

03/16

Italia Publishers - Anno XXVIII - n° 03/2016 - Prezzo euro 10,00 - Iscrizione al ROC n° 26062 del 23/11/2015  
Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, LO/MI

# italia publishers

looking beyond digital printing

SPECIALE

**drupa 2016: il  
digitale è pronto  
a sostituire  
l'analogico?**

WHAT'S INSIDE?

**Flatbed: il piano  
che non passa  
di moda**

**Greater  
Automation**

**Dal tessile alle applicazioni industriali, dall'after market alla produzione OEM, da 13 anni J-Teck3 inventa, produce e porta nel mondo i suoi inchiostri inkjet**

# Dalla startup a Dover, i visionari dell'aqueous inkjet disegnano ancora il futuro



**S**e è stato un orgoglio essere tra i primi magazine mondiali ad accogliere con un abbraccio una neonata J-Teck3 nel 2003 -il tempo vola! - è una soddisfazione ancora più grande continuare a raccontarvi di un'azienda sana, che rappresenta l'eccellenza italiana in un mercato maturo e internazionale. E' stata la fortuna di trovarsi nel mercato giusto al momento giusto? Beh, quella non guasta mai. Ma dato che siamo più propensi a credere nel valore delle competenze e nella potenza delle visioni, pensiamo che ciò che ha guidato J-Teck3 verso il successo globale risieda piuttosto nell'attitudine dei propri fondatori a creare attorno all'azienda e ai prodotti un'aurea speciale. Una ricetta unica che include la capacità di inventare quando altri seguono le correnti, il desiderio di ascoltare mentre tutti parlano, la voglia di emergere per merito, anzitutto consegnando al mercato chimiche funzionanti e performanti. Rigorosamente base acqua, come non si stanca di ribadire Enrico Grasselli, l'anima scien-

tifica dell'azienda. Non si può dire che il primo decennio di vita di J-teck3 non sia stato vissuto in modo avventuroso, ma sempre col sorriso sulle labbra e con uno stile inimitabile. Una classe innata e scanzonata, che nel 2014 ha portato l'azienda all'inattesa alleanza con Kiiian Digital e la nascita di JK Group. Quindi, nel 2015, l'acquisizione di JK Group da parte di Dover Corporation che ha costituito un ulteriore grande cambiamento. Da un lato la nostra curiosità e dall'altro il timore che il trio di enfants terribles dell'inkjet comasco potesse essersi snaturato, ci ha riportati in J-teck3 per un recap con i tre pilastri dell'azienda: l'istrionico Italo Mariani, il sempre ispirato Enrico Grasselli e la solida e onnipresente Rosaria Pozzoni. La buona notizia? Anche in un gruppo da 26.000 dipendenti, i visionari (quelli veri) non perdono il gusto di fare la differenza.

|| Da sinistra Enrico Grasselli, Italo Mariani, e Rosaria Pozzoni, fondatori di J-Teck3 e ancora oggi alla guida delle aree tecnica, commerciale e operativa dell'azienda



## intervista

a **Rosaria Pozzoni**  
Marketing Manager  
di J-Teck3

**"l'inkjet è sempre meno il regno di chi migra dall'analogico al digitale, ma piuttosto di chi parte in un garage e si evolve a realtà industriale rilevante"**

**Nel dubbio se partire dal passato o dal futuro, partiamo da drupa...**

Abbiamo visto macchine single-pass impensabili solo fino a un paio d'anni fa, basate su teste ad altissime prestazioni come Fuji-film Samba, Ricoh, Xerox, Konica Minolta. C'è un grande movimento e tutto depone a favore della bontà del lavoro che, insieme a tanti colleghi e concorrenti, portiamo avanti da vent'anni. Ma ci piace tenere i piedi per terra e per J-Teck3 il mercato si esprime ancora al 90% sul wide format e su teste Epson in particolare. Il mondo industriale è ancora sospeso tra la realtà e il sogno: è un mercato promettente e dinamico, ma esiste perché dietro c'è la solidità di business consolidati come il display graphics e il soft signage, che generano il cashflow necessario per sviluppare il futuro.

**Quali saranno i driver che contribuiranno a sviluppare l'industria dell'inkjet?**

Non è bello dirlo, ma a fare la differenza saranno sempre meno le piccole aziende isolate e sempre più le multinazionali: quando Apple ha voluto entrare nel cinema lo ha fatto con la Disney. Il fatto che la grafica si muovesse verso la digitalizzazione era un fatto scontato e atteso, che oggi corrisponde a livelli di performance e di sicurezza da mercato maturo. I prossimi segmenti potrebbero essere il packaging e le materie plastiche: parliamo di centinaia di milioni di litri, con spazi enormi per personalizzazioni e

utilizzi specifici. Ma ancora una volta, questo non è il nostro focus di oggi. Noi continueremo a dare un contributo in settori specialistici, magari quelli in cui non c'è solo la quadricromia base e in cui conta molto la formulazione e meno il prezzo.

**J-Teck3 è sin dall'inizio sinonimo di waterbased.**

**Acqua fino alla morte?**

Siamo legati a filo doppio al waterbased, con una vocazione particolare su grafica e tessile. Ma non escludiamo di declinarlo in settori nuovi e diversi, specie quelli in cui l'impatto ambientale gioca un ruolo decisivo. E' inutile negare che per certi materiali con determinate caratteristiche il solvente e l'UV sono ancora vincenti, ma vediamo che sempre più costruttori di teste e altro hardware si stanno muovendo per essere compatibili con il base acqua.

**Più inchiostri OEM o chimiche after market?**

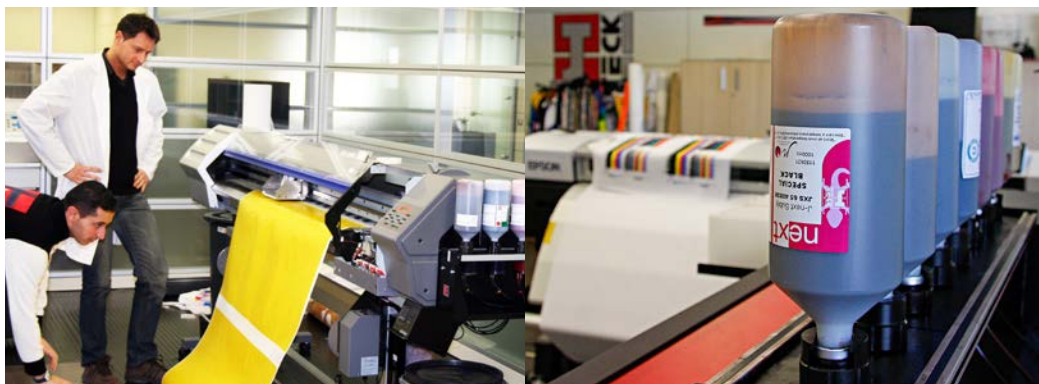
Osservando l'orientamento del mercato, specie nell'industria, le collaborazioni OEM rappresentano una conseguenza naturale. Se in una stampante industriale larga parte del costo è rappresentato dall'hardware della macchina, sarebbe folle per un cliente mettere a rischio centinaia di migliaia di euro di teste per provare un altro inchiostro. L'after market resterà comunque qualificante, specie per produttori come noi in grado di aderire ai più rigidi protocolli applicativi, tossicologici e di conformità alle specifiche più rigide.

**Qual è il risultato più rivoluzionario che credete di aver prodotto in questi anni?**

Abbiamo spostato l'equilibrio di mercati chiusi e consolidati come quello del sublimatico. Con il lancio di J-Next Subly abbiamo reso possibile la stampa di tessuti su hardware economico destinato al CAD: questo ha consentito a centinaia di piccoli imprenditori, dal Sud America all'India, di far partire le proprie startup, contribuendo a una polverizzazione positiva del mercato. Molti hanno solo trasformato un hobby in un lavoro, ma altri sono cresciuti e hanno installato macchine più grandi: è la dimostrazione che l'inkjet è sempre meno il regno di chi migra dall'analogico al digitale, ma piuttosto di chi parte in un garage e si evolve a realtà industriale rilevante.

**Cosa rappresenta J-Teck3 nella famiglia allargata di Dover Corporation?**

Siamo una divisione nella divisione, ma godiamo di una grande indipendenza. Ovviamente dialoghiamo e cerchiamo sinergie con Kiian Digital, MS e Markem Imaje, ma continuiamo a fare bene ciò per cui siamo nati e cresciuti: formulare, testare, produrre e vendere chimiche efficaci a chi stampa tessuti in poliestere per abbigliamento sportivo, moda e bandiere. Certamente aver accesso a un engineering di prima classe come quello di MS ci regala una visione tecnologica molto più ampia e chiara. Insomma, un punto di vista privilegiato.



Le attività di R&D di J-Teck3 includono test severi delle chimiche sulle più diffuse ed evolute piattaforme e teste di stampa



**J-Teck3 | JK Group spa**

SP 32 Novedratese, 33  
22060 Novedrate (CO)  
www.j-teck3.it  
info@j-teck3.it  
T: +39 031 428102  
F: +39 031 4290102