

DI LAURA GALLI



Trentennale nell'innovazione

Bonino festeggia quest'anno il trentesimo anno di attività. Insieme a Giacomo Rossi, marketing director, vediamo qual è stato il percorso imprenditoriale che ha reso l'azienda punto di riferimento nello sviluppo di soluzioni di orientamento automatico ad alta efficienza e con tecnologie innovative

È un anno particolare il 2009 per la Bonino, società di spicco nel settore dell'orientamento e proprietaria dei marchi Bonino, Feeder Caps e Tecno Vibrazioni. L'azienda festeggia infatti trent'anni di attività, un anniversario molto sentito e l'occasione per ripercorrere, in estrema sintesi, le tappe principali che hanno portato a questo traguardo. "In 30 anni un bambino diventa uomo e

nella stessa maniera la Bonino è cresciuta fino a maturare un'esperienza tale da farla riconoscere dal mercato come un punto di riferimento per chi ha bisogno di orientare pezzi alla rinfusa", esordisce Giacomo Rossi, marketing director della Bonino. E prosegue: "Sono ormai lontani i tempi in cui Giovanni Bonino, fondatore dell'attuale Bonino SpA, ha intrapreso il suo percorso imprenditoriale, ma non è mai cambiata la pragmaticità, la serietà, l'innovazione e la passione che lui e i suoi collaboratori hanno messo e mettono nel loro lavoro". Ciò che è cambiato, come naturale conseguenza delle richieste del mercato, è la struttura organizzativa e il flusso operativo delle commesse. D'altro canto, per l'azienda di Alessandria questa evoluzione si è resa necessaria per soddisfare un mercato sempre più alla ricerca di alte produttività applicate a materiali e prodotti innovativi in dimensione e forma. "La Bonino è oggi una media impresa - sottolinea il manager - che guarda al mercato mondiale come proprio e che quindi deve avere una struttura, unica nel

Thirty years of innovation

2009 is a very special year for Bonino, a leading company within the orientating industry and the owner of the Bonino, Feeder Caps and Tecno Vibrazioni brands. In fact, the company is celebrating thirty years in the business, a very important anniversary and an opportunity to take a brief look back at all the main steps along the way that have led to this achievement. As the company's Managing Director, Giacomo Rossi, explained: "A lot of water has gone under the bridge since Giovanni Bonino, the founder of the homonymous company, set out on his enterprising career, but the pragmatic nature, the seriousness, the innovation and the passion that he and his collaborators have dedicated and continue to dedicate to their work have never changed". One thing that has changed, however, as a natural, knock-on effect of market demand, is the organisational set-up and the operative flow of the job orders. Having said that, these changes, for this Alessandria-based company, were necessary in order to be able to satisfy a market that is constantly looking for increased output in terms of materials and products that are considered to be innovative in both the size and shape. Nowadays, Bonino is a medium-sized company with 120 employees, divided up between 2 factories, and 500 customers. There is a very strong leaning towards internationalisation: "We export all over the world practically - pointed out Giacomo Rossi - resulting in a consolidated annual turnover of just under 20 million Euros. Our commitment is that of taking on board any requests put forward by the market, from both a technical and organisational point of view. Our work is undoubtedly of an industrial nature, but it must be said that what we do is well-rooted in craftsmanship dexterity where technique and, therefore, design are critical starting points when it comes to manufacturing our orientating and loading systems".



suo genere, che sappia ragionare da grande". Con 120 dipendenti su 2 stabilimenti e 500 clienti attivi, è molto viva la vocazione all'internazionalizzazione: "Esportiamo pressoché in tutto il mondo

Giacomo Rossi è
marketing director
della Bonino.

- indica Rossi
- generando
un fatturato
annuo consoli-
dato di poco

meno di 20 milioni di euro. Il nostro impegno è quello di non disattendere alcuna richiesta che provenga dal mercato, sia dal punto di vista tecnico che organizzativo. Il nostro è certamente un tipo di lavoro industriale, ma è innegabile che abbia profonde radici nella manualità dell'artigiano dove la tecnica e quindi la progettazione sono i punti cruciali dai quali partire per realizzare i nostri sistemi di orientamento e di alimentazione".



Impianto di alimentazione per il settore del personal care.

AL PASSO CON I TEMPI

Per mantenere alto il profilo dell'azienda non si può prescindere dalla formazione interna e dall'investimento sui giovani. "In questo modo non disperdiamo l'esperienza e il know-how che l'azienda si è costruita nei primi trent'anni della propria vita. Oggi la prima generazione sta passando la mano alle nuove leve, e i direttori dei dipartimenti della Bonino hanno una media di 35 anni. Uno staff manageriale che può comunque vantare una profonda e più che decennale esperienza nel proprio settore e che sono in grado di cogliere le tendenze del mercato". È un gruppo in grado di capire quale evoluzione il mercato richiede, e soprattutto attento alle nuove frontiere che la tecnologia mette a disposizione. "Oggi parliamo regolarmente di alimentare ben oltre 100.000 tappi al minuto, di cambi formati rapidi per sistemi che lavorino in camera bianca o in condizioni standard, di controllare oltre 30 pezzi al secondo garantendo la bontà del 100% dei pezzi secondo 9 parametri dimensionali o estetici o ancora sistemi di autoripristino per la gestione di problematiche de-

rivanti dal prodotto alimentato e non dal sistema stesso secondo i principi del robust design". Il mercato di riferimento si è evoluto in modo significativo dal punto di vista tecnico e produttivo: si richiedono sistemi semplici e flessibili che siano in grado di orientare un numero maggiore di pezzi per unità di tempo. "A questo, però, si contrappone una richiesta in controtendenza da parte della nostra clientela, ovvero quella di avere dei sistemi sempre più economici che abbiano un return of investment (ROI) sempre più ridotto. Altro punto di sempre maggior importanza è la flessibilità dei nostri sistemi, ovvero la possibilità di riconvertirli a altri pezzi/linee di assemblaggio in tempi e costi contenuti. La sfida non è semplice, ma ci rendiamo conto che questo sia una conditio sine qua non per restare sul mercato e anzi aumentare le quote di vendita. Partendo da questo punto e avendo sempre l'attenzione rivolta agli interessi del mercato, la nostra organizzazione è stata progettata al fine di fornire sempre una risposta completa e esaustiva". Questo vale, in primo luogo, per l'ambito commerciale. Sul territorio

operano 11 tecnici-commerciali il cui lavoro viene coordinato da un direttore tecnico commerciale per gli aspetti tecnici e da un direttore marketing per quelli puramente commerciali. Il servizio post vendita viene svolto da quattro persone che garantiscono la comunicazione nelle cinque maggiori lingue europee, mentre tra i compiti della rete vendita vi sono anche le normali attività di marketing preposte alla promozione del marchio Bonino, Feeder Caps (oltre al vecchio marchio Tecno Vibrazioni che è di esclusiva proprietà della Bonino) presso gli utilizzatori finali. "Non possiamo prescindere dal promuovere il nostro marchio presso coloro che utilizzeranno i nostri sistemi al fine di proporci ai nostri clienti con soluzioni tecnologiche in grado di rispondere alle richieste che i nostri stessi clienti ricevono dal loro mercato - prosegue Rossi. - Siamo in grado di fornire un'ampia gamma di standardizzazione e razionalizzazione laddove le richieste degli utilizzatori finali siano rivolte a ottenere un numero significativo di impianti 'standard' ovvero configurati in modo uniforme ma in grado di alimentare pezzi simili o anche significativamente differenti". In questa delicata fase, il reparto commerciale e il marketing lavorano in stretto contatto con i progettisti, i project manager e il settore ricerca e sviluppo per tutti gli aspetti tecnici e tecnologici.

PROGETTAZIONE

La fase successiva, ovvero la gestione delle commesse da un punto di vista progettuale, produttivo e qualitativo viene svolto da un dipartimento che, seguendo i principi del project management, è in grado di offrire una comunicazione puntuale e precisa ai clienti su tutte le fasi di lavorazione. "L'ufficio progettazione conta 12 progettisti che a brevissimo produrranno il proprio lavoro



Gli ampi spazi all'interno della Bonino.

esclusivamente in 3D. La nostra forza è appunto quella di realizzare i progetti su carta - indica Rossi - trasferirli nei reparti produttivi, ovvero ai nostri fornitori avendo la garanzia che una volta realizzati i particolari e assemblati il sistema offrirà le necessarie garanzie di produzione e efficienza. I tempi ristretti di progettazione e realizzazione, infatti, non ci permettono

nico sia dal punto di vista economico. E questo metodo di lavoro viene applicato anche al controllo qualità delle merci, dei semilavorati in ingresso e al prodotto finito. Spiega Rossi: "I severi controlli in ingresso sulle materie prime, il monitoraggio della qualità nelle fasi di realizzazione dei nostri impianti e soprattutto i collaudi finali interni sono per noi cruciali al fine di raggiungere gli standard auto-certificanti di buona qualità. Per raggiungere questi obiettivi lavoriamo con attenzione e costanza proprio perché sappiamo che il successo dei nostri impianti determina anche il successo dei nostri clienti, dei loro impianti, linee di produzione o di assemblaggio".

LA GAMMA PRODUTTIVA

Il Gruppo Bonino è uno dei pochi a offrire al proprio mercato soluzioni di alimentazione attraverso la vibrazione, i sistemi meccanici, i sistemi visivi, i sistemi elevatori gravitazionali. Il portafoglio prodotti conta anche i sistemi a valle e a monte, quindi banchi di sostegno, tramogge, elevatori, canali lineari ad aria o a vibrazione, quadri elettrici. Il tutto è progettato all'interno e realizzato quasi esclusivamente

presso l'azienda. A tal proposito, l'ultima realtà nata è la Bonino Works, società del gruppo che si occupa della progettazione ed esecuzione di elevatori e tramogge, di particolari meccanici di precisione, di preassemblaggi, oltre alle lavorazioni di piega, taglio laser su inox, lamiere e alluminio. "Secondo la nostra visione - spiega Rossi - questi risultati sono raggiungibili accentrandoci al nostro interno tutte le lavorazioni meccaniche in modo da poter contare su semilavorati 'standard', progettazioni dedicate, esecuzioni a regola d'arte. Questo non significa che i nostri fornitori non siano alla nostra altezza, né la volontà di ritornare al 'Fordismo', ma piuttosto il frutto di un'analisi critica sulle tendenze del mercato nel breve e medio termine. Infatti non possiamo o dobbiamo limitare la nostra visione all'attuale momento di stagnazione del mercato mondiale, ma dobbiamo attrezzarci per essere in grado di scattare quando il mercato riprenderà la sua corsa. Il progetto che abbiamo messo a punto è infatti sufficientemente flessibile per passare l'attuale momento e in grado di esprimere il meglio di se non appena le condizioni economiche riprenderanno a tirare".

readerservice.it - Bonino n.44



Un esempio dei prodotti lavorati dalla Bonino.

di lavorare attraverso ottimizzazioni successive in officina, ma ci spingono a progettare al meglio fin dal kick off meeting; per questa ragione l'inizio della progettazione è rappresentato da un profondo studio di fattibilità supportato, laddove necessario, da test pratici in grado di simulare il processo di selezione". Questo approccio è tipico di chi possiede un know-how di alto livello ed è supportato da una lunga esperienza. I vantaggi sono particolarmente importanti sia dal punto di vista tec-