

# Una società di grande... impatto

Mauro Gardinali, general manager di Sferal Wwt risponde alle domande della redazione sulla nascita di Sferal Wwt e il rilancio del marchio Compuprint

di Angelo Celli



La linea di produzione del nuovo multifunzione SP40

**D**opo l'acquisizione di Cpg dello storico marchio Compuprint si presenta sul mercato con nuovi obiettivi e strategie. Li espone il general manager di Sferal Wwt, Mauro Gardinali con entusiasmo e ottimismo presenta l'ingresso sul mercato della stampante a impatto SP40, attraverso la quale il noto brand spera di riprendere quota.

► **La decisione di acquisire Cpg, afferente di Finmek, da parte del Gruppo Gds, sostanzialmente estraneo finora al segmento It, sottende un disegno importante, così come il brand storico scelto per riproporsi al mercato. Ci illustra le motivazioni di queste scelte?**

Gds ha un'importante presenza nel mercato mondiale dei display industriali professionali e fornisce soluzioni totali, dalla progettazione alla produzione e supporto. Gds considera le stampanti "vicine" ai display in quanto sono entrambi strumenti che ripro-



Mauro Gardinali, general manager di Sferal Wwt

ducono immagini, sulla carta e sullo schermo. L'interesse suscitato da questa "affinità" è sfociata nell'acquisizione di Cpg e dello storico marchio Compuprint.

La visione strategica che sottende a una politica di diversificazione ha anch'essa avuto una parte importante in questo processo.

Il nostro obiettivo è offrire un'altissima specializzazione, mettendo a frutto le competenze acquisite in entrambi i settori e il fatto di essere produttori di stampanti in Oem per uno dei più importanti gruppi mondiali. La Sferal Wwt, nata dalle menzionate acquisizioni, si è ritagliata un ruolo da protagonista nel gruppo Gds.

Il rilancio di Compuprint sul mercato ci vede in primissimo piano e il nuovo gruppo dirigente, che gode di una effettiva autonomia decisionale, vede nella ricerca e nello sviluppo una grande opportunità di crescita e, di conseguenza, di un consolidamento delle attività industriali e commerciali.

## Opinioni &amp; Strategie

► **Ci vuole presentare squadra e strategie che adoterà Seral/Compuprint nel breve e medio termine?**

La squadra si compone di volti vecchi e nuovi: per dare una maggiore continuità al progetto in corso, i personaggi chiave nell'ambito dell'ingegneria di progetto e produzione sono rimasti gli stessi. Forte fresche sono arrivate negli acquisti con nuove professionalità e nelle HR, la struttura commerciale è composta da persone ormai ben conosciute nel settore e di indubbia professionalità. Per quanto mi riguarda, vista la lunga esperienza maturata nel mercato partendo da Honeywell, posso considerarmi il Grande Vecchio!

Per quanto riguarda le strategie, certamente vogliamo rinforzare i rapporti con i nostri partner commerciali "storici" ed allacciarne di nuovi, ponendoci nei loro confronti in maniera molto più propositiva. Questo, sia per quanto riguarda l'offerta di una gamma più ampia possibile e sempre più tecnologicamente innovativa, sia con iniziative specifiche volte a facilitare i rapporti con il mercato, vogliamo poi ampliare i rapporti con i System Integrator che operano nelle aree specifiche di nostro investimento. Tutto questo vogliamo realizzarlo in Italia ma anche all'estero dove stiamo ottenendo risultati incredibili, mi pare una bella sfida!

► **Indissolubilmente legati alle strategie sono gli obiettivi. A quale traguardo mirate e attraverso quali prodotti?**

Il marchio Compuprint è storicamente legato alla tecnologia della stampa ad impatto che, nato sommato, benché data per superata da qualche anno, in Italia tiene sul mercato. Nonostante i problemi degli ultimi anni,



La sede di Seral Wat

la nostra share di mercato ha mantenuto i valori e con il rilancio di Compuprint l'obiettivo è di arrivare entro i prossimi due anni a superare il 50% nella fascia oltre i 600cps in Italia con un aumento del 20% all'estero; questo grazie ai nuovi modelli serie 9000 e 10000 basati su una nuova piattaforma HW che ne aumenterà le prestazioni.

Siamo tra i leader nel mondo nelle stampanti transazionali per applicazioni bancarie e finanziarie; innovativi modelli della nostra SP40 studati per le nuove esigenze di questo mercato sono già nelle nostre linee di produzione ed installati presso importanti clienti, soprattutto all'estero.

A breve presenteremo un modello "multi-funzione" basato su questa piattaforma e puntiamo alla leadership. Le nostre stampanti termiche per applicazioni industriali risultano essere prodotti robusti ed affidabili. Il nostro obiettivo è di essere un "player" riconosciuto sul mercato.

► **Nella vostra offerta è presente una "punta di diamante". A chi si rivolge e qual è il valore aggiunto che l'utente deve considerare?**

Escludendo le stampanti professionali di fascia alta, la stampante transazionale SP40 è oggi sicuramente il prodotto più significativo. Gli investimenti su questa piattaforma sono stati, e sono tutt'oggi, importanti. Siamo sicuri del fatto che SP40 sia adatta a rispondere anche alle esigenze conseguenti alla prossima esplosione delle nuove applicazioni nel settore bancario, in particolare a operazioni allo sportello quali, per esempio, la gestione elettronica delle transazioni, la lettura e la decodifica di caratteri e bande magnetiche.

Questa necessità ci vede già impegnati nel campo, tanto che alcuni tra i più importanti operatori del settore che hanno dato vita a questo processo, ci hanno scelto ottenendo ottimi risultati (si è verificato un aumento dell'efficienza e della sicurezza nelle operazioni di transazione elettronica e di stampa). SP40 consente all'operatore di sportello di riservare tutta l'attenzione al cliente: le stampanti diventano strumento di complemento e supporto e, dopo aver inserito la modulistica, penseranno da sole.

► **Le stampanti a impatto quale ruolo si ritagliano in un panorama dominato dalle tecnologie laser e inkjet?**

Il settore prematuramente creduto agonizzante delle stampanti ad impatto tiene, tanto che nell'ultimo anno è addirittura aumentato rispetto al precedente anche se di pochi punti percentuali. La tecnologia laser è quella che potremmo tendenzialmente paventare di più; nella realtà, confermata dai dati di mercato, per certe applicazioni di logistica e distribuzione, i nostri prodotti di fascia alta non temono questa concorrenza; allo stesso modo ci sono applicazioni industriali, office e ticketing che necessitano di questa tecnologia. Il nostro ingresso sul mercato con le stampanti termiche vuole rafforzare la nostra presenza in questi settori; anche le applicazioni di sportello hanno risentito della "pressione" delle stampanti laser ma con le nuove esigenze di cui abbiamo parlato ben presto anche questi parchi torneranno ad utilizzare stampanti ad impatto. In definitiva la stampa ad impatto offre affidabilità, durata e bassi Tco, tutti elementi che vengono tenuti in grande considerazione da banche ed imprese. ■

## Tutto il positivo della fabbrica piemontese

Mauro Cardinali mette in luce i punti lavorativi di una fabbrica in Italia

"Io dico con orgoglio: le nostre stampanti sono prodotte a Caluso, dove vengono concentrate progettazione, acquisti, produzione e logistica. Cosa ci distingue da chi produce nel Far East? Parliamo tutti la stessa lingua, abbiamo una coscienza comune dei traguardi da raggiungere e lo facciamo insieme ottimizzando i tempi tra le varie fasi e sfruttando una flessibilità che consente rapidità di risposta alle

esigenze dei clienti, capacità di produzione ad alta personalizzazione e a bassi volumi per modello mentre le produzioni ad alti volumi in Far East e nel Europa richiedono un'elevata standardizzazione di parti e componenti. Inoltre provvediamo internamente alla realizzazione dei prototipi di macchine e parti a stampo in plastica e lamiera: la nostra officina meccanica ha un team di progettazione stampi ed attrezzaggio, e la sua dotazione consta in più di 500 macchine utensili".