienzo

Europa, Italia ed ETIRA.

La prima parte dell'anno ha evidenziato una generale vivacità di alcuni dei maggiori player europei del settore Recycler: annunci di fusioni (Clover e MSE) e partnership (Turbon e Embatex) sono la risposta alla situazione attuale.

La riduzione della richiesta di mercato e la crisi economica hanno sospinto le aziende che rigenerano cartucce di stampa a fare sinergia. Anche la diffusione di prodotti cloni/nuove cartucce non OEM o illegali/lesive dei brevetti ha contribuito ai cambiamenti e le associazioni di categoria stanno approfondendo i loro sforzi per contrastare questo dannoso fenomeno.

La prossima pubblicazione dell'edizione 2015 della Guida ai Cloni di ETIRA avrà come sottotitolo: **Commercializzare in Europa di cartucce di nuova fabbricazione che infrangono i brevetti è illegale e anti-social.**

In Italia, grazie alla collaborazione con il ministero dell'Ambiente, le associazioni di categoria tra cui ARTI-Italia, hanno realizzato un importante documento ora divenuto legge: il CAM. Inoltre, per prevenire usi impropri, è stata redatta una nota relativa all'uso delle Dichiarazioni Ambientali di Prodotto chiarimento (EPD) <http://www.arti-italia.com/index.php/rassegna-stampa/8/42-mattm>

Dopo tutto ciò ci si chiede perché il mercato italiano non aumenta se, come si legge sul sito dell'Associazione francese FCR <http://www.francecartouche-reemploi.org/> :

1. Riutilizzare le cartucce vuote genera minori emissioni di CO2 di almeno il 40% alla produzione di nuove cartucce. Fonte: www.etira.org
2. Il riutilizzo di una cartuccia laser rappresenta un risparmio energetico del 30% rispetto alla produzione di una nuova cartuccia. Fonte: ARMOR S.A.
3. Il riutilizzo di cartucce laser vuote rappresenta 16.000 tonnellate di rifiuti riciclati ogni anno in Europa. Fonte: ARMOR S.A.
4. La rigenerazione di cartucce laser ha un impatto ambientale inferiore del 40% rispetto alla produzione di una nuova cartuccia. Fonte: Università di Linkoping, Svezia (2006)
5. Una cartuccia laser riutilizzato è di 4 litri di petrolio risparmiati. Fonte: The Recycler Magazine

Marchi, nomi e codici sono dei legittimi proprietari ed utilizzati esclusivamente a titolo esplicativo

Forse le dimensioni delle aziende non permettono ampie gamme di prodotti a causa della limitata capacità d'investimento in Ricerca e Sviluppo su nuove cartucce? Oppure vi è scarsa capacità produttiva e qualitativa a causa della complessità dei processi di rigenerazioni, componenti IP free (drum e microchip)? Oppure perché quasi nessuna azienda nazionale si è dotata di Ecolabel come Nordic Swan o Blau Engel? O infine per mancanza di certificazioni verificabili e garantite da terzi?

Credo che esistano risposte a queste domande e penso che, se si vuole contribuire alla riduzione dei RAEE come indicato dall'Europa Comunitaria, si dovrà cambiare verso un'economia del riutilizzo delle risorse scarse ivi comprese le cartucce da stampa e le stampanti stesse!

Giovanni Ravelli

Spheritone News

Nella visita a Viscom 2014 (tenutosi a Milano dal 16 al 18 Ottobre) si è visto ancora, per il nostro settore, una forte affluenza e curiosità agli stand dei distributori OKI per stampanti a toner bianco (C711WT, ES7411WT e C920WT) e presso lo stand OKI per la presentazione della nuova stampante laser a 5 colori (W-KCMY) C941.

Motivo di vanto, per il team Spheritone, anche l'alta affluenza allo stand di MC System Srl che presentava una Xerox6600WT (Bianco Digitale).

La sopracitata stampante laser è stata completamente settata dall'azienda umbertidese con toner dedicato bianco Spheritone.

L'esperienza si colloca non in un semplice servizio di aftermarket potenziale per i rigeneratori (già possibile grazie alla disponibilità del toner Spheritone SO-WT per macchine OKI) ma soprattutto come una connotazione di "maker" di prodotto con un prodotto dedicato Spheritone -toner bianco- per Xerox.



Spheritone si riconferma quindi partner privilegiato per quelle aziende che stanno re-interpretando il mondo della rigenerazione.

Giovanni Ravelli
Samuele Bovienzo