

Communiqué de presse
23 avril 2015

Brother, présent sur le MedPi du 26 au 29 mai au Grimaldi Forum de Monaco

Hall Apollinaire – stand W2

Le Groupe Brother, spécialiste de l'impression et partage de l'information et du document, annonce sa présence sur la prochaine édition du MedPi, événement phare pour le secteur des nouvelles technologies et du numérique.

Brother propose aujourd'hui une offre étendue de solutions adaptées aux besoins et au budget d'une clientèle professionnelle et grand public. Reconnu pour ses technologies d'impression jet d'encre et laser, le Groupe a su, au fil du temps, étendre ses domaines d'expertise et met aujourd'hui à la disposition de ses revendeurs et clients finaux, un panel de solutions innovantes et accessibles en impression, numérisation, gestion documentaire et en communication unifiée.

L'imprimante MFC-J880DW, présentée en exclusivité sur le MedPi !



A l'occasion de cette nouvelle édition, le Groupe Japonais dévoilera en exclusivité le produit phare de sa nouvelle gamme laser multifonction jet d'encre, dont le lancement est prévu en août.

La MFC-J880DW est une imprimante multifonction couleur performante, compacte et connectée. Ce produit permet à ses utilisateurs d'imprimer depuis leur Smartphone ou leur tablette, et en un rien de temps. Grâce à l'impression recto-verso automatique et sa vitesse d'impression de 23 ppm, elle permet de gagner en productivité. Brother a également doté ce modèle des technologies NFC, et Web Connect. Par ses différentes caractéristiques et son prix abordable, ce modèle se révèle idéal pour la rentrée, aussi bien pour les particuliers que pour les professionnels en home office.

A l'occasion de cette 21^{ième} édition, Didier Delfino, Directeur Commercial Brother France, se tiendra à disposition pour présenter cette nouveauté et informer les visiteurs des axes stratégiques du Groupe pour l'année en cours.

« Événement majeur pour Brother, le MedPi nous permet de renforcer davantage nos liens avec notre réseau de distribution. Même si l'orientation et l'image de Brother se fixent sur une approche BtoB, le retail est

*aujourd'hui un vecteur incontournable de cette stratégie. L'émergence des « corners pro », de l'Internet professionnel, et des solutions orientées vers des usages professionnels nous amène à mettre aussi ces acteurs au centre de nos préoccupations. Nous leur proposons donc systématiquement des produits à valeur ajoutée ; performants, réellement innovants et accessibles. Nous prenons également en compte leurs besoins et spécificités par notre offre déclinée autour de nos trois technologies propriétaires. Par ailleurs, nos partenaires peuvent désormais proposer à une clientèle plus large des produits et des technologies autrefois uniquement réservés à un usage professionnel », déclare **Didier Delfino, Directeur Commercial de Brother France.***

Pour toute demande d'interview sur place, merci de bien vouloir nous contacter :

OXYGEN

Monique Kindrebeogo / Laureen Stodulka

01 41 11 23 99 - 01 41 11 37 87

monique@oxygen-rp.com / laureen@oxygen-rp.com

Pourquoi choisir les consommables originaux Brother ?

Fiabilité : Les consommables originaux Brother (cartouches d'encre, toners, tambours) offrent des performances de qualité incomparables face aux produits compatibles, garantissant aussi la pérennité des performances de son imprimante ou de son multifonction.

Economie : Utiliser les consommables originaux Brother est l'assurance de la maîtrise des coûts d'impression et de la disparition des coûts cachés.

Ecologie : Le respect de l'environnement s'inscrit au cœur de la mentalité de Brother. Eco-conception, choix des matières premières, revalorisation des produits, autant d'exemples qui illustrent les actions du Groupe en faveur de Développement Durable tout au long du cycle de vie de ses produits.

Pour en savoir, cliquer [ici](#)

A propos de Brother

Classée parmi les entreprises les plus innovantes au monde - élue depuis 2011 au TOP100 Thomson Reuters Global Innovators – Brother est aujourd'hui mondialement reconnue. Créée au Japon en 1908, la marque Brother est implantée dans 44 pays. Ses solutions sont vendues dans plus de 100 pays à travers le monde.

D'abord spécialiste des machines à coudre industrielles, fort d'un savoir-faire dans les systèmes de karaoké en ligne et acteur majeur sur le marché de l'impression et de l'étiquetage, Brother centre son expertise sur le partage et la gestion de l'information et du document. Parce qu'accompagner ses clients au quotidien est une priorité pour le Groupe, sa volonté principale est de rendre les technologies accessibles au plus grand nombre. Brother développe toute une gamme de solutions, intégrant des technologies 100% propriétaires, permettant à chacun de maîtriser l'information qu'elle soit transmise sur un document ou partagée de manière instantanée et d'en tirer tous les avantages pour son entreprise... et pour soi-même.

Primé par le Buyers Lab Awards pour la fiabilité, par l'IF Design Award pour le design et par l'European Office Products Awards pour l'innovation, Brother propose des produits adaptés aux environnements des professionnels les plus exigeants.

Brother France est Élu Service Client de l'Année pour la troisième année consécutive dans la catégorie « Solution d'impression ». Une nouvelle récompense qui prouve l'engagement du groupe japonais en faveur de la qualité pour ses clients, partenaires et collaborateurs, dans la lignée de sa philosophie « At your side ». Par ailleurs, Brother tient compte de l'impact environnemental de ses solutions auprès de ses partenaires à travers sa politique de développement durable, baptisée « Brother Earth », par exemple, l'opération « Cliquer pour la terre » permet de financer des projets éco-responsables à travers le monde. Véritable entreprise responsable, Brother s'engage à réduire les émissions de CO² de 30% d'ici à 2020.



Brother France soutient quatre associations s'investissant dans la lutte contre les inégalités et l'aide à l'enfance : « A chacun son Everest », « Caméléon », « les Enfants de l'Ovale », « Parrain par 1000 ».

Plus d'informations sur www.brother.fr

*Étude Inference Operations - Viséo Conseil réalisée de mai à juillet 2014 sur le principe du client mystère au moyen de 210 contacts répartis entre appels téléphoniques, e-mails et navigations Internet.

Contacts presse Brother :

OXYGEN

Monique Kindrebeogo: 01 41 11 23 99 / monique@oxygen-rp.com
Laureen Stodulka : 01 41 11 37 87 / laureen@oxygen-rp.com
Carole Da Silva : 01 41 11 35 45 / cdasilva@oxygen-rp.com

Brother

Elodie Seng: eseng@brother.fr
Amy Charbonnier : acharbonnier@brother.fr