

Confronto a tutto campo

Il calendario fieristico ha previsto lo svolgimento di due appuntamenti del calibro dell'Hannover Messe e del Bauma di Monaco a pochi giorni di distanza con problemi di scelte di espositori e visitatori. Le cifre ufficiali sono molto positive per entrambe le manifestazioni, ma non sono mancate le polemiche. La voce ai protagonisti per le valutazioni e le considerazioni finali



Hannover Messe.



Bauma di Monaco.

Con oltre 230.000 visitatori, la Hannover Messe 2007 ha raggiunto eccellenti risultati. Rispetto all'edizione 2005, quella confrontabile come settori espositivi, il numero dei visitatori è cresciuto di oltre il 10%. Dalla Germania sono arrivati il 12% di visitatori in più, dall'estero l'8% in più. I visitatori esteri sono stati il 30% del totale con un incremento dell'affluenza soprattutto dall'America e dall'Europa dell'Est. I sei maggiori Paesi di provenienza dopo la Germania sono stati India, Paesi Bassi, Turchia, Svezia, Danimarca e Italia. Per quanto riguarda invece i settori rappresentati, sono aumentati soprattutto gli operatori della meccanica, dell'elettrotecnica e dell'elettronica. Con circa 73.000 visitatori alla loro prima presenza in fiera, l'edizione di quest'anno della Hannover Messe ha richiamato nuovi gruppi target. Il numero dei decision maker coinvolti negli acquisiti di carattere tecnico è aumentato del 30% circa sino a raggiungere quota 21.000. Per il 42% dei visitatori il motivo centrale della presenza in fiera è stata la ricerca delle ultimissime novità. Nei cinque giorni di fiera sono stati presi circa 5,5 milioni di contatti d'affari. I maggiori pun-

ti di forza della Hannover Messe sono stati, secondo l'indagine condotta sui visitatori, la completezza e l'internazionalità dell'offerta e la presenza dei leader di mercato.

Richiamo irresistibile

Il 28° Salone Internazionale delle Macchine per l'Edilizia, i Materiali da Costruzione e l'Estrazione Mineraria, che si è svolto dal 23 al 29 aprile 2007 presso il nuovo Centro Fieristico di Monaco di Baviera, ha superato l'edizione del 2004 sia per dimensioni sia per numero di espositori e visitatori.

I quasi 500.000 visitatori di Bauma 2007 (nel 2004 erano stati 416.000) hanno decretato un nuovo record di partecipazioni. Rispetto all'edizione precedente, il Salone ha registrato una crescita totale degli operatori pari a quasi il 20 per cento. La quota di visitatori stranieri è aumenta-

Bauma di Monaco.



ta notevolmente raggiungendo il tetto dei 160.000 (nel 2004 erano stati 116.000), vale a dire il 30 per cento circa di tutti gli operatori che hanno varcato i cancelli del Salone. L'incremento di partecipazione dall'estero è stato determinato dall'afflusso di visitatori provenienti dagli stati confinanti, ma anche - in parte con crescite di oltre il 100 per cento - dai Paesi dell'Europa Meridionale e Orientale, nonché dai Paesi d'Oltreoceano. Questo trend si riflette anche nel nuovo primato di passeggeri registrato dall'aeroporto di Monaco di Baviera, dove giovedì 26 aprile hanno fatto scalo 120.000 passeggeri. Hanno partecipato a Bauma 2007 un numero considerevole di visitatori provenienti da Australia, Cina, India, Giappone, Canada, Corea del Sud, Messico, Usa, Sudafrica e Asia Sudorientale (Indonesia, Malesia, Filippine, Singapore, Thailandia e Vietnam). Sono notevolmente aumentati anche gli o-

operatori provenienti dalla regione partner della penisola araba: le 962 presenze del 2004 sono diventate quest'anno quasi 2.300. In totale il Salone ha accolto visitatori da quasi 190 Paesi (nel 2004 erano 171). Questa cifra testimonia una crescita superiore all'11 per cento. Bauma può vantare così visitatori da quasi ogni Paese del mondo.

Offerta completa

3.041 espositori (2.805 nel 2004) hanno presentato i loro prodotti e servizi a Monaco di Baviera con un aumento delle presenze di oltre il sette per cento rispetto alla scorsa edizione del Salone. Tra le case espositrici si sono iscritte 1.390 aziende tedesche (2004: 1.363) e 1.651 straniere (2004: 1.442). I tre Paesi con la più alta partecipazione di espositori sono stati Germania, Italia e Gran Bretagna. Al fine di accontentare l'enorme richiesta di superficie

espositiva, la Messe München ha messo a disposizione degli espositori 180.000 metri quadrati al coperto (nel 2004: 165.000) e 360.000 all'aperto (nel 2004: 335.000). Rispetto all'ultima edizione di Bauma la superficie espositiva è cresciuta di circa il 10 per cento. Il Salone, che con i suoi 540.000 metri quadrati totali (nel 2004: 500.000) è la più grande esposizione al mondo, ha registrato il tutto esaurito. Considerando le cifre record di espositori e visitatori, Bauma ha pienamente soddisfatto e superato tutte le aspettative. Questo risultato si riflette negli ottimi giudizi espressi sia dagli espositori sia dagli operatori nei confronti del Salone. Secondo un sondaggio condotto dall'istituto indipendente



Bauma di Monaco.

di ricerche di mercato TNS Infratest GmbH, il livello di competenza degli operatori è risultato essere molto elevato con una presenza dell'83 per cento di decision maker (79 per cento nel 2004). In generale, il 97 per cento (nel 2004: 93 per cento) dei visitatori ha giudicato il Salone un vero successo. Tra questi, il 96% (nel 2004: 93%) intende partecipare anche alla prossima edizione di Bauma. L'86% dei visitatori ritiene che il settore dell'edili-



Hannover Messe.

zia stia attraversando un momento positivo e la stessa quota è convinta che questa situazione continuerà a migliorare. Anche gli espositori hanno apprezzato il successo del Salone 2007: il 96% si è dichiarato soddisfatto dei clienti incontrati (nel 2004: 93%). Il 98% (nel 2004: 97%) intende esporre anche al prossimo Bauma. Secondo i sondaggi, le aziende che hanno approfittato di Bauma 2007 come vetrina per presentare novità ammontano al 91%.

Scenari diversi

Sul fronte degli espositori alla Hannover Messe la percentuale delle presenze estere è stata ancora più

Bauma di Monaco.



Hannover Messe.



elevata che sul fronte dei visitatori. Dei 6400 espositori complessivi, quest'anno 3.222 venivano dall'estero e per l'esattezza da 68 Paesi. La percentuale degli espositori esteri è stata superiore al 50% e ha conferito alla Hannover Messe il più spiccato profilo internazionale dei suoi 60 anni di storia. Il continente più rappresentato era l'Europa, seguita dall'Asia e dall'America. I Paesi con il maggior numero di aziende dopo la Germania sono stati quest'anno l'Italia, la Cina e il Paese Partner Turchia. La Turchia si è proposta come un partner tecnologico e commerciale dal profilo fortemente innovativo per l'industria internazionale. Alla Hannover Messe 2007 esponevano complessivamente 326 aziende turche. L'idea di suddividere la loro presenza

Hannover Messe.



fra uno stand centrale nel padiglione 26 e altre collettive distribuite nei vari settori tecnologici della Hannover Messe ha funzionato: ovunque in fiera c'erano espositori turchi. Questa partnership rivestiva una notevole importanza di carattere politico-economico per entrambi i Paesi. Ad Hannover c'erano esponenti di altissimo profilo del mondo politico, economico e industriale del "Paese della Mezzaluna": tra di essi il Ministro dell'Industria e del Commercio Ali Coskun e il Ministro per l'Energia Mehmet Hilmi Gueler.

Paese Partner della Hannover Messe 2008 sarà il Giappone. Dopo la Russia, l'India e la Turchia, il prossimo anno le luci saranno dunque puntate su uno dei Paesi più high-tech del mondo. Lo slogan congiunto sarà: "Cooperation through Innovation".

Iniziativa di successo

Appassionare i giovani alla tecnologia è l'obiettivo del nuovo programma di iniziative e informativo TectoYou. Questa nuova proposta congiunta della Deutsche Messe e dell'Associazione Federale dell'Industria Tedesca (BDI), che ha coinvolto anche altri importanti partner in ambito industriale e in ambito associativo e politico, ha avuto un felicissimo debutto. Gruppi di studenti provenienti da tutta la Germania hanno sfruttato in effetti la possibilità di toccare con mano gli ultimissimi sviluppi tecnologici e di scoprire in prima persona le interessanti prospettive professionali che si offrono in campo industriale.

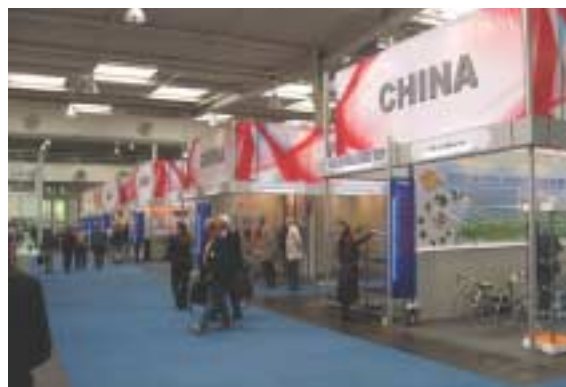
Gli espositori hanno sostenuto attivamente TectoYou. Alcune aziende hanno noleggiato dei pulman per portare i giovani ad Hannover. La Bosch-Rexroth, ad esempio, ha invitato 1.600 studenti, la Kaeser 550, la Siemens 500, la Rittal 450. L'iniziativa ha trovato ampi consensi anche tra le alte dirigenze. Dietmar Harting, amministratore della Harting KgaA e presidente della Commissione espositori ha affermato: «A nome della commissione sono lieto di dire che l'idea si è rivelata vincen-

Bauma di Monaco.



te e che il successo di TectoYou è andato ben oltre il padiglione 11, al quale l'iniziativa era legata. C'erano giovani ovunque nei padiglioni e negli stand. Io personalmente sono rimasto molto impressionato dalla spontanea curiosità di questi ragazzi nei confronti delle tecnologie esposte. Abbiamo avuto davvero il nostro bel da fare a rispondere a tutte le loro interessanti domande».

Con i suoi oltre 1.000 appuntamenti singoli, la Hannover Messe può essere definita la più grande convention mondiale sulla tecnologia. Uno degli



Hannover Messe.

eventi di maggiore richiamo è stato il Business summit Germano-Turco, che ha registrato oltre 800 partecipanti. Anche il Simposio economico sulla Siberia, il Simposio nipponico, il 4° simposio della Bassa Sassonia sul commercio con l'estero, al quale hanno partecipato rappresentanti dei Paesi africani del bacino del Mediterraneo, hanno dato importanti impulsi per nuovi rapporti economici bilaterali e internazionali. Grande successo ha incontrato inoltre il quarto congresso WomenPower, nella cui cornice oltre 550 partecipanti di entrambi i sessi si sono confrontati su temi quali la conciliabilità tra professione e famiglia, l'equilibrio vita-lavoro e i nuovi orari di lavoro.

Opportunità da cogliere



Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Franzosi: La fiera di Hannover è stata una manifestazione assolutamente riuscita con molti visitatori altamente qualificati e progetti concreti. La forte ripresa congiunturale e la base solida sulla quale essa poggia era chiaramente percepibile, non soltanto da parte dei visitatori tedeschi, ma anche da parte dei numerosi visitatori internazionali. La scelta dei temi dominanti di "Efficienza energetica" e "Total Cost of Ownership" è stata operata in modo eccellente. In questi ambiti sono state presentate numerose innovazioni.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione del Gruppo Schaeffler alla manifestazione?

Franzosi: Il bilancio della partecipazione del nostro Gruppo è estremamente positivo. Abbiamo avuto un incremento di circa il 10% dei visitatori rispetto alla precedente edizione nel 2005. La presenza è stata caratterizzata da elevata qualità dei visitatori. Numerosi progetti concreti sono scaturiti dagli intensi colloqui di approfondimento. Siamo certi che il futuro continuerà a essere contraddistinto da questo ottimismo.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dal Gruppo Schaeffler, quali hanno riscosso il successo maggiore?

Franzosi: Tutte le nostre innovazioni hanno riscosso un'altissima e sempre costante attenzione da parte dei numerosi visitatori. Il Gruppo Schaeffler ha presentato innovazioni e soluzioni legate ai temi centrali della fiera tra i quali incremento delle prestazioni, Total Cost of Ownership ed efficienza energetica, in isole tematiche correlate all'applicazione e dedicate a differenti target, suscitando un notevole interesse. Tra queste il nuovo sistema lineare KUVE.-B-HS (foto A) per movimentazioni a velocità elevata (10 m/s), nuovi cuscinetti in qualità X-life, un nuovo cuscinetto assiale orientabile a rulli recentemente sviluppato, unità ad azionamento diretto (direct-drive) dalla consociata di Schaeffler esperta in meccatronica IDAM e cuscinetti volventi speciali che funzionano senza problemi anche in condizioni gravose, come temperature estremamente basse o alte, acqua o acido. Tutti i prodotti offrono lunghe durate in esercizio, massime prestazioni e minimo attrito, contribuendo in questo modo a un utilizzo energetico più efficiente. Un interessante sguardo nel futuro è stato offerto nell'isola tematica che pre-

sentava gli attuali progetti di innovazione dei prodotti. In particolar modo sono state mostrate due forme costruttive non convenzionali. Il cosiddetto cuscinetto a rulli sferici (foto B) combina il meglio delle tecnologie dei cuscinetti a sfere e dei cuscinetti a rulli e necessita di un minore ingombro per l'installazione. Nell'esecuzione a una e a due corone può sopportare carichi molto più elevati. L'utilizzo del "rullo sferico" consente un ulteriore incremento delle prestazioni e della durata di esercizio, rendendo la macchina più competitiva. Un altro nuovo sviluppo è il "cuscinetto a rulli cavi". La sua peculiarità: alcuni corpi volventi sono cavi e hanno un diametro leggermente maggiore. Questo impedisce lo slittamento nelle diverse condizioni di carico senza effetti sulle restanti caratteristiche di prestazione. Con il conforto di numerose storie di successo e di innovazioni derivanti dai settori principali, il Gruppo Schaeffler ha fornito informazioni sul Total Cost of Ownership e ha dimostrato come i Clienti possano minimizzare le fermate non programmate nel corso dell'intera durata d'esercizio della macchina o dell'impianto, incrementare l'affidabilità in esercizio e ottenere risparmi di costi. Oltre alle soluzioni con cuscinetti volventi, il Gruppo ha focalizzato l'attenzione su prodotti e servizi della propria consociata FAG Industrial Services (FIS), compreso il Condition Monitoring o il Reconditioning. In prima assoluta ad Hannover, il nuovo sistema di condition monitoring FAG ProCheck. Questo robusto sistema modulare di monitoraggio online, di ultima generazione, può essere facilmente integrato nelle strutture esistenti nei laminatoi per acciaio, alluminio e cemento o nelle cartiere. L'hardware può essere adattato e ampliato in modo flessibile. Come tutti gli altri sistemi di FIS, specialisti nella manutenzione, FAG ProCheck rende possibile pianificare gli interventi di manutenzione con largo anticipo, grazie al riconoscimento precoce dei segnali di errori imminenti.

Questo contribuisce a una considerevole riduzione dei costi complessivi. Un esempio rappresentativo di elevata efficienza energetica è stato il nuovo cuscinetto a sfere a contatto obliquo a quattro corone "Twin Tandem" che sostituisce i cuscinetti a rulli conici precedentemente utilizzati nei cuscinetti ruota per autoveicoli, consentendo una riduzione di attrito di circa il 50%. Partendo dalla considerazione che un determinato veicolo emette 300 g di CO₂ per chilometro, con una prestazione annua su strada di 15.000 km, la riduzione di attrito ridurrà corrispondentemente l'emissione di CO₂ di 67,5 kg all'anno, per veicolo. Un principio che può essere trasferito anche ad altri campi di applicazione.

Progettare: Quali sono le linee guida della ricerca e sviluppo in casa Schaeffler?

Franzosi: Siamo fortemente orientati ai Clienti - i nostri sviluppi non devono essere finalizzati a se stessi, ma contribuire sempre a offrire i massimi vantaggi di utilizzo.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle tecnologie del Gruppo Schaeffler?

Franzosi: Certamente quelle poc'anzi citate:

- efficienza energetica,
- incremento delle prestazioni e
- Total Cost of Ownership.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quelle turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Franzosi: Gli espositori dalla Turchia quest'anno non sorprendono, dopo tutto la Turchia è stata il Paese ospite di questa edizione della Fiera di Hannover. Nel complesso la concorrenza diventa sempre più globale e anche i produttori dei Paesi che vivono ora un forte boom si espandono e vogliono proporre i loro prodot-



ti in tutto il mondo e non esclusivamente nell'area economica locale in cui sono sorti.

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori

e qualche disagio per i visitatori. Qual è il punto di vista del Gruppo Schaeffler al riguardo?

Franzosi: Per noi, l'aver raggruppato tutte le aziende di cuscinetti nel Padiglione 21 non è stato affatto un problema.

Per i visitatori questo ha rappresentato il vantaggio di trovare concentrata un'ampia offerta in una posizione centrale dell'enorme area espositiva della fiera. Inoltre noi non temiamo di misurarci con la concorrenza.

Siamo stati più che soddisfatti della nostra posizione e delle visite che abbiamo ricevuto al nostro stand.

Progettare: Tra i grandi costruttori di cuscinetti non era presente un marchio importante. Gli assenti hanno sempre torto?

Franzosi: A questa domanda dovrebbero rispondere coloro i quali non hanno esposto a questa fiera, se ne avvertono la mancanza o se l'attività ne ha risentito. Per certo, se noi non avessimo partecipato avremmo mancato qualche opportunità.

Pietro Franzosi, amministratore delegato, Schaeffler Italia.

readerservice.it n. 52

Un buon risultato



Progettare: Assofluid come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Caprari: La valutazione della fiera, nel suo complesso, può considerarsi positiva: l'organizzazione ha garantito la concomitanza con diversi eventi, creando una sinergia in grado di garantire un considerevole afflusso di visitatori, soprattutto nei giorni centrali della manifestazione.

Per il settore della potenza fluida la Hannover Messe rimane indubbiamente il principale evento fieristico a livello mondiale.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione di Assofluid alla manifestazione?

Caprari: Assofluid ha conseguito un notevole successo personale, distribuendo quest'anno circa 400 repertori e altro materiale informativo riguardante l'Associa-

zione, divenendo inoltre un punto di riferimento e di incontro per le aziende associate e non.

Presso lo stand è stato possibile incontrarsi e scambiarsi opinioni e considerazioni utili, oltre che passare un po' di tempo in compagnia, conoscendosi meglio. Un po' di sano "cameratismo" che, con le tempistiche di lavoro attuali, sempre all'insegna della fretta, non può che considerarsi positivo.

Insomma un buon clima e un buon risultato per l'Associazione.

Progettare: Quali iniziative di Assofluid promosse nell'ambito della fiera hanno riscosso maggiore interesse?

Caprari: Assofluid ha organizzato anche in questa edizione una collettiva associativa, alla quale hanno aderito 13 aziende, per una superficie totale di 300 metri quadrati. All'interno della collettiva è stata predisposta una zona bar, molto apprezzata dalle aziende, e un punto internet, in modo da permettere a chi ne avesse necessità, di monitorare e tenersi in contatto con la propria azienda.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Caprari: È ormai assodato che il mercato di questi Paesi rappresenti una realtà con cui confrontarsi. La loro sete di conoscenza e la voglia di emergere devono comunque essere per noi sia uno stimolo a "proteggere" il nostro mercato, sia una sfida a ritagliarci un ruolo importante in queste aree, per esportare il "made in Italy". Un paese come l'Italia vanta un know-how che può garantire un vantaggio competitivo nel lungo periodo e che consentirà di poter affrontare più serenamente questi mercati.

Non dimentichiamo che se la Turchia dovesse entrare a far parte della Comunità europea si aprirebbero scenari commerciali molto promettenti.

Occorre dunque essere presenti, e potersi conoscere prima per stabilire contatti e/o joint ventures può diventare un'opportunità interessante: quale occasione migliore se non queste vetrine di richiamo internazionale?

Questa "invasione" può avere i suoi aspetti positivi; è necessario però che anche le istituzioni preposte svolgano al meglio il loro compito, con misure adeguate di protezione, al fine di garantire una concorrenza leale.

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori. Qual è il punto di vista di Assofluid al riguardo?

Caprari: Ogni qualvolta si verificano dei cambiamenti a una situazione ormai stabilizzata nel tempo, inevitabilmente si creano degli scontenti, e ciò è successo quest'anno anche per l'Hannover Messe.

Ad ogni modo se gli organizzatori della manifestazione hanno deciso per questa ridefinizione dei padiglioni, sicuramente avranno avuto delle valide motivazioni, soprattutto in prospettiva futura.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare in fiera presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Caprari: Al giorno d'oggi, il concetto classico di fiera è tramontato. Oggi attraverso Internet si possono presentare tutte le innovazioni e mettere a disposizione un catalogo prodotti sempre aggiornato: non è più necessario aspettare l'evento fieristico per presentare la proprie novità al mercato.

Ecco allora che la Fiera diviene anche un momento di aggregazione, dove esporre i propri prodotti, ma anche socializzare in modo diverso.



Non stupisce quindi questo tipo di offerta, che, senza eccedere, rappresenta un valido strumento per "attrarre" visitatori al proprio stand.

Vincenzo Caprari, presidente Assofluid, Associazione italiana dei costruttori e operatori del settore oleidraulico e pneumatico.

readerservice.it n. 53

Competitor globale

Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Camozzi: Positivamente, c'è stato un buon afflusso di visitatori (anche di buon livello in termini qualitativi); l'importanza della manifestazione è stata mantenuta grazie anche a una presenza completa di tutti i principali players a livello mondiale di settore.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della Camozzi alla manifestazione?

Camozzi: Oltre alla consueta originalità dell'estetica del nostro stand che ci consente di recuperare un po' di interesse nei confronti dei big dell'automazione, abbiamo avuto l'occasione di presentare per la prima volta prodotti completamente nuovi ad alto contenuto tecnologico, oltre che riproporre con una gamma allargata i prodotti recentemente lanciati sul mercato. Questo ci ha permesso di consolidare il concetto di azienda che investe considerevolmente in alta tecnologia e al passo con i trend di settore in materia di novità. Quindi possiamo dire di aver riconfermato un'immagine di competitor globale in termini di qualità, gamma, tecnologia, servizio e presenza internazionale.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Camozzi, quali hanno riscosso il successo maggiore?

Camozzi: Sicuramente la nuova serie di valvole della Serie H (foto) ad alte prestazioni che va ad arricchire ulteriormente la nostra offerta in termini di gamma, senza dimenticare i nuovi cilindri Twin-rod della Serie QX e i cilindri compatti



ISO della Serie 32. Componenti che presentano caratteristiche tecniche al top del settore oltre che una particolare cura nell'estetica.

I visitatori hanno accolto con grande entusiasmo questo nuovo concetto delle valvole serie H, infatti nello sviluppo del progetto abbiamo tenuto conto delle esigenze verso soluzioni sempre più compatte e leggere. Con la H siamo riusciti a raggiungere tale traguardo grazie a una combinazione di materiali funzionali.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della Camozzi?

Camozzi: Elettronica, miniaturizzazione e soluzioni complete per il cliente. La tecnologia si sviluppa soprattutto nel campo dell'elettronica. L'integrazione di funzioni intelligenti direttamente nei componenti rappresenta il trend per il futuro. Un ampio spazio sarà dato anche alla diagnostica. Sicuramente verrà con-

MANIFESTAZIONI ▶▶▶

solidato il concetto di miniaturizzazione anche se il mercato nei Paesi emergenti richiede anche componenti robusti e di facile manutenzione, tuttavia anche in questo caso l'intelligenza dei componenti si sta evolvendo sempre di più.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quelle turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Camozzi: Di fatto è un'"invasione" in corso sul mercato già da diversi anni, recentemente stiamo assistendo a una sorta di "ufficializzazione" anche presso le maggiori fiere internazionali sia nei Paesi industrializzati che in quelli in via di sviluppo. Esprimere un giudizio sull'effettiva penetrazione che questi brand stanno ottenendo a livello mondiale non è facile: infatti varia notevolmente in base alla regione geografica e al settore produttivo che in misura maggiore o minore accettano questi prodotti, i quali fino a oggi non hanno dimostrato una grande affidabilità sia in termini di qualità che di durata oltre al livello di servizio che non sempre tali organizzazioni sono in grado di garantire a livello internazionale.

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il layout merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori. Qual è il punto di vista della Camozzi al

riguardo?

Camozzi: Non abbiamo notato particolari cambiamenti nell'afflusso dei visitatori per effetto di questi cambiamenti per lo meno per quanto riguardava il nostro padiglione.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Camozzi: Dare un giudizio al riguardo comporta entrare nel merito del concetto di immagine che ogni azienda intende dare di sé, e non crediamo di essere in questa posizione. È certo che per quanto ci riguarda preferiamo utilizzare altri strumenti più legati all'estetica, all'accoglienza e soprattutto alla forma di presentazione dei nostri prodotti, rilegendo la scelta di veri e propri spettacoli solo per situazioni circoscritte (serata di chiusura per esempio). È altrettanto vero che in un mercato con tanti player (e inoltre in continua crescita) che si distinguono per il buon lavoro fatto, per lo meno parte di questi, si renda sempre più necessario dirottare l'attenzione presso il proprio brand in diversi modi.

Marco Camozzi, sales and marketing manager Camozzi.

readerservice.it n. 54

Appuntamento irrinunciabile



Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Frasconi: Per Pujol Muntalà la presenza in fiera ormai è un appuntamento irrinunciabile. Risulta essere la fiera più interessante per il settore meccanico, per l'importanza e la consistenza degli espositori e per il numero di visitatori qualificati che regolarmente la visitano.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della Pujol alla manifestazione?

Frasconi: Si è confermato il notevole interesse dei Paesi emergenti, dove l'industrializzazione è un fenomeno degli ultimi anni. Ma siamo ancora più soddisfatti dell'aumento di interesse mostrato dai costruttori di macchine e impianti europei che vedono in Pujol Muntalà una valida alternativa, per gamma prodotti, per qualità certificata e costante, per servizio pre e post vendita.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Pujol, quali hanno riscosso il successo maggiore?

Frasconi: Sicuramente il nuovo riduttore coassiale, serie SX, ma anche tutta la gamma di riduttori e motoriduttori ad ingranaggi, ortogonali (foto), serie KX, e pendolari, serie DX, con cui stiamo avendo un grosso successo sia di vendita che di soddisfazione della nostra clientela. La serie "SX" (foto) si contraddistingue per la sua modularità, la compattezza, le eccellenti prestazioni e le sue funzionalità. Con questo nuovo riduttore, Pujol Muntalà ha voluto dare una risposta forte a un'altra esigenza della clientela: proporre un prodotto con la maggior modularità possibile. La carcassa del riduttore, struttura monoblocco rigida e compatta, dal lato motore è stata concepita per consentire la scelta del tipo di flangia attacco motore e semi-giunto in funzione della grandezza del motore elettrico che si andrà a installare. Per le prime grandezze poi, la carcassa è stata concepita solo con i piedini, ma con una semplice operazione è possibile aggiungere la flangia sull'albero in uscita. Tutto ciò permette di ottimizzare le scorte a magazzino e, in misura molto più importante, rispondere in modo più celere alle richieste di consegna del mercato.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della Pujol?

Frasconi: Il mercato richiede sempre più prodotti integrati, l'innovazione si fa anche ottimizzando e razionalizzando i fornitori, quindi il cliente tende sempre di più a valutare ed a scegliere un fornitore in grado di poter offrire un pacchetto di prodotti il più ampio possibile; per questo motivo Pujol Muntalà sta investendo in "meccatronica" con nuovi prodotti totalmente progettati, ingegnerizzati e costruiti all'interno, con l'obiettivo di poter offrire alla clientela prodotti semplici da utilizzare e da mettere rapidamente in funzione.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quelle turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Frasconi: Riteniamo che ci sia lo spazio anche per aziende provenienti da questi



Paesi, oggi più orientate a un'offerta di prodotti basata principalmente sul prezzo, ma sarà così anche in futuro?

La concorrenza stimola a investire in risorse umane e sui prodotti: è fon-

damentale differenziare il proprio marchio, proponendo maggior valore aggiunto sull'offerta e preparandosi ad anticipare le tendenze del mercato a breve e lungo termine. Il mercato libero fa bene al mercato!

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori. Qual è il punto di vista della Pujol al riguardo?

Frascati: Il successo di una fiera è decretato principalmente dal numero di visitatori, è necessario pensare prima di tutto alla soddisfazione del visitatore consentendogli di effettuare la visita limitando i tragitti da percorrere (a esempio da un padiglione all'altro) per utilizzare il tempo risparmiato trattenendosi negli stand. Pensando in questa direzione, occorre limitare sicuramente il numero degli stand più piccoli (creando apposite aree attrezzate e organizzate) e razionalizzare le dimensioni di quelli troppo grandi.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Frascati: Ormai è chiaro che l'innovazione non si realizza solo in ufficio tecnico o in produzione, ma occorre spaziare valorizzando l'immagine aziendale.

Azioni promozionali del tipo viste in fiera, fino a pochi anni fa riservate principalmente ad altri settori, sono e saranno sempre più utilizzate da aziende di dimensioni grandi, mentre quelle medio-piccole continueranno a privilegiare ancora il contatto umano.

Mario Frascati, responsabile Divisione Motoriduttori Pujol Muntalà Italia.

readerservice.it n. 55

Occasioni di incontro

Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Sancassiani: Si è trattato di una edizione sicuramente più vivace di quelle degli ultimi anni, grazie a un diffuso ottimismo dovuto alla congiuntura favorevole, che si è tradotto in una partecipazione dei visitatori decisamente più numerosa ed interessata.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della UFI alla manifestazione?

Sancassiani: Abbiamo avuto modo di incontrare molti dei nostri clienti, con cui abbiamo potuto avere un aggiornamento reciproco e approfondito di quanto stiamo facendo, come pure abbiamo avuto alcuni nuovi contatti molto interessanti, centrando quindi l'obiettivo di una manifestazione di questo genere; direi che il bilancio finale è stato buono e in linea con le aspettative.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla UFI, quali hanno riscosso il successo maggiore?

Sancassiani: Ho già avuto modo di sottolineare che da anni ormai le fiere non sono più il luogo per presentare novità; le fiere di settore, come quella di Hannover, sono ottime occasioni di incontro con i partner di tutto il mondo e di aggiornamento a 360° su quanto avviene nel proprio settore. Il successo che abbiamo riscontrato è stato soprattutto il riconoscimento del lavoro svolto, da parte dei nostri clienti e degli operatori del settore in genere.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che



hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della UFI?

Sancassiani: Anche nel campo della filtrazione, come in altri settori, la tendenza è quella di sviluppare prodotti a maggiore valore aggiunto, in grado di unire più funzioni complementari tra loro.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quelle turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Sancassiani: Non mi sembra appropriato parlare di "invasione",

mi sembra si tratti di una naturale evoluzione in una situazione di libero mercato.

Per quanto riguarda la presenza turca, era enfatizzata dal fatto che la Turchia era quest'anno il partner di turno della manifestazione, al di là di un innegabile avvicinamento di questo Paese alla realtà europea; per quanto riguarda quella cinese, direi che non c'è più da stupirsi di una realtà in continua evoluzione e sempre più vicina al modo occidentale di intendere il mercato. Mi sembra che sia importante considerare queste realtà come stimoli ad aggiornare continuamente le proprie idee e le proprie armi per stare sul mercato in modo adeguato.

Da anni la nostra azienda è presente sul mercato cinese (come su tutti i maggiori mercati industriali) con proprie realtà, ormai ben radicate, perché siamo convinti che le sfide si possono vincere solo combattendo in campo aperto e non certo ritirandosi in difesa.

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori.

Qual è il punto di vista della UFI al riguardo?

Sancassiani: In realtà il lay-out merceologico non era ottimale quest'anno, probabilmente anche per la difficoltà di mettere d'accordo in tempi piuttosto ristretti esigenze molto varie.

Per il futuro, a nostro avviso raggruppare gli espositori per tipologia di prodotto sarebbe la via più logica e più rispettosa per espositori e visitatori.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Sancassiani: Mi sembra che si tratti di una scelta in linea con quella che è diventata negli anni la funzione di questo tipo di fiera: non più una vetrina di pro-

dotti, ma una occasione di incontro con clienti e partner, una presentazione accattivante dell'azienda.

Progettare: UFI ha partecipato anche al Bauma di Monaco. Qual è il giudizio su questa manifestazione?

Sancassiani: La nostra non era la prima partecipazione a questa fiera, che riteniamo una delle più complete e interessanti del settore delle macchine mobili, a nostro avviso una delle maggiori aree di sviluppo per l'oleodinamica nel futuro. Come ci aspettavamo si è trattato di una manifestazione estremamente interessante, nella quale abbiamo avuto la conferma della nostra presenza nel settore.

Enzo Sancassiani, direttore generale Planet Filters, divisione oleodinamica di UFI Filters.

readerservice.it n. 56

Giudizi positivi



Progettare: Assiot come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Bazzotti: Assiot è stata presente con un proprio stand istituzionale al padiglione 26, insieme all'Associazione vi è stata la presenza sia nel padiglione 26, sia in molti altri 21, 24, 25, ecc., di tante Aziende Associate, dalle quali abbiamo raccolto giudizi estremamente positivi, grazie alle opportunità di incontro che si sono consolidate tra potenziali clienti ed espositori italiani.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione di Assiot alla manifestazione?

Bazzotti: I bilanci per Assiot si rivolgono principalmente alla soddisfazione delle Aziende Associate e come appena detto chi ha partecipato come espositore ha avuto risultati positivi e soddisfacenti.

Il ruolo istituzionale espresso attraverso lo stand Assiot, va visto come presenza, durante l'evento fieristico internazionale di settore, dell'Associazione italiana che rappresenta l'industria nazionale del comparto Trasmissioni Meccaniche di Potenza. Va, ad onore del vero, messo in evidenza che il nostro settore è maturo e i visitatori della fiera, non sono prettamente alla ricerca di novità, bensì ricercano soluzioni al-

le loro specifiche problematiche.

Il nostro repertorio presenta uno spettro molto ampio di Aziende italiane da contattare, ma la presenza diretta di una Azienda in fiera permette magari l'esame se non addirittura la soluzione di un problema del visitatore.

Come Assiot si dovrà quindi pensare a forme più evolute di partecipazione future a fiere, magari con stand collettivi, dove vi sia la presenza di tecnici commerciali delle Aziende.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Bazzotti: La Turchia è stato il Paese partner dell'edizione 2007 della fiera, pertanto la massiccia presenza era totalmente motivata, tra l'altro la Turchia è un Paese molto vicino all'Europa, non intendo solo fisicamente, ma anche dal punto di vista strettamente industriale, in quanto le più grandi multinazionali hanno in Turchia unità produttive da diversi decenni.

La vera sorpresa è stata la Cina. In termini numerici gli espositori cinesi, se non sbaglio, hanno raggiunto gli italiani, ovviamente non in termini di metri quadrati espositivi. La massiccia presenza con piccoli stand per la maggior parte inseriti in collettive dai colori nazionali, è stata a nostro avviso poco fruttifera per loro, in particolare non vi è stata un'esposizione professionale dei prodotti.

Una larga fetta di espositori cinesi si è presentata con stand che contenevano "di tutto e di più", dando la forte sensazione di essere poco professionali. Ne conseguiva che i visitatori passavano, osservavano senza particolare interesse e non si fermavano.

Il significato della forte presenza dei Paesi emergenti è subito spiegato. Loro hanno una forte vocazione commerciale e vogliono vendere il più possibile anche al di fuori dei propri confini, purtroppo non hanno ancora capito che al contrario dei beni voluttuari, i prodotti industriali hanno una forte esigenza di qualità ed efficienza, il prezzo sicuramente conta, ma senza qualità ed efficienza l'industria affermata resta con i propri fornitori tradizionali.

Progettare: Quali iniziative di Assiot promosse nell'ambito della fiera hanno riscosso maggiore interesse?

Bazzotti: Aldilà della nostra presenza con uno stand istituzionale, con funzione di punto di riferimento per tutti i soci, anche quelli che intendevano solo visitare la fiera, l'iniziativa più importante è stata quella del Gear Summit della Trasmissione Meccanica di Potenza. Presieduta dall'Ing. Scanavini, dirigente industriale della MG

miniGears, e presidente Eurotrans, l'Associazione Europea delle Associazioni del comparto Organi di Trasmissione, ha visto l'esposizione dell'andamento di mercato 2006 e in prospettiva 2007, delle Associazioni: Europee Eurotrans e le sue aderenti, americana Agma, cinese Cgma, giapponese Jgma, australiana con un rappresentante della Ronson Gear.

Tutti hanno manifestato gran soddisfazione su un 2006 estremamente positivo, per il comparto che rappresentiamo, e su un inizio altrettanto positivo del primo periodo 2007, che fa presagire un buon andamento dell'intero anno.

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori. Qual è il punto di vista di Assiot al riguardo?

Bazzotti: È normale che una ridefinizione dei layout merceologici crei disagi, anche perché tutto si evolve seguendo l'eccellenza anche in termini di immagine e-positiva. Quello che si inizia a considerare tradizionale, spesso muta per cercare nuove dimensioni, con l'obiettivo di valorizzarlo in modo sempre più migliorativo. Chi produce a certi livelli, non è solo un costruttore di componenti, allo stato attuale esso è, più che in passato, un risolutore di problemi, legati alle specifiche esigenze dei clienti, intesi come costruttori di macchine e/o di impianti. Queste aziende sono quelle che lavorano in co-design con i propri clienti, per cui esse giustamente chiedono di essere inquadrate in aree tematiche più consone al loro know-how industriale.

Il punto di vista di Assiot sposa pienamente le esigenze di coloro che hanno, nostro malgrado, scelto di non partecipare; ci auguriamo quindi che nel prossimo futuro la struttura fieristica sia in grado di soddisfare la loro esigenza aziendale, poiché, non si può negare, la loro assenza è stata un peso per tutti noi.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare in fiera presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Bazzotti: L'espressione artistica si pone in modo orizzontale nella vita dell'uomo e come tale è adattabile a tutte le forme di comunicazione.

Una splendida danzatrice ti cattura con le sue sinuose movenze, un'orchestra intonata ti incanta con la sua melodia, un abile giocoliere ti rende credibile ciò che va contro la coordinazione e la velocità dell'uomo.

L'intento è quello di catturare l'attenzione e se la prestazione artistica è ad alto livello lo scopo è sicuramente raggiunto.

A corollario della prestazione artistica vi è lo stand di chi promuove tale animazione e, ovviamente, vi sono anche i componenti che sono prodotti e commercializzati. Se a livello marketing si ottengono risultati, qual è l'aspetto negativo della prestazione artistica?

Demetrio Bazzotti, segretario generale Assiot, Associazione italiana dei costruttori di organi di trasmissione e ingranaggi.

readerservice.it n. 57

Scelte coerenti

Progettare: Come giudica in generale questa edizione del Bauma di Monaco?

Bonfiglioli: Molto buona. Credo che sia un appuntamento al quale bisogna partecipare con attenzione ed entusiasmo, perché rappresenta una vetrina internazionale di alto livello (oltre 500.000 visitatori). La presenza di tanti operatori del nostro settore permette un confronto critico al nostro interno e il grande numero di nostri clienti ci offre l'opportunità di verificare sul campo il livello di gradimento delle nostre applicazioni.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della Bonfiglioli alla manifestazione?

Bonfiglioli: Buono. Sono stati avviati contatti interessanti e abbiamo avuto modo di incontrare tanti nostri affezionati clienti, nonché di presentare le nostre novità sia in termini di prodotti che di sistemi applicativi.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Bonfiglioli quali hanno riscosso il successo maggiore?

Bonfiglioli: Grande interesse ha riscosso l'unità per comando ruote motrici di rullo compattatore stradale Tipo 606 Y (foto A). Costruttivamente l'unità è composta da 2 mozzi su cui vengono montate le 2 ruote da comandare, all'interno di ognuno di questi vi è una doppia riduzione epicicloidale. Fra queste, all'interno di una scatola centrale di collegamento, è montata una coppia conica che funge da prima riduzione e trasmette il moto proveniente dal motore idraulico attraverso un al-



bero di trasmissione. Sulla scatola centrale sono presenti le aree di attacco al telaio della macchina. I mozzi ruota hanno funzione portante e supportano i carichi particolarmente elevati che la macchina scarica sulle ruote. In entrata è posizionato un freno idraulico multidisco, che svolge sia la frenatura dinamica di arresto macchina in aiuto alla capacità frenante ottenuta dalla trasmissione idrostatica e motore diesel, come pure la funzione di frenatura statica di parcheggio. L'unità è completamente chiusa; gli organi interni, in particolare l'albero di trasmissione, sono totalmente protetti. Anche l'unità per comando ruote motrici anteriori di Graders, SERIE 600, (foto B) è stata molto apprezzata.

Si tratta di un riduttore comando ruota progettato per questo tipo di macchine con classe di peso di 16 t. È azionato da un motore idraulico di tipo cartridge per avere la minima sporgenza interna e nascondere quindi l'intera unità all'interno della larghezza del pneumatico, così da assicurare la sua protezione nelle diverse configurazioni della macchina e negli ambienti particolarmente severi dove questa va ad operare. Costruttivamente è caratterizzato da un mozzo ruota con all'interno una riduzione epicicloidale a 2 stadi e da una frizione multidisco a comando idraulico. Questa è inseribile sia da fermo che in velocità, permette di collegare la ruota alla



Foto A



Foto B



Foto C

trasmissione, renderla quindi motrice oppure scollegarla e renderla folle. Un opportuno sistema di controllo della pressione di azionamento, collegato al sistema di controllo della trasmissione idrostatica e alla trasmissione principale delle ruote posteriori, assicura l'inserimento in sicurezza quando la velocità del motore idraulico e quella della ruota sono in sincronismo. Tutti i controlli sono gestiti da una centralina elettronica.

Voglio ricordare anche le nuove serie 700C e 700CK di riduttori e motoriduttori per comando macchine cingolate che sono state reingegnerizzate relativamente alle loro grandezze medie, con coppie in uscita nel range da 15.000 Nm a 60.000 Nm.

Le principali differenze costruttive rispetto alle grandezze precedenti esistenti sono: la riduzione del numero totale dei componenti, il numero degli ingranaggi planetari su stadio di riduzione finale che passa da 4 a 5, le nuove dentature su stadio finale, più robuste e con maggior numero di denti tali da poter ottenere una scelta di un maggior numero di rapporti. Un cenno merita anche il nuovo riduttore per comando Rotary di macchine per Trivellazione, serie 313, (foto C) con 3 rapporti selezionabili attraverso frizioni a comando idraulico. Si ottengono così per via meccanica 2 gamme di bassa velocità di lavoro ed una ad alta velocità per le fasi di scarico materiale dall'utensile.

Il riduttore è a 3 stadi di riduzione epicicloidali. Sui primi 2 stadi sono montate le frizioni multidisco ad azionamento idraulico. La combinazione dell'inserimento e delle aperture delle stesse permette la realizzazione dei 3 rapporti richiesti. Il riduttore ha l'albero scanalato cavo in uscita per accoppiarsi direttamente al pignone della riduzione finale presente all'interno della tavola Rotary. La lubrificazione è assicurata da un flusso d'olio tramite pompa esterna che dalla carcassa della tavola rotary alimenta il riduttore dalla sua parte superiore. L'olio per caduta lubrifica e asporta calore dai componenti interni, ingranaggi e frizioni, per poi ritornare nella tavola rotary che ha funzione di carter.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della Bonfiglioli?

Bonfiglioli: Secondo noi la necessità di trovare soluzioni personalizzate per il cliente integrando i sistemi.

Progettare: La Bonfiglioli non era presente alla Hannover Messe. Quali sono le motivazioni che l'hanno spinta a prendere queste decisioni?

Bonfiglioli: La scelta è stata presa in seguito alla comunicazione, pervenutaci unilateralmente dalla Direzione della fiera di Hannover, di destinare la Bonfiglioli Riduttori a un padiglione non adeguato alla posizione che il nostro Gruppo occupa nel mercato internazionale.

La fiera di Hannover è stata per il nostro Gruppo una vetrina importante, dove abbiamo potuto mostrare negli anni le nostre capacità e potenzialità; ci siamo con-

quistati il nostro ruolo di player del mercato internazionale rapportandoci con i grandi competitor mondiali alla pari, ricevendo atti di stima anche da parte dei nostri concorrenti. In questa logica di capacità di misurarci con i nomi più significativi del settore, abbiamo sempre dato importanza alla nostra ubicazione all'interno della fiera di Hannover; per il 2007, i cambiamenti intervenuti, siamo certi per motivi tecnici, hanno indotto la Direzione della fiera a ridisegnare gli spazi del padiglione 26 che assolutamente non amplifica, anzi deprime la nostra immagine aziendale. Pertanto abbiamo preferito rinunciare a una presenza che in quelle condizioni poteva apparire come un declassamento rispetto a, come sempre desideriamo, un momento di franco confronto fra chi della ricerca dell'eccellenza a livello mondiale ha fatto la propria missione aziendale.

Progettare: A posteriori, come giudica questa decisione?

Bonfiglioli: Credo sia stata giusta in quanto ha voluto sottolineare la nostra coerenza con gli impegni che prendiamo e la consapevolezza del nostro ruolo sul mercato.

Progettare: Alla Hannover Messe la presenza delle aziende cinesi e turche è risultata impressionante. Anche al Bauma si è verificato questo fenomeno?

Bonfiglioli: Al Bauma c'erano espositori cinesi (meno turchi) però, visto il settore si proponevano per componenti di basso contenuto tecnologico.

Progettare: Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Bonfiglioli: È inevitabile che in un mondo altamente competitivo e complesso si affaccino nuovi attori su tutti i mercati, per questo non mi stupisco di questa evoluzione, credo che per quanto ci riguarda dobbiamo mantenere sempre alto il nostro livello di capacità innovativa sia sul prodotto che sulle applicazioni. Grande attenzione va data al servizio pre e post vendita e fare del cliente una referenza attiva, capace di essere elemento fondamentale per lo sviluppo futuro di Bonfiglioli.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda/Paese di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Bonfiglioli: Questa è una tradizione che anche in fiere diverse dal nostro settore viene spesso osservata. Per attrarre clienti ci sono metodi diversi, plausibili se non recano disturbo o turbativa al lavoro degli altri espositori; ogni iniziativa descrive chi la propone, l'importante è che esista sostanza oltre che la forma nell'avvicinare i visitatori soprattutto per rispetto del loro tempo e della loro professionalità.

Sonia Bonfiglioli, vice-presidente Bonfiglioli Riduttori.

readerservice.it n. 58

Attese deluse

Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Biraghi: Anche se l'attuale situazione economica è in fase di crescita, la qualità dei visitatori a questa edizione è stata, almeno per noi, di livello poco interessante.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Pneumax, quali hanno riscosso il successo maggiore?

Biraghi: Sicuramente la presentazione della nuova serie di valvole "Optima32" e dei "raccordi funzione".

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della Pneumax?

Biraghi: Come sempre la nostra società si presenta nelle manifestazioni di maggiore richiamo con la presentazione di nuovi prodotti che, come dalle nostre ultime strategie di sviluppo dei nuovi prodotti, sono concentrate sulla realizzazione in tecnopolimero.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quelle turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Biraghi: Credo che la massiccia partecipazione delle aziende turche sia riferita principalmente al fatto che per questa manifestazione la Turchia sia la nazione partner.

Personalmente non vedo il pericolo di un'invasione delle aziende turche nel mercato europeo, almeno nel mercato in cui Pneumax sta operando.

È altrettanto vero che il mercato turco è in grossa crescita, confermata dal positivo andamento delle nostre esportazioni, e come in ogni mercato in crescita, si accentua la pressione della nostra concorrenza.

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori.

Qual è il punto di vista della Pneumax al riguardo?

Biraghi: Potrebbe essere anche questa la causa del disorientamento dei visitatori e della scarsa affluenza.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Biraghi: Forse alcune aziende hanno scelto questo approccio non avendo prodotti/argomenti tecnici tali da attirare l'attenzione dei visitatori.

Altre aziende partecipano a queste manifestazioni unicamente per avere un punto di incontro con le proprie strutture commerciali.

Purtroppo ho visto alcuni spettacoli che mi sono sembrati di basso livello.

Marco Biraghi, sales development manager Pneumax.

readerservice.it n. 59

Presenza da protagonista

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della Bosch Rexroth alla manifestazione?

Neef: La fiera di Hannover è un evento di grande importanza per Bosch Rexroth poiché rappresenta da anni la vetrina più autorevole sul mondo dell'automazione industriale. Presso il nostro stand abbiamo riunito le soluzioni innovative che comprendono tutte le tecnologie di controllo e azionamento nei diversi settori industriali. L'edizione di quest'anno è stata caratterizzata dallo slogan: Your Ideas Our Solution, ovvero Bosch Rexroth è in grado di proporre soluzioni concrete alle idee dei propri clienti. Presso lo stand Rexroth alla fiera di Hannover sono stati nostri ospiti il primo ministro turco, il cancelliere Merkel e alte personalità del mondo politico ed economico tedesco.

Il bilancio è stato senz'altro positivo, considerando che tutte le tecnologie Rexroth sono state a disposizione di oltre 80.000 persone che nei giorni hanno visitato il nostro stand. Abbiamo organizzato inoltre tour per clienti italiani che sono stati nostri ospiti durante i giorni della fiera e che hanno potuto constatare da vicino la qualità e l'affidabilità dei nostri prodotti.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Bosch Rexroth, quali hanno riscosso il successo maggiore?



Neef: Tra le novità che hanno riscosso maggiore successo oltre ai prodotti idraulici che restano il nostro tradizionale punto di forza, il Rexroth Automation System è stato il prodotto che ha ottenuto maggior apprezzamenti. È un sistema di automazione modulare e universalmente aperto che permette di configurare qualunque sistema partendo dalla definizione dell'attuatore fino all'intera progettazione dell'impianto. Ci definiamo la Drive & Control Company perché siamo l'unica azienda in grado di fornire tutte le tecnologie di azionamento e di controllo e integrarle fra di loro. Questo è stato anche ad Hannover il Leitmotiv della nostra presenza.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della Bosch Rexroth?

MANIFESTAZIONI ▶▶▶

Neef: Alla fiera di Hannover abbiamo presentato prodotti innovativi e soluzioni per tutte le aree tecnologiche che permettono ai nostri clienti di risparmiare tempi e costi. I costruttori di macchine cercano processi più semplici e soluzioni "easy to use". Per questo abbiamo presentato il Rexroth Automation System, un sistema modulare di automazione che offre ai nostri clienti un considerevole potenziale per la propria capacità di progettazione. Tutti i componenti Rexroth, come i moduli e le soluzioni si integrano perfettamente con il Rexroth Automation System. Grazie all'utilizzo di interfacce aperte, i nostri clienti possono combinare controlli e azionamenti di diverse tecnologie in modo molto più facile di prima. Il fatto di avere un'unica piattaforma di engineering, con tutti gli strumenti necessari per la progettazione, la programmazione e la diagnosi di tutti i controlli e gli azionamenti, accelera i tempi di realizzazione dell'impianto e semplifica i processi di fornitura del materiale.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quel-



le turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Neef: La Turchia è stata il Paese partner di questa edizione per cui è più che comprensibile che ci siano state quest'anno molte più aziende turche presenti rispetto agli anni passati.

D'altra parte la Turchia sta registrando, come buona parte dei Paesi dell'Europa Orientale, notevoli tassi di crescita e sempre più aziende soprattutto tedesche, delocalizzano le loro produzioni proprio in Turchia. Molti giovani turchi che negli anni passati hanno lasciato il loro paese per completare i propri studi nei Paesi occidentali, oggi tornano in Turchia portando il proprio know-how e sviluppando attività nel settore industriale. Per quanto riguarda la Cina, ovviamente essendo uno dei Paesi emergenti, sta facendo la parte del leone soprattutto nel settore dell'automazione di fabbrica ed era quindi prevedibile una presenza massiccia cinese in quella che è considerata la vetrina più grande nel settore manifatturiero.

Matthias Neef, responsabile sales coordination marketing, Bosch Rexroth Italia.

readerservice.it n. 60

Richiamo mondiale

Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Sanelli: L'Hannover Messe diventa sempre di più il richiamo mondiale della tecnologia; tutti i rami dell'industria utilizzano la fiera per la presentazione dei nuovi prodotti e delle nuove idee.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della Hydac alla manifestazione?

Sanelli: Come sempre positivo. È stata un'ottima piattaforma di contatto con aziende provenienti da tutto il mondo.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Hydac, quali hanno riscosso il successo maggiore?

Sanelli: Tra i tanti prodotti innovativi presentati da Hydac, i sistemi e prodotti inerenti al Condition Monitoring (foto) hanno suscitato molto interesse sia da parte degli OEM's che degli utilizzatori finali.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle tecnologie della Hydac?

Sanelli: Un tema centrale per Hydac è stato, per esempio, il recupero dei rendimenti e dell'efficienza e l'ottimale utilizzo dell'energia nelle macchine in genere. Comunque, anche del Condition Monitoring, sentiremo parlare sempre più spesso nei prossimi anni.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quel-



le turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Sanelli: Soprattutto le aziende cinesi si sono presentate con un ampio spettro di prodotti per l'automazione oleodinamica. Stanno cercando sicuramente di sfruttare i vantaggi dei prodotti che offrono e sicuramente avranno occasione di ritagliarsi una fetta di mercato, è ineluttabile.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Sanelli: Non fa parte dell'immagine di Hydac l'utilizzo di questi metodi.

Progettare: Hydac ha partecipato anche al Bauma di Monaco. Qual è il giudizio su questa manifestazione?

Sanelli: Anche il Bauma 2007 ha dimostrato di essere il centro dell'interesse mondiale per le macchine da costruzione. Il Bauma è un "must" per tutte le aziende che lavorano in questo comparto.

Si è evidenziato il tema del risparmio energetico, ma in questo caso, secondo il nostro parere i costruttori hanno messo l'accento anche sulla riduzione dei costi di intervento e di manutenzione. La filosofia di Hydac del Life Cycle Cost Management e del Condition Monitoring ha centrato in pieno il tema dominante della fiera.

Massimo Sanelli, direttore generale, Hydac Italia.

readerservice.it n. 61

Riscontro positivo

Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Marconi: Ritengo che questa edizione sia stata, in generale, positiva; sicuramente meglio della passata edizione, sia in termini quantitativi che in termini qualitativi.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della Metal Work alla manifestazione?

Marconi: Per Metal Work Hannover rappresenta ancora un appuntamento molto importante per affacciarsi soprattutto al mercato tedesco, e con questo spirito la nostra società ha affrontato e affronterà in futuro la manifestazione.

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Metal Work, quali hanno riscosso il successo maggiore?

Marconi: Tutte le novità presentate ad Hannover hanno avuto un riscontro molto positivo, anche se la nuova linea di microregolatori di flusso (foto), il pilota da 10 mm e il booster sono state le novità che hanno attirato maggiore attenzione.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della Metal Work?

Marconi: Non abbiamo visto novità sconvolgenti dal punto di vista concettuale. Certamente c'è una grande corsa alla reindustrializzazione dei prodotti cercando soluzioni diverse anche per quanto riguarda il materiale. Gli aumenti dei prezzi delle materie prime stanno influenzando e spingendo verso soluzioni alternative gli uffici ricerca e sviluppo di molte società e ciò che si è visto in fiera ne è stata la dimostrazione.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e di quel-



le turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Marconi: Non parlerei di invasione, ma di logico processo di penetrazione da parte di due strutture industriali destinate ad assumere particolare importanza nell'immediato futuro. Non trascurerei l'India, anche se non era numericamente molto presente come esposizione, mentre lo era come numero di visitatori e di operatori di quella importante nazione.

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori. Qual è il punto di vista della Metal Work al riguardo?

Marconi: Per quanto ci riguarda non abbiamo avuto particolari problemi o disagi, pertanto giudichiamo ininfluenza ai fini della riuscita della manifestazione la ridefinizione del lay-out merceologico.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Marconi: Stiamo tutti dicendo che le fiere sono molte, forse troppe, e quindi non è facile avere novità interessanti a ogni manifestazione. L'attrazione spettacolare ha sempre fatto parte della coreografia degli stand, anche se, quando lo spettacolo sostituisce troppo la componente tecnica, significa che l'azienda non ha molto da offrire. Riteniamo che il giusto compromesso tra originalità e sostanza sia l'ingrediente ideale.

Daniele Marconi, direttore commerciale Metal Work.

readerservice.it n. 62

Obiettivi raggiunti

Progettare: Come giudica in generale questa edizione della Hannover Messe?

Caselli: Non soddisfacente per le scelte dell'organizzazione di dividere i principali competitors europei dei riduttori e motoriduttori in padiglioni diversi. A causa di questo fatto la visibilità per i costruttori italiani è stata inferiore alle attese.

Progettare: Qual è il bilancio finale della partecipazione della Rossi Motoriduttori alla manifestazione?



Caselli: Abbastanza positivo per quanto ci riguarda anche se dobbiamo dire che abbiamo avuto un calo di contatti rispetto alle precedenti edizioni. Abbiamo centrato comunque gli obiettivi che ci eravamo prefissati.

MANIFESTAZIONI ►►►

Progettare: Tra le novità presentate in fiera dalla Rossi Motoriduttori quali hanno riscosso il successo maggiore?

Caselli: Due nuove linee di prodotto "standardfit" riguardanti coassiali (foto a) e vite senza fine (foto b).

Come detto al punto precedente abbiamo avuto un forte interesse per queste due linee di prodotto ed era uno degli obiettivi principali che ci eravamo prefissati.

Progettare: In generale quali sono le tendenze tecnologiche che hanno caratterizzato questa edizione della fiera nell'ambito delle merceologie della Rossi Motoriduttori?

Caselli: Dall'analisi delle novità del nostro settore emerge chiaramente la volontà di avere aziende che hanno una vasta gamma di prodotti da offrire al mercato. Un discorso a parte merita la mecatronica che ha confermato, anche in questa edizione, una offerta sempre più completa di elettronica integrata alla meccanica.

Progettare: Tra gli aspetti più significativi di questa Hannover Messe è da sottolineare la presenza massiccia delle aziende cinesi e turche. Quale significato si può dare a questa "invasione"?

Caselli: La presenza della Cina era notevole anche nelle edizioni precedenti per quanto riguarda la Turchia non dobbiamo dimenticare che era la nazione partner della fiera di Hannover quindi presumo che gli organizzatori abbiano "caldeggiano" la presenza di aziende turche.



Foto A



Foto B

Progettare: La decisione degli organizzatori di ridefinire il lay-out merceologico ha creato non pochi malumori da parte degli espositori e qualche disagio per i visitatori. Qual è il punto di vista della Rossi Motoriduttori al riguardo?

Caselli: Abbiamo già comunicato ai responsabili, incontrati durante la fiera, il nostro malumore al riguardo. Certamente se le cose dovessero rimanere come questa edizione valuteremo in modo obiettivo la nostra futura partecipazione. Al riguardo avremo un incontro nei prossimi mesi.

Progettare: Come giudica la scelta di qualche azienda/Paese di organizzare presso i propri stand spettacoli per attrarre l'attenzione dei visitatori?

Caselli: Dal punto di vista della comunicazione visiva del marchio e del brand image sono favorevole, ma per quanto riguarda contatti e pubbliche relazioni con i clienti credo che non serva a molto.

Claudio Caselli, responsabile marketing, Rossi Motoriduttori.

readerservice.it n. 63