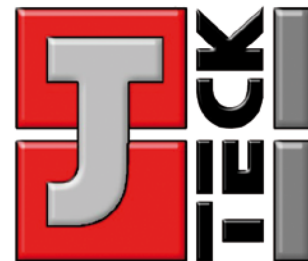




IN VISTA

I colori della ricerca



Il suo fiore all'occhiello è un laboratorio, fucina in perenne fervore che permette all'azienda una totale indipendenza nella ricerca di nuove formulazioni dedicate alla stampa digitale. Ma J-Teck3 ha più di un asso da giocare sul mercato mondiale. Parola di Italo Mariani, Direttore vendite e marketing

Su quel ramo del lago di Como si sta svolgendo oggi una storia del nuovo millennio. Protagonista indiscussa è J-Teck3, una giovane e dinamica azienda produttrice di inchiostri digitali per il tessile che utilizza le più moderne tecnologie produttive e che ha la sua punta di diamante in un laboratorio ricerche interno. Presente nel mondo con filiali commerciali in loco, ha la sede principale in Italia, vicino a Como appunto, dove abbiamo incontrato **Italo Mariani, Direttore vendite e marketing J-Teck3**, con il quale abbiamo fatto una lunga chiacchierata.

Innanzitutto come siete organizzati al vostro interno?

“Il laboratorio ricerca e sviluppo è il cuore della società, dove ci avvaliamo anche dell'aiuto di enti esterni per la ricerca più avanzata. Il reparto commerciale parte dall'interno con il team di vendite e customer service, ma ha le sue lunghe braccia sul territorio con le filiali commerciali in USA, Brasile, Australia e UK. La produzione è articolata lungo i due capannoni in linea, il più recente dei quali inaugurato nel settembre del 2007”.

Quali sono i vostri mercati di riferimento?

“Sicuramente quelli esteri dove la nostra presenza è capillare, abbiamo anche strutturato l’azienda per una migliore ottimizzazione di questi mercati, team di lavoro multilingue, documentazione nelle lingue più diffuse del globo. L’Italia è stato naturalmente il nostro punto di partenza, lo serviamo giornalmente con attenzione e particolare cura”.

Visto il vostro carattere internazionale, quali sono perciò le differenze tra il mercato italiano e quello estero?

“La lingua. A parte gli scherzi direi che il mercato estero è sempre una sfida importante che richiede preparazione e concentrazione data la gestione logistica della catena che porta dalla ricerca fino alla vendita in un Paese più o meno lontano, non solo come distanza, ma anche come cultura e sviluppo. In tutto questo J-Teck ha investito moltissimo. Nell’area digitale tessile in generale l’estero è meno consolidato e sviluppato rispetto a quello Italiano, dove quindi la preparazione tecnica è il valore aggiunto. Proprio a causa di queste specifiche peculiarità affrontiamo i vari mercati in maniera dedicata e non standard, e non solo da Italia a estero, ma direi da Paese a Paese”.

Italia o estero, il vostro comune denominatore sono gli inchiostri. Qual è l’andamento del mercato?

“Sicuramente molto vivace per quanto riguarda la parte digitale tessile che ci compete, una grande base continuamente in crescita per quanto riguarda la sublimazione, in forte crescita per altre applicazioni di nuova apparizione sul mercato, come quella per la nobilitazione dei pannelli e altre sulle quali stiamo investendo nella ricerca di soluzioni per l’industria”.

E il segmento che vi sta dando più soddisfazioni come volume di affari?

“Direi sicuramente la sublimazione”.

A proposito. La stampa sublimatica esiste già da diversi anni, quali possono essere oggi le vere novità che porta questa tecnologia?

“Come dicevo applicazioni industriali nuove come i profili di alluminio o la nobilitazione di pannelli sintetici sempre più usati nel campo dell’arredamento. Anche la stampa tridimensionale con presse di nuova concezione sta crescendo molto nel mercato industriale”.

Nello specifico, per quali applicazioni è meglio ricorrere alla stampa transfer? Per quali alla stampa diretta?

“Questo è lasciato molto alla tecnica dei singoli clienti, certo che lo sci o snow board si continua a stampare in transfer, così come l’abbigliamento sportivo, mentre c’è un

mercato in crescita per la stampa diretta nel flag & banners. Al momento le fibre naturali prediligono la stampa diretta”.

Parliamo del cliente. Chi sono i vostri clienti?

“Data la struttura che abbiamo impostato e la gamma di prodotti che presentiamo, il nostro sito www.j-teck3.com lo spiega molto bene, partiamo dal distributore sino ad arrivare al cliente industriale”.

Offrite pure dei servizi per completare la vostra offerta?

“Sì, assistenza tecnica sul posto per i mercati di maggior utilizzo dei nostri prodotti, e lo stock di prodotti sul luogo avvalendoci delle moderne proposte di logistica dei nostri partner nel trasporto”.





Come sono cambiate nel tempo le esigenze dei vostri clienti?

“Just in time, credo che sia la risposta che meglio spiega senza dilungarsi. Direi che ci siamo molto specializzati seguendo questa filosofia sin dalla fondazione della nostra società”.

Com'è organizzata la vostra forza vendita?

“Come dicevo internamente qui in Italia con venditori e customer service, ma soprattutto all'esterno con filiali commerciali o professionisti che ci rappresentano in loco”.

Prima ci ha parlato del tessuto. È un supporto che sta riscuotendo sempre più successo presso gli stampatori, nota questo interesse?

“Certamente, si sta allargando il campo delle applicazioni. Basti guardare al settore flag and banners che una volta erano quasi esclusivamente stampati su supporti di PVC”.

E quindi quali sono i pro e i contro dell'utilizzo del tessuto come supporto rispetto al banner?

“Molti pro tra cui la trasportabilità, leggerezza, cromia, riflettanza limitata, ecologia. Come contro forse la non facile reperibilità sul mercato di tessuti adatti alla stampa digitale. Molti non sanno a chi rivolgersi per approvvigionarsi di un buon tessuto al giusto prezzo”.

Quali sono le applicazioni più adatte al tessuto?

“Difficile 'dimensionare' il tessuto a singole applicazioni. Sicuramente dobbiamo uscire dal semplice concetto tessuto uguale abbigliamento. Non è più solo questo da tempo”.

Quali sono le riserve, se ci sono, degli stampatori nei confronti del tessuto?

“In primis c'è il fatto di non averlo mai trattato e quindi di non conoscerlo a fondo, poi le perplessità circa l'adattamento della tecnica di stampa rispetto ad altri prodotti, una cultura legata maggiormente alla stampa del PVC”.

Quale tipo di stampa esalta meglio le qualità del tessuto?

“Direi che il digitale offre la massima flessibilità di dimensione del disegno da stampare, gli stessi sono variantabili e selezionabili, si può stampare in modalità fotografica con milioni di colori con tempi di attesa corti. Quindi sicuramente esaltiamo al meglio le qualità del tessuto in rapporto alle continue esigenze del mercato che chiede il Just in time di cui parlavo prima”.

La stampa digitale ha superato quella convenzionale?

“Approccerei la questione in maniera differente, la stampa digitale ha affiancato e completato le proposte di stampa. Oggi c'è qualche cosa in più che prima non c'era a livello di soddisfazione di mercati che nascono o si evolvono”.





Parliamo di inchiostri. Quali sono gli inchiostri più apprezzati al momento?

“La gamma dei Dispersi per quanto riguarda i supporti sintetici, Acidi e Reattive per le fibre naturali”.

Di solito le prestazioni di ogni inchiostro variano in base alla stampante e al tipo di supporto, è vero anche per i vostri inchiostri? Ci sono delle macchine che si sposano meglio o che consigliate?

“Direi che più che il tipo di stampante, la tecnologia piezo delle testine di stampa è quella che meglio si presta per l'utilizzo di inchiostri a base acquosa come quelli che la J-Teck produce”.



Qual è la caratteristica saliente della tecnologia Nanodot?

“La miniaturazione del granulo di inchiostro a livelli superiori alla media di mercato. Una tecnologia di ultima generazione nel trattamento della materia prima. Oggi è quanto di più innovativo ci sia nella produzione di inchiostri”.

E invece in cosa consiste la novità degli inchiostri J-Acidi? Che tipo di applicazioni consentono?

“Gli J-Acidi sono inchiostri acidi per la stampa diretta di fibre naturali, più famosa la seta, ma anche molto utilizzato nella stampa di poliammide, per esempio per il mercato dei costumi da bagno”.

Avete siglato un accordo con Sawgrass per la stampa sublimatica, che obiettivi vi pone? Che cosa cambierà per i vostri clienti?

“Questo è stato un obiettivo molto importante per noi durante il 2007. I nostri clienti non dovranno più preoccuparsi di infrangere dei brevetti appartenenti alla Sawgrass perché il loro fornitore di fiducia, la J-Teck, li protegge con questo importante accordo siglato con l'azienda americana”.

La sensibilità verso le problematiche ambientali è in aumento. Come rispondete?

“Mi consenta di riassumere gli ultimi obiettivi raggiunti che sono stati l'utilizzo di tensioattivi esenti da Fenolo nella nostra intera produzione di inchiostro. Questo è stato un grande successo dal punto di vista ecologico. Non voglio dilungarmi su cosa rappresentano i derivati del Fenolo per l'ambiente e l'essere umano, ma basta una piccola ricerca su Google per scoprirlo. A voi questa simpatica ricerca.

Altro passo importante è l'implementazione della nano tecnologia nella produzione degli inchiostri”.

Puntate molto sulla ricerca. Quali sorprese ci riservano i vostri laboratori?

“Per il futuro stiamo lavorando a soluzioni che permettano di semplificare il processo di stampa con risultati cromatici incredibili, riempiendo anche alcune applicazioni ora non possibili con il digitale. Credo che mi comprendiate se non posso dirvi di più, ma quando si parla di ricerca e sviluppo l'approccio deve essere estremamente prudente e solo a fronte di risultati certi si può fare il fatidico annuncio”.

Un consiglio agli stampatori?

“Acquistate prodotti J-Teck, ve li garantisco personalmente”.

