

# Innovazione itinerante



**L'Innovation Vehicle,**  
seconda generazione  
dell'Expobus di SMC.

Con il nuovo Innovation Vehicle SMC punta a rafforzare l'immagine, a diffondere la conoscenza del marchio e a dare la massima visibilità alle novità, ai prodotti e alle soluzioni portandole direttamente a casa dei clienti.

Una strategia che premia

La presentazione ufficiale è stata fatta alle porte di Milano in un agriturismo e l'impatto visivo del nuovo bus, nero, imponente, destinato a portare per le strade d'Europa il marchio SMC e tutto il suo carico di innovazione è stato forte.

Ma facciamo un passo indietro.

È nel 2002 che SMC decide di dare il via a un profondo processo di riorganizzazione delle attività di comunicazione. La decisione principale riguarda la creazione dell'European Marketing Center con sede a Vitoria in Spagna, che ha il compito di impostare le linee guida e coordinare le attività che vengono portate avanti nei vari Paesi dove la multinazionale giapponese è presente. Per valutare la reale efficacia degli strumenti utilizzati vengono condotte ricerche di mercato finalizzate a verifi-

care quanto il marchio SMC è conosciuto e come si colloca nel panorama di riferimento. I risultati sono oggetto di accurate analisi che portano ad alcune decisioni importanti, prima fra tutte la rinuncia a partecipare alle fiere fisse e puntare su una fiera viaggiante. Viene così creato l'Expobus, un veicolo che gira l'Europa secondo percorsi e tempistiche definite per portare presso i clienti i prodotti a catalogo.

«Da ottobre 2002 alla fine del 2004 - ricorda Paola Sala (Company Communication in SMC Italia) - l'Expobus è venuto in Italia 5 volte, ogni volta per un periodo di due/tre settimane e con un numero di partecipanti che è andato da 300 a 770, assolvendo pienamente al compito di supportare l'organizzazione di vendita».

## L'evoluzione della specie

Strumento efficace dunque, ma con un limite oggettivo: stare al passo con il know-how, la ricerca e la capacità innovativa che sempre caratterizza SMC, caratteristiche che assegnano alla corporation giapponese la leadership del mercato dell'automazione industriale.

«Da qui l'idea di dare vita a una seconda generazione dell'Expobus al quale è stato dato il nome di Innovation Vehicle - commenta Sala - non più una semplice showroom itinerante, ma un vero e proprio laboratorio caratterizzato da una estrema semplicità e velocità di allestimento e attrezzato per permettere a tutti i clienti e collaboratori di SMC di conoscere le novità, i prodotti e le soluzioni direttamente presso la propria struttura».

«L'Innovation Vehicle - tiene a sottolineare Fabio Vassalli, Company Communication Manager, - è stato pensato, disegnato e realizzato per rispecchiare i valori e consolidare la forte immagine aziendale di SMC. Il nome stesso di questo imponente mezzo ne comunica la funzione: dimostrare a clienti e rivenditori la lungimiranza di SMC che risiede nella capacità di innovare costantemente, di ideare e creare componenti adatti a risolvere ogni casistica e a soddisfare ogni richiesta».

E aggiunge: «I 10 pannelli danno una visione completa e aggiornata delle funzionalità dei prodotti in portafoglio come sensori di pressione, attuatori elettrici, cilindri senza stelo, tavole rotanti, cilindri igienici, cilindri compatti, ionizzatore, componenti di controllo, tutti regolarmente in azione».



**L'interno dell'Innovation Vehicle** con in primo piano Germán Berakoetxea, Director & General Manager, European Zone di SMC, e Walter D'Alessandro, Presidente di SMC Italia.

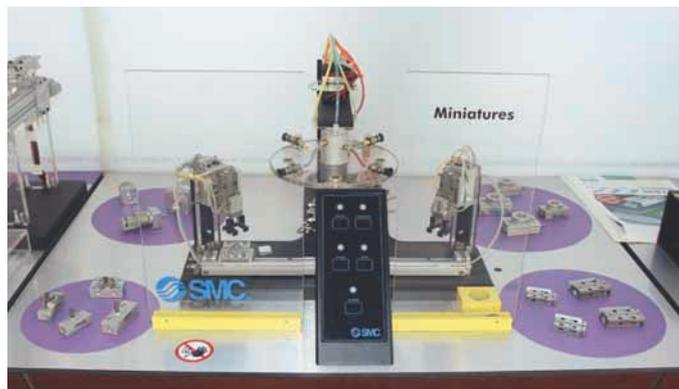
La macroarea del Nord-Ovest prima, del Centro - Sud e infine del Nord-Est hanno ospitato l'Innovation Vehicle in Italia nel periodo dal 30 gennaio al 17 febbraio; ritornerà dal 25 settembre al 13 ottobre.

## Specifico per la strumentazione

Altro "mezzo" di comunicazione, unico nel suo genere, il Demovan di Strumentazione di SMC

### Alcuni dei pannelli che costituiscono il "cuore" tecnologico dell'Innovation Vehicle.

In totale sono 10 e danno una visione completa e aggiornata delle funzionalità dei prodotti offerti da SMC.



Italia nei mesi scorsi ha percorso le strade del Piemonte riscuotendo un grandissimo successo sia presso i clienti che presso realtà che si avvicinano a SMC per la prima volta.

Capire e soddisfare le necessità del cliente in un'ottica di vera partnership è uno dei maggiori punti di forza della corporation: grazie a uno strumento commerciale e promozionale come il Demovan di Strumentazione SMC garantisce un servizio mirato.

Le aziende coinvolte in questa iniziativa operano nei più svariati settori industriali: dall'elettronica al semiconduttore, dall'alimentare al chimico, dall'automazione al medicale, dai costruttori di macchine utensili all'automotive. Attrezzato in modo da poter offrire le più diverse soluzioni in linea con i diversi campi di applicazione, il Demovan di Strumentazione propone prodotti inerenti alla misurazione e controllo di diversi fluidi come gas inerti, acidi particolari e acque industriali.

**Il Demovan di Strumentazione SMC porta presso i clienti prodotti inerenti alla misurazione e al controllo di diversi fluidi come gas inerti, acidi particolari e acque industriali.**



In particolare monta dei pannelli di tutta la gamma delle valvole 2/2, regolatori di pressioni per fluidi in inox, posizionatori e cilindri posizionatori, essiccatori a ciclo frigorifero, filtri per solventi e acqua, misuratori di portata digitali, trasduttori di pressione e pressostati digitali.

Da questi incontri è nata una proficua collaborazione tra i tecnici SMC e le funzioni aziendali del cliente, un vantaggio per entrambi e per la corporation che ne riceve un considerevole ritorno d'immagine.

Durante le visite promozionali i tecnici delle aziende sono stati coinvolti nelle dimostrazioni e hanno avuto la possibilità di verificare personalmente la qualità dei prodotti di SMC, di discutere le varie applicazioni interagendo con lo specialista di prodotto.

## Una grande realtà

La presentazione ufficiale del nuovo Innovation Vehicle è stata l'occasione per Walter D'Alessandro, Presidente di SMC Italia Spa, per presentare alcuni dati.

«La SMC nell'anno fiscale 2004-2005 ha superato il traguardo dei 2 miliardi di euro di fatturato, conta poco meno di 12.000 addetti in 18 stabilimenti nel mondo, 46 uffici commerciali in Giappone e 230 all'estero.

Nello stesso periodo in Italia SMC ha realizzato un fatturato di 61,8 milioni di euro, sostanzialmente in linea con quello realizzato l'anno precedente.

Buone le previsioni di vendita per l'anno fiscale 2005/06 con una cifra d'affari stimata in 66, 8 milioni».

**Un momento della conferenza stampa di presentazione dell'Innovation Vehicle.**  
Da destra: Walter D'Alessandro, Presidente di SMC Italia, Paola Sala dell'ufficio communication e Fabio Vassalli, responsabile della comunicazione dell'azienda di Carugate.



Circa la quota di mercato detenuta da SMC Italia, D'Alessandro puntualizza: «La percentuale dipende da come è valutato il mercato di riferimento.

Noi abbiamo proceduto in maniera seria analizzando la nostra gamma prodotti e i prodotti e le caratteristiche della concorrenza, partendo dai valori di Assofluid che stima per il 2005 in circa 573 milioni di euro il mercato totale della pneumatica in Italia e oltre 200 gli operatori.

Se depuriamo questa cifra da quella relativa a prodotti di qualità modesta o di nicchia, il nostro mercato di riferimento è stimabile in circa 351 milioni di euro e, conseguentemente, SMC Italia detiene una share del 17,6%.

Le previsioni di crescita del mercato di Assofluid e le stime di chiusura del nostro anno fiscale (marzo 2006) evidenziano un passaggio

ad una quota di mercato del 18,8%».

E afferma: «Per restare sempre all'erta e cogliere le opportunità che rendono competitive e vincenti le aziende, stiamo valutando l'impatto, le potenzialità e la possibilità di partecipazione alla prossima edizione del Fluidtrans-Compomac (in contemporanea con il BiAs) in programma nei nuovi padiglioni della Fiera di Milano».

**readerservice.it n. 253**