

**S**in dal 2008, anno dell'entrata nel mercato italiano, il segmento stampanti è andato assumendo per Kodak un'importanza sempre più strategica. Tanto che lo scorso luglio la società ha rafforzato la sua presenza nel segmento delle inkjet multifunzione, lanciando quattro nuovi modelli ideati per permettere al consumatore di accedere a un sistema di stampa sempre più semplice, efficace e con un eccellente rapporto tra qualità e convenienza. A settembre, infine, è arrivata la stampante Kodak Inkjet HERO 5.1 Multifunzione, che va incontro alle esigenze di consumatori e professionisti sempre connessi con i loro dispositivi mobile, che potranno così inviare documenti e foto alle proprie stampanti, in qualsiasi luogo si trovino, grazie alle funzionalità Google Cloud Print e Kodak Email Print.

«Tutte queste novità – sottolinea Alfredo Lorenzini, Marketing Manager Commercial & Consumer Mediterranean Cluster (Italy/Iberia) di Kodak – confermano la volontà dell'azienda di investire con decisione in questo ambito e rafforzano il già forte messaggio che ha rivoluzionato il mercato delle stampanti inkjet. Contrariamente ai competitor, infatti, che mantengono basso il costo dell'hardware ed elevato quello delle cartucce, Kodak propone le sue stampanti a un costo medio, ma nel contempo ha abbattuto quello delle cartucce, rispondendo così a una concreta esigenza dei consumatori. Tanto che oggi offriamo le stampe al costo medio pagina più basso del mercato, sia per le foto sia per i documenti, garantendo sempre ottima qualità degli inchiostri».

#### Un partner ideale

Per lanciare le sue novità, Kodak ha puntato su un partner commerciale importante, ma

# KODAK

## Partnership con Unieuro per commercializzare la nuova gamma di stampanti inkjet



*Un'immagine dell'area customizzata con l'offerta Kodak all'interno di un punto di vendita Unieuro.*

**LE AZIENDE.** Presente da più di un secolo nel nostro Paese, Kodak, come principale innovatore mondiale nell'offerta di soluzioni per la gestione delle immagini, si impegna ad aiutare consumatori, clienti e professionisti della creatività. Unieuro, dal 2002 parte del gruppo Dsg International plc, è esponente di punta nella distribuzione di elettronica ed elettrodomestici.

**IL PROGETTO.** Per lanciare le sue nuove stampanti inkjet, Kodak ha stretto un accordo con Unieuro, partner forte e unico, che ne ha sposato la filosofia e la strategia. Ne è nata un'articolata iniziativa promozionale, che a partire da agosto 2011 ha coinvolto a vario livello i pdv della catena.

**I RISULTATI.** Il progetto, che in questa prima tranche si concluderà alla fine dell'anno, ha ottenuto subito risultati molto positivi, tanto che è al vaglio la possibilità di proseguire la collaborazione nel 2012.

soprattutto disposto a "sposare" in toto una value proposition così dirompente, ovvero a condividere in pieno la propria strategia. E lo ha trovato in Unieuro. «Abbiamo deciso di collaborare per il lancio di questa nuova linea – afferma Daniele Vacca, Category Manager Computing Unieuro - PCCity – perché siamo convinti che i consumatori vadano alla ricerca di prodotti non solo semplici da usare e di qualità, ma che garantiscano soprattutto un

rapporto soddisfacente tra livello del risultato e convenienza. L'offerta Kodak risponde pienamente a questa esigenza».

Ne è nata una partnership solida, declinata in un ampio programma di iniziative: promozioni in-store, demo-day, allestimenti, ecc. «Abbiamo innanzitutto individuato i punti di vendita a più alto potenziale – spiega Lorenzini – e via via tutti gli altri, graduando i nostri interventi proprio in rapporto al "peso

specifico" dei negozi. Così, in quelli più potenziali per Unieuro abbiamo customizzato vere e proprie aree dedicate, con spazi molto ampi per i nostri prodotti e il nostro materiale informativo e promozionale. In altri punti di vendita abbiamo avuto visibilità in testata di gondola e dedicato superfici a metro lineare. In altri ancora, ci siamo limitati ad allestire spazi a scaffale». Molto spazio è stato riservato, naturalmente, anche alle attività dimostrative in-store, sempre supportate da materiale Pop, nei giorni di maggiore afflusso, in particolare il fine settimana.

#### Una collaborazione decisamente positiva

La partnership è stata davvero a 360 gradi: basti pensare che sui volantini promozionali Unieuro, Kodak ha potuto illustrare la propria offerta secondo i propri canoni di comunicazione. «Abbiamo trovato in Kodak – commenta Vacca – un partner veramente collaborativo a livello commerciale e marketing, con cui abbiamo lavorato da subito all'insegna della totale trasparenza».

Tutto ciò prelude a un proseguimento della collaborazione anche nel prossimo anno, dopo che il progetto di partnership 2011 si sarà esaurito. «In effetti – conferma Lorenzini – abbiamo intenzione di proseguire su questa strada anche nel 2012, solo con catene che mostrino la stessa volontà di dare spazio alla nostra value proposition e mostrino un approccio collaborativo come ha fatto Unieuro».

# Kodak

Kodak spa  
 Viale Matteotti, 62  
 20092 Cinisello B. (Mi)  
 Tel. 02.66028599  
 Fax 02.66028479  
 www.kodak.com