

Inkmaaker Group rebrands and becomes IM GROUP

Il gruppo Inkmaaker cambia il brand e diventa IM GROUP

INKMAKER / IM GROUP

Since October 2019, the Italian and International company Inkmaaker headquartered in San Gillio (TO) has made large investments, on the acquisitions of the businesses of Rexson and Vale-tech, in UK; Tecnopails in Italy; and most recently Swesa in Germany which allowed the company to become a leading worldwide complete solutions provider of software and tinting solutions for the paints, coatings and inks industry. Last April 22 Inkmaaker Group became IM GROUP. The Group has been evolving on many fronts and so after all these acquisitions the strategy was to consolidate all its brands under a single holding group brand as a Total-Solutions Provider. *Pitture e Vernici European Coatings* magazine, with the launch of the new brand, asked some questions to the Management team.

Silvio Cimenti, Global Director of Branding, Marketing and Communications talked about the new company logo: “The logo is made up of a symbol, a logotype and its credo. The Symbol: Is a face created from a series of triangles (inspired from the Inkmaaker logo) in blue to convey trust, confidence and high-technology. The triangles converge, like the many brands and skills of the Group, to form a strong whole—a distinct ‘human identity’ — depicting a technological engineering leader with a ‘human touch’. The face is embellished with a crown, representing the Group’s determination to maintain its leading position in the industries it serves. The Logotype: the symbol is flanked by the words “IM GROUP”, in a custom designed font to communicate the Group’s various fields of business”.

Dr. Rizzo, all these acquisitions have certainly brought added value to IM Group. Why did you also choose to rebrand the company?

Christophe Rizzo, CEO EMEA/Americas: “The decision stems from the group’s vision, which is to evolve our technology to expand in our fields and adapt, the advantages of our products, to new markets. “The driving strategy behind these

*Dal mese di ottobre 2019, la società italiana ed internazionale Inkmaaker, con casa madre a San Gillio (TO), ha realizzato numerosi investimenti per l’acquisizione di Rexson e Vale-tech in UK, Tecnopails in Italia e più recentemente Swesa in Germania permettendo così alla società di diventare fornitrice di soluzioni complete in tutto il mondo per quanto concerne i software e i sistemi tintometrici per le industrie produttrici di pitture, vernici e inchiostri. Lo scorso 22 aprile il gruppo Inkmaaker è diventato IM GROUP e si è evoluto su molti fronti; a seguito di queste acquisizioni la strategia è consolidare tutti i marchi all’interno di un unico gruppo, in qualità di fornitore di Soluzioni Complete. La rivista *Pitture e Vernici European Coatings*, a seguito del lancio del nuovo brand ha incontrato IM Group e ha rivolto alcune domande al Management team. Silvio Cimenti, Direttore Globale di Branding, Marketing e Communication si è soffermato sul nuovo logo della società: “Il logo è rappresentato da un simbolo, da un’immagine e da una parola chiave. Il simbolo è una faccia ricavata da una serie di triangoli (che si ispira al logo Inkmaaker) in blu per trasmettere fiducia, sicurezza e alta tecnologia. I triangoli, come molti marchi e funzionalità del gruppo convergono per formare una figura solida molto accattivante, una identità umana distinta che rappresenta la leadership ingegneristica e tecnologica “a misura d’uomo”. La faccia è abbellita da una corona che rappresenta la determinazione del Gruppo a mantenere la propria posizione leader. L’immagine del logo è rappresentata da un simbolo attorniato dalle parole “IM GROUP”, con un carattere studiato appositamente per comunicare i vari settori di attività del gruppo”.*

Dr. Rizzo, tutte queste acquisizioni hanno certamente aggiunto valore a IM GROUP. Come mai avete scelto anche di rinominare l’azienda?

Christophe Rizzo, CEO EMEA/Americhe: “La decisione trae origine dalla visione del gruppo di sviluppare la tecnologia nelle nostre aree professionali affinché venga estesa e adeguata

acquisitions was to create a reliable complete supply chain—serving predominantly, but not only, the ink, paint and coatings industry—to sustain our core businesses.

“This meant restructuring our brands into various specialties, yet to still be one strong force, hence the need to rebrand the existing Inkmaker Group brand. “Due to its acquisitions, Inkmaker grew by 25% globally.

Valentina Cigna, Global Director of HR and President added: “The name “IM”, has a historical meaning for us. The ‘I’ and the ‘M’ are acronyms deriving from the name “Inkmaker”—the founder of the group, and it meant a lot to us to remember those who, in 1987, IM Group: founded Inkmaker... Carlo Musso, Luciano Longobardi and—especially for me—my father, Giuliano Cigna. He would have been very proud of this moment”.

For the launch of the new brand name, you have chosen April 22, a special day as Earth Day is celebrated. What is the strategy of I.M. Group in support of environmental protection?

Valentina Cigna: “We chose to launch IM GROUP, on World Earth day, because it was important for us to make a global statement about our commitment to further our social responsibility and sustainable practices. We are evolving the way in which our products are impacting the environment and the carbon footprint they leave.

To action this we are partnering with Deloitte, to create a roadmap, to fulfil our environmental strategy, which aims on reducing our eco-impact, through the current resources we use and the waste we create, so that we can do our part in reducing environmental pollution. Additionally, as a safe work environment is high on company’s agenda, the strategy aims at aligning our ethical principles for a safe work environment with those of the United Nations’ Global Compact . Our strategy also includes a CSR initiative to form an IM GROUP FOUNDATION which aims to be formally ready by end of this year and which will be followed by, our Goodwill Ambassador, Alice Guerra, as the foundation’s chairman. This initiative will have 2 strategic scopes:

1. to bring social activities, to members of the local communities, where we operate and
2. to offer career development, and growth opportunities, to the youth within those communities. On a private level, we have always been active in this field, especially in South east Asia, working closely with children with special needs



i vantaggi offerti dai nostri prodotti a nuovi mercati”. La strategia dominante su cui si sono basate le acquisizioni è consistita nel creare una catena di distribuzione completa e affidabile dedicata principalmente, ma non solo, all’industria produttrice di inchiostri, pitture e vernici, a sostegno del nostro business dominante.

“Da ciò è derivato l’ammodernamento dei nostri brand in varie specialità, pur restando un’unica forza, da cui la necessità di rinominare l’esistente gruppo Inkmaker con un’identità indipendente e autonoma. “Grazie a questa acquisizione, l’azienda è cresciuta del 25% in tutto il mondo.

Valentina Cigna, Direttrice generale di HR e Presidente ha poi aggiunto: “Il nome “IM ha un significato storico per noi. “I” e “M” sono acronimi del nome “Inkmaker”, fondatrice del gruppo, in memoria di coloro che nel 1987 la fondarono: Carlo Musso, Luciano Longobardi e, particolarmente importante per me, mio padre Giuliano Cigna. Sarebbe stato molto orgoglioso di questo evento, se fosse stato in vita”.

Per il lancio di questa nuova denominazione commerciale avete scelto il 22 aprile, un giorno speciale quando si celebra la Giornata della Terra. Qual è la strategia a supporto della protezione dell’ambiente?

Valentina Cigna: “Abbiamo scelto di lanciare IM GROUP, nella Giornata Mondiale della Terra perché era importante per noi dichiarare pubblicamente il nostro impegno ad accrescere la nostra responsabilità sociale e le pratiche sostenibili. Stiamo perfezionando le tecniche di riconoscimento dell’impatto esercitato dai nostri prodotti sull’ambiente e della loro impronta al carbonio. A tal fine, abbiamo ipotizzato un rapporto di collaborazione con Deloitte per creare una roadmap e attuare la nostra strategia per l’ambiente, che deve mirare a ridurre il nostro impatto sull’ambiente, grazie alle risorse attualmente utilizzate e ai prodotti di scarto generati, in modo da contribuire a ridurre l’inquinamento dell’ambiente. Inoltre, dal momento che il concetto di ambiente di lavoro sicuro è tenuto in alta considerazione dalla nostra società, la strategia mira ad allineare i nostri principi etici per un ambiente di lavoro sicuro a quelli del Global Compact delle Nazioni Unite. La nostra strategia comprende anche l’iniziativa CSR per creare una IM GROUP FOUNDATION che mira ad essere formalmente pronti entro la fine di quest’anno e che sarà seguita dal nostro Goodwill Ambassador Alice Guerra, in qualità di presidente della Fondazione. Questa iniziativa avrà due finalità strategiche:

1. Creare attività sociali per i membri delle comunità locali,

through workshops and activities—now we will be bringing this activity to the next level and into our company.”

How has your approach changed to serving customers, if it has changed, after these acquisitions?

Roberto Guerra, CEO Asia Pacific, IM GROUP: “We have expanded our premises in Malaysia, to house our Tinting and Engineering brand, Teko together with Inkmaker. We will be opening in Asia Pacific: an office in Thailand. We are gaining market share in Philippines. The big one of course is China, suffice to say that due to our larger premises we can now double the number of standard machines we ship monthly, from an average of 5 or 6 units to 10 units. More importantly, the real added value for our customers, is our capability to build more complex units, which is where our R&D is investing a lot of resources. Smart factory and Industry 4.0 are driving our growth and when you build complete production lines for a paint and ink company it’s important to have enough space to work in total safety”.

Gianluca Incerti, Global Commercial Director, IM GROUP. “Being a “Total Solutions Provider” is our mission, and this is precisely why we acquired the brands that we did. Our strategy is to create “areas of excellence” dedicating each of our brands to a specific expertise. Each brand can still work individually with its existing clients in its own markets and when required share their expertise—offering Total Solutions—for example on large turn-key plant engineering projects. This guarantees resource optimisation and high flexibility to manage projects of all sizes. This was one of the key reasons for forming the holding brand, IM GROUP, in the first place. For example; Rexson and Vale-tech had their own unique technology, now, that we are one large team, we are consolidating each brand’s strength and combining, resources, technology and software and we can take a tremendous advantage in the integration with Inkmaker to offer state of the art solutions. With the restructure of our brands —Inkmaker will focus on ink dispensing and software design; Rexson will be predominantly for paint as well as liquid ink, Vale-Tech will focus on narrow-web and paste-ink dispensing—so UV flexo ink and offset inks; Swesa mainly for; food, pharmaceutical, corrugated packaging, cosmetics and more; Teko will remain in POS Tinting and R&D Training and; Tecnopails for filling solutions.

Let's speak about the brain of the company, your software technology and solutions.

Francesco Nesti, Global Director of Software & Automation: Inkmaker’s software, is the essence of our systems and by

dove operiamo e

2. *Offrire opportunità di carriera e di crescita ai giovani all'interno di queste comunità. Per quanto concerne il settore privato, siamo sempre stati attivi in questo campo, specialmente nel sud-est asiatico, operando a stretto contatto con bambini con bisogni speciali grazie a laboratori e attività. Per il futuro innalzeremo il livello di questa attività anche nella nostra società.”*

Come è cambiato il vostro approccio alla clientela, se è cambiato, a seguito di queste acquisizioni?

Roberto Guerra, CEO per l’Asia Pacifico di IM Group: “Abbiamo ampliato i nostri uffici in Malesia per accogliere il nostro brand Teko Tinting and Engineering, insieme a Inkmaker. Rafforzeremo le attività nell’Asia Pacifico con un nuovo ufficio in Thailandia. Abbiamo acquisito quote di mercato nelle Filippine, ma la maggiore attività riguarderà ovviamente la Cina, basti dire che, grazie alla nostra importante unità produttiva, siamo ormai in grado di raddoppiare il numero di macchinari standard consegnati ogni mese, da una media di 5 o 6 unità fino ad arrivare a 10. E’ essenziale affermare che il valore aggiunto effettivo per la nostra clientela è rappresentato dalla capacità di costruire unità sempre più complesse, un campo in cui il nostro laboratorio R&D sta investendo molte risorse. Le fabbriche smart e l’Industria 4.0 stanno guidando la crescita e nel momento in cui vengono allestite linee di produzione complete per un’industria produttrice di inchiostri e pitture è importante avere abbastanza spazio per lavorare in condizioni di totale sicurezza”.

Gianluca Incerti, Direttore Commerciale globale, IM GROUP: “Essere fornitori di “Soluzioni Complete” è la nostra missione e questo è precisamente il motivo per cui abbiamo acquisito i marchi di cui abbiamo parlato prima. La nostra strategia consiste nel creare “aree di eccellenza” dedicando ogni nostro brand ad esperienze specifiche. Ogni brand puo’ continuare ad operare individualmente con la clientela esistente nei propri mercati di competenza e quando necessario, condividere la loro esperienza offrendo Soluzioni Complete, ad esempio in importanti progetti ingegneristici di impianti chiavi in mano. Ciò garantisce l’ottimizzazione delle risorse e alta flessibilità per la gestione di progetti di qualsiasi entità. Questa è stata una delle ragioni principali per cui è nato il nuovo brand. Ad esempio Rexson e Vale-Tech avevano la propria tecnologia proprietaria e ora che siamo diventati un grande team stiamo consolidando le potenzialità di ciascun brand e condividendo risorse, tecnologia e software traendo considerevoli vantaggi dall’integrazione con Inkmaker per offrire soluzioni allo stato dell’arte. Grazie alla ristrutturazione dei nostri brand, Inkmaker sarà focalizzata nella produzione di sistemi di dosaggio di inchiostri e sulla progettazione di software; Rexson avrà un ruolo predominante



incorporating them into our newly acquired brands' machines, we elevate the productivity and performance, of those brands, to a much higher and more energy-efficient level.

InkMaker's software - now known as "IMAESTRO" - was designed inhouse by our Software team and has always defined us as a leader amongst our competitors, therefore it plays a major role in the operational execution of our global strategy. We have since expanded our software line to another one, called IMPRIMO, which we recently released with our Ink transfer/supply system, Inktrasyt, and another three are under development, planned for release by next year".

"On a customer service level, earlier this month the Software & Automation team launched a new training programme for customers called ASIST—Advanced Software Intelligence Systems Training—which combines IoT automation and artificial intelligence, with the skills of our experts, to boost the training level of our systems. The programme consists of four certifications, known as CMYK, and covers many new features from the group's basic machine structures to in-depth workings of its software and offers techniques to improve efficiency, reduce costs and shorten response time to market demands".

Enrico Mattiazzi, Global Director of Engineering, Production and Supply Chain: "With my technical team, we have been studying the various machines, of our brands, their capabilities and performances and their related market positionings. "In order to meet this—market-segment distribution—several machines were removed others have been re-designed to meet higher standards of mass customisation, reliability and performance and to give wider and broader solutions to our customer's needs. One such example is that we are integrating and upgrading the whole Rexson and Vale-tech product range to improved versions. Others are planned for upgrades throughout the year. The most important feature of this re-engineered and integrated range of machines is the synergy with our IMAESTRO software that, as Francesco explained— will greatly benefit our clients".

nel settore delle pitture e degli inchiostri liquidi, Vale-Tech per i sistemi di dosaggio di inchiostri in pasta e narrow-web, quindi inchiostri flessografici a UV e offset; Swesa opererà principalmente nei settori alimentari, farmaceutici, imballaggi in cartone ondulato, cosmetici e altri; Teko rimarrà nel POS Tinting e formazione R&D e infine Tecnopails si occuperà di soluzioni di riempimento".

Parliamo ora della "mente" della società: la tecnologia e le soluzioni del vostro software.

Francesco Nesti, Direttore Globale di Software & Automation: "Il software InkMaker rappresenta l'essenza dei nostri sistemi e incorporandoli nei nuovi macchinari dei brand acquisiti incrementeremo la produttività e la prestazione di quei brand ad un altissimo livello di efficienza energetica. Il software, ora noto come "IMAESTRO" è stato progettato internamente dal nostro team dedicato Software ed è stato il nostro fiore all'occhiello che ci ha reso leader fra i nostri concorrenti, quindi esso gioca un ruolo importante nell'attuazione operativa della nostra strategia globale. Abbiamo esteso la linea di software ad un'altra, denominata IMPRIMO, che abbiamo recentemente presentato con il sistema di trasferimento/fornitura di Inchiostri Inktrasyt e altre tre sono in fase di sviluppo e verranno introdotte entro l'anno prossimo".

"Sul fronte del servizio clienti, all'inizio di questo mese, il team Software & Automation ha lanciato un nuovo programma di formazione per la clientela, denominato ASIST – Advanced Software Intelligence Systems Training – che associa l'automazione IoT all'intelligenza artificiale, e alle competenze dei nostri esperti per incentivare l'aggiornamento dei nostri sistemi. Il programma consiste in quattro certificazioni, note con il nome CMYK e copre molte nuove funzionalità, a partire dalle strutture di base della macchina fino al funzionamento strutturale del software offrendo tecniche per migliorare l'efficienza, ridurre i costi e abbreviare i tempi di risposta alla domanda del mercato".

Enrico Mattiazzi, Direttore Globale di Engineering, Production e Supply Chain: "Con il mio team di tecnici continuiamo a studiare le varie macchine dei nostri brand, le loro funzionalità e prestazioni e la loro relativa collocazione sul mercato". "Per soddisfare la distribuzione di questo segmento di mercato sono stati sostituiti diversi macchinari, altri sono stati riprogettati per ottemperare a standard superiori di customizzazione, affidabilità e prestazione fornendo soluzioni più ampie alle esigenze della clientela. Un esempio è l'integrazione e l'aggiornamento di tutta la serie di prodotti Rexson e Vale-Tech con versioni ottimizzate. Altre verranno migliorate nel corso dell'anno. La caratteristica principale di questa serie di macchinari riprogettati e integrati è la sinergia con il software IMAESTRO, che, come ha spiegato Francesco, arrecherà notevoli vantaggi alla nostra clientela".