

Il bilancio è positivo



La Hannover Messe si conferma una vetrina internazionale di grande importanza, ma risente degli effetti della crisi economica. Diminuisce il numero dei visitatori, ma cresce la loro qualità e interesse, a tutto vantaggio delle aziende che hanno deciso di investire esponendo. Considerazioni e giudizi a confronto

210.000 visitatori, il 25% stranieri. Di questi il 70% provenienti da Paesi dell'Europa, nell'ordine Olanda, Austria, Belgio, Danimarca, Italia; il 20% dall'Asia, in particolare dall'India, e oltre il 7% dalle Americhe. Gli espositori sono stati 6.150 di 61 nazioni per una superficie occupata di 225mila metri quadrati. Circa la metà degli espositori erano stranieri, in particolare italiani, cinesi, sud coreani, turchi e indiani. Oltre 4.000 le novità esposte.

Questi sono i numeri ufficiali che sintetizzano l'ultima edizione della Hannover Messe, che si è svolta dal 20 al 24 aprile, in piena crisi economica. Che gli effetti della difficile congiuntura si

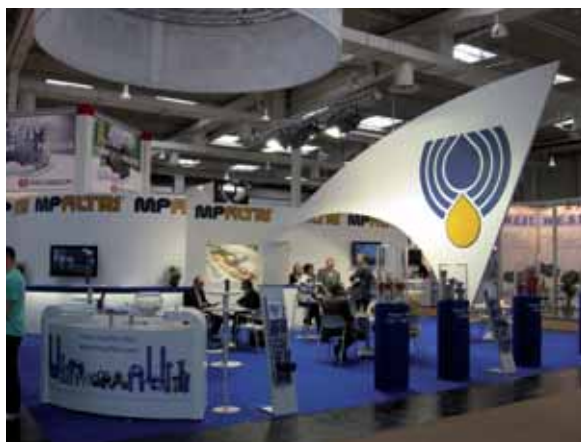
siano fatti sentire è indubbio: basta esaminare l'andamento delle iscrizioni e le modalità di partecipazione della maggior parte delle aziende, ma il tracollo temuto di espositori e di visitatori non c'è stato.

Per il presidente della Deutsche Messe, Wolfram von Fritsch: «Gli espositori hanno dimostrato che la forza di innovazione dell'industria non segna battute di arresto.

Anziché indugiare sulla crisi e sulle sue cause, in fiera si sono cercate soluzioni percorribili per uscire dalla crisi. Considerate le drastiche misure di riduzione dei viaggi adottate da molte aziende, i numeri dei visitatori superano chiaramente

te le nostre aspettative: espositori e visitatori sanno quali sono i punti di forza della Hannover Messe. La sua multisetorialità, il suo mercato profilo internazionale, la varietà e l'attualità delle tematiche che essa affronta ne fanno un appuntamento irrinunciabile per molte aziende».

Anche le associazioni tedesche di settore tracciano un bilancio positivo: «In fiera si respirava un clima di fiducia tra i costruttori tedeschi di macchine e impianti - nonostante la difficile situazione di alcuni settori della meccanica - riferisce Hannes Hesse, direttore generale dell'Associazione Costruttori Tedeschi di Macchine e Impianti (Vdma) - la Hannover Messe ha confermato il suo ruolo



«La fiera rimane sempre una manifestazione importante di riferimento del settore, anche se il periodo di crisi internazionale che stiamo tutti vivendo ha avuto dei riflessi sulla stessa» è il commento di Agostino Gagliardi, advertising manager di Bonfiglioli, che aggiunge: «È particolarmente positivo aver puntato sulle energie alternative che hanno richiamato molti visitatori».

«Nel complesso una edizione qualitativamente buona con



di barometro congiunturale».

Anche l'Associazione centrale dell'Industria Elettronica ed Elettrotecnica (Zvei) esprime un giudizio analogo: «In fiera si respirava un clima decisamente migliore di quello che è il quadro dell'industria elettrica, afferma Friedhelm Loh, presidente della Zvei. «I colloqui che i nostri associati hanno avuto durante la Hannover Messe con clienti e operatori interessati sono stati tutti di alto profilo.

Per questo riteniamo fondata la speranza che si arrivi a toccare in fretta il fondo della crisi e che nella seconda metà del 2009 si possano già cogliere i primi segni di una ripresa».

Pareri a confronto

Per Daniele Marconi di Metal Work: «Considerando le aspettative pessimistiche con le quali ci siamo preparati a questa manifestazione, possiamo affermare che il bilancio è stato meno negativo di quanto ci si potesse aspettare. Sia il numero degli espositori che dei visitatori è stato complessivamente all'altezza di questa manifestazione e quindi il bilancio finale è da considerarsi positivo».

Anche Marco Camozzi della Camozzi ha visto la fiera «complessivamente meglio delle aspettative».

qualche contatto interessante - è la valutazione di Giorgio Beretta, direttore vendite estero di MP Filtri. Per noi è stato un importante meeting point perché abbiamo in un solo luogo e in pochi giorni incontrato interlocutori che non incontriamo molto spesso».

L'aspetto negativo evidenziato da Marco Camozzi «è stata la poca affluenza di stranieri. Per contro è cresciuto il numero di visitatori locali che hanno mostrato grande interesse nei nostri prodotti/servizi. Le nostre proposte erano principalmen-



te focalizzate su nuovi prodotti con alto contenuto tecnologico».

Anche per Beretta la fiera si conferma «fondamentalmente europea, allargata a est, con una buona presenza di scandinavi, italiani e qualche russo. Di americani e canadesi non se ne sono visti perché sicuramente preferiranno andare al Conexpo di Las Vegas, e gli asiatici andranno sicuramente al PTC di Shanghai e gli indiani alla MDA



Bene la collettiva, ma non solo

Giorgio Beretta, presidente Assofluid

Progettare: Presidente Beretta i timori del pre-fiera circa una fiera sotto tono hanno trovato conferma nell'andamento della manifestazione?

Beretta: Per dare una risposta equa e corretta sotto tutti i punti di vista, scinderei la risposta in due. Da un punto di vista puramente numerico, il calo di visitatori c'è sicuramente stato. Essendo stato in fiera per tutta la durata, la differenza "numerica" di visitatori si è potuta facilmente notare. Tuttavia, analizzando il tutto alla luce dello scenario industriale mondiale odierno in cui l'evento si è svolto, ritengo che tale calo non sia poi così drammatico. Le assenze, per il contesto appena accennato, erano legittimamente previste, ma la presenza è stata comunque significativa oltre che, e qui stanno a mio avviso le note positive, altamente qualificata a livello professionale. Questo significa che se si è dovuto (giustamente) risparmiare, lo si è fatto da un punto di vista quantitativo e non qualitativo. Le aziende possono aver attuato una scelta più mirata del personale da inviare ma, cosa più importante, non hanno rinunciato a essere presenti. Se permettete questo è un punto estremamente confortante, perché significa che, con tutti i limiti del caso, il sistema non si è fermato, ma continua a girare e probabilmente sta imparando anche a risparmiare e ottimizzare quando necessario. In definitiva penso che il settore sia solido, le aziende fanno fronte comune e, sono sicuro, da questa esperienza usciranno ancora più forti e temperate. Il calo, in questo contesto, appare quindi come un fattore ampiamente previsto, ma le aziende ci sono, risparmiano, proseguono nel loro (non facile) cammino. Questo, almeno, non può che infondere un cauto e velato ottimismo.

Progettare: Qual è il bilancio della partecipazione di Assofluid alla Hannover Messe?

Beretta: Molto positivo. Lo spirito della collettiva si è rivelato ancora una volta vincente. Si è visto un senso di appartenenza delle aziende partecipanti molto elevato e una presenza di visitatori presso la collettiva stessa molto buona. Per quanto riguarda l'Associazione, sono stati distribuiti oltre 300 repertori associativi in versione cartacea e Cd-rom, stabiliti diversi contatti e notevole successo hanno ottenuto i manuali di oleidraulica e pneumatica, a dimostrazione della immagine internazionale che l'associazione sta sempre più consolidando anche a livello tecnico e formativo. I contatti con altre Associazioni ed Enti è stato sempre all'insegna dello scambio di informazioni e richiesta di cataloghi, sintomo che l'interesse verso Assofluid si consolida sempre più. Da questo punto di vista, direi che siamo sulla buona strada.



Progettare: Qual è il giudizio delle aziende che hanno dato vita alla collettiva italiana nei confronti dell'iniziativa stessa e della Hannover Messe?

Beretta: Positivo, come detto, per la collettiva. Più critico per il numero di visitatori che è stato inferiore alle edizioni precedenti. C'è stata la sensazione che anche l'Hannover Messe, come tutti sappiamo la più importante fiera di settore a livello europeo, si sia rivelata una cartina di tornasole perfettamente rispondente alla situazione di ristagno globale e se il detto "mal comune mezzo gaudio" può a volte sembrare di consolazione, un po' di preoccupazione è ovviamente trapelata. Tuttavia è emersa ancora una volta la voglia di fare fronte comune alla situazione attuale, reagire positivamente e costruttivamente alla crisi. In questo senso la collettiva è stata davvero un evento apprezzato da tutti, evento che, come consuetudine, cercheremo di migliorare costantemente. Ci terrei, in questo senso, a ringraziare tutte le aziende che hanno partecipato e lo staff Assofluid presente che ha svolto un ruolo davvero prezioso di raccordo.

Progettare: Nell'ambito degli incontri con i presidenti delle associazioni che fanno capo al Cetop, quali considerazioni sono emerse?

Beretta: Durante le riunioni del President Council in seno al Cetop è stata confermata la situazione sfavorevole sia a livello di fatturato che di portafoglio ordini delle aziende, trend ampiamente (e purtroppo) consolidato sia a livello europeo che internazionale. Nonostante tutto, anche durante queste riunioni, la partecipazione di espositori e visitatori è stata valutata come una ulteriore volontà di superamento della congiuntura, con tempi naturalmente non prevedibili. L'auspicio, emerso anche nel corso del Comitato Internazionale Statistiche potenza fluida, che non ha fatto che confermare "numericamente" quanto emerso, è quello di ritrovarsi al prossimo President Council, previsto a Milano nel 2010, definitivamente fuori dalla crisi.

Progettare: Quali previsioni si possono fare circa l'andamento 2009 del settore oleidraulico-pneumatico?

Beretta: Rispondere a questa domanda significherebbe davvero possedere la sfera di cristallo. Al di là della battuta, anche non avendo dati al riguardo, non è difficile prevedere che il trend sarà purtroppo negativo e il bilancio di fine anno segnerà naturalmente ancora un segno meno rispetto al precedente. Volenti o nolenti la situazione è questa e nascondersi dietro un dito non servirebbe o gioverebbe a nulla e a nessuno. Al momento non esistono fattori o dati che possano servire da guida e garantire certezze circa una ripresa degna di tale nome. Per quanto ci riguarda, non resta che perseverare sulla strada intrapresa: servizi e supporto ai soci.

Contatti interessanti

Giorgio Crepaldi, marketing manager, Festo

Progettare: Come giudica complessivamente questa edizione della Hannover Messe?

Crepaldi: Nonostante la crisi dell'economia mondiale, l'annuale edizione della fiera di Hannover si è conclusa positivamente per Festo. La superficie del nostro stand è stata ridotta del 50% e la presenza del personale di servizio diminuita di circa il 40%: ciononostante, abbiamo registrato un calo di solo il 10% delle visite rispetto alle precedenti edizioni e, ancora più interessante, è aumentata la percentuale dei contatti con funzione 'decision maker'.

Progettare: C'è qualche aspetto della fiera che vuole sottolineare?

Crepaldi: Molti e tutti positivi. Ad esempio, l'elevato livello di interesse riservato alle nostre novità presentate in fiera (in percentuale +46% rispetto all'edizione precedente e quasi tutte riferite alla tecnologia elettrica): una per tutte, le molteplici soluzioni oggi possibili con il nuovo Tripode biotecnologico, per le quali Germania e India hanno già ricevuto richieste di applicazioni. Poi, la volontà riscontrata in tutti di guardare al futuro e alle più innovative tendenze per progetti a medio-lungo termine. Ancora, tutti i visitatori riconoscono che Festo è oggi partner affidabile per soluzioni di automazione sia pneumatiche che elettriche. Tantissime, infine, le visite organizzate al nostro stand da parte di operatori stranieri, oltre alla Korea, paese partner di Fiera Hannover 2009. Last but not least, la visita congiunta della cancelliera Angela Merkel e del primo ministro coreano ha aggiunto prestigio ed elevata visibilità al nostro marchio e ai nostri prodotti.

Progettare: Qual è il bilancio della partecipazione di Festo?

Crepaldi: La nostra area Bionic Learning Network, riservata alla tecnologia che si ispira ai modelli esistenti in natura, e in particolare gli attrattivi modelli AirPenguin e AquaPenguin, hanno ottenuto l'attenzione, oltre che del grande pubblico, di numerosi media e agenzie di stampa: 150 riprese TV, 50 notizie radio, oltre 40 articoli su quotidiani.

Progettare: Su quali proposte Festo ha focalizzato la partecipazione?

Crepaldi: Quattro i temi principali presentati in fiera: mechatronic motion solutions: soluzioni uniche di tecnologia pneumatica, elettrica o ibrida; valvole e unità di valvole: nuove funzioni integrate di diagnosi e sicurezza provano la nostra competenza tecnologica; pneumatica standard e a norme: sempre all'avanguardia con spunti interessanti sia tecnici che economici; Bionic Learning Network: il nostro impegno nella ricerca, sempre ispirato dalla natura.

Progettare: Sono emersi nell'ambito della fiera i tanto attesi segnali di ripresa?

Crepaldi: Se teniamo conto dell'elevato numero di richieste di offerta e/o di ulteriori contatti registrati in fiera, speriamo, e ci auguriamo, che i nostri tecnici di vendita in tutto il mondo possano a breve trasformare queste richieste in ordini concreti e portare quella crescita di fatturato di cui abbiamo tutti bisogno.



di Mumbai».

Per Gagliardi: «Il bilancio della partecipazione della Bonfiglioli è complessivamente positivo: abbiamo ricevuto molti contatti, la nostra presenza si è dimostrata giustificata».

Anche per Camozzi tutto sommato il bilancio è positivo: «rimane solo da vedere se l'interesse mostrato verso la nostra azienda si tramuterà in business per il futuro».

«Per la nostra società che opera direttamente sul mercato tedesco con una propria filiale - precisa Marconi - è stata l'occasione per consolidare i rapporti commerciali con i clienti esistenti e, attraverso la presentazione di importanti novità, anche di allacciarne di nuovi. Possiamo affermare che rispet-

Risultati da verificare

Emanuele Morandi, direzione commerciale Italia, Pneumax

Progettare: Come giudica complessivamente questa edizione della Hannover Messe?

Morandi: Questa edizione della Hannover Messe è stata migliore di quanto non ci si potesse realisticamente aspettare in considerazione della congiuntura economica attuale, ma sotto tono rispetto alle edizioni precedenti a conferma di quanto già emerso nelle fiere nazionali. Ha inoltre evidenziato ulteriormente il progressivo e rapido spostamento verso la mecatronica a discapito della pneumatica pura.



to ad altre edizioni della fiera, nelle quali si era puntato più sul numero dei visitatori, questa manifestazione si è caratterizzata sulla qualità dei contatti. In pratica anche considerando che ogni società è alla ricerca del contenimento dei costi, chi è venuto in fiera non ha fatto per fare una passeggiata, ma perché animato da reali intenti di business. Questo aspetto lo si è visto durante tutti i giorni della manifestazione e alla fine ci ha dato la possibilità di trarre importanti segnali di interesse verso la nostra società anche da parte di grossi gruppi industriali presso i quali eravamo totalmente assenti».

Secondo Beretta: «Il bilancio complessivo della partecipazione di MP Filtri è positivo, in particolare devo registrare una grande soddisfazione dei colleghi della filiale tedesca che hanno riscontrato un movimento estremamente interessante di potenziali clienti importanti».

Unanimi le considerazioni circa la ripresa.

Per Marconi: «Non crediamo che da una fiera che si svolge nel pieno di una crisi globale senza precedenti ci si possa attendere un segnale chiaro di ripresa, ma certamente abbiamo notato da parte di tutti gli operatori una grande voglia di superare questo momento e tornare per lo meno a una certa normalità».

«Non me la sento di affermare che la crisi è alle spalle - commenta Camozzi - comunque ho visto meno negatività».

Per Gagliardi e per Beretta: «Purtroppo non sono emersi segnali di ripresa».

«Le previsioni 2009 del manager della MP Filtri sono di un drastico calo del fatturato, in linea con

Oltre le aspettative

Karl Tragl, executive vice president sales, Bosch Rexroth.

Progettare: Come giudica complessivamente questa edizione della Hannover Messe?

Tragl: L'Hannover Messe è l'appuntamento mondiale per eccellenza per quanto riguarda il settore dell'automazione industriale e anche quest'anno, in un periodo di grave crisi economica, la fiera si è confermata un momento importante e ha dimostrato chiaramente

che la comunità industriale è decisa a superare le sfide che è chiamata a fronteggiare.

Progettare: Qual è il bilancio della partecipazione della Bosch Rexroth?

Tragl: Da oltre 60 anni la fiera di Hannover rappresenta per Bosch Rexroth una piattaforma unica per confrontarsi con i propri clienti e con i potenziali. La fiera è andata oltre le nostre aspettative: i contatti allo stand, che è stato visitato anche dal cancelliere Angela Merkel, sono stati numerosi e soprattutto ha riscosso successo tutta la zona dedicata all'energia efficiente e all'automazione di fabbrica. Inoltre circa un terzo dei contatti sono stati esteri.

Progettare: Su quali proposte ha focalizzato la partecipazione?

Tragl: Quest'anno Bosch Rexroth ha puntato l'attenzione principalmente su tre aree: efficienza energetica, sicurezza ed expertise nei controlli. I costruttori di macchine richiedono oggi l'attuazione di questi requisiti più in fretta possibile per restare competitivi nel mercato. Durante periodi economico-finanziari difficili la pressione e la necessità di razionalizzare certi processi diventa importante in tutti i settori industriali. Per quanto riguarda le applicazioni più richieste, sono emersi i settori Handling & Assembling, Macchine utensili, Presse, Automotive ed Energia eolica.

Come dimostrato ampiamente durante la fiera di Hannover, Bosch Rexroth soddisfa i bisogni di un'intera linea di produzione - dalle energie rinnovabili e le applicazioni mobili fino alle applicazioni industriali e all'automazione di fabbrica. La fiera di Hannover del 2009 assicurerà il nostro business di domani.



Progettare: C'è qualche aspetto della fiera che merita di essere sottolineato?

Morandi: A mio avviso uno degli aspetti positivi di questa edizione è stato il tentativo, sembra riuscito, di coinvolgere i giovani con formule interessanti come il campionato di calcio dei robot che, per quanto possa sembrare banale, sembra essere stato un ottimo modo di avvicinare i progettisti di domani a un mondo dinamico e in via di continuo sviluppo come quello della mecatronica.

Progettare: Qual è il bilancio della partecipazione di Pneumax?

Morandi: Dipende da come si guardano i risultati ottenuti e i costi sostenuti per raggiungerli. Dal punto di vista dell'interesse dimostrato dal pubblico e dei contatti ricevuti siamo rimasti abbastanza soddisfatti, anche se eventuali risultati concreti si vedranno solo in un futuro prossimo. Di contro, se si analizzano, anche superficialmente, i costi sostenuti potrebbe venire spontaneo sostenere che l'investimento economico non sia giustificato.

Progettare: Su quali proposte ha focalizzato la partecipazione?

Morandi: La partecipazione è stata improntata principalmente sulla presentazione dei nuovi prodotti e come momento d'incontro con la rete commerciale estera.

Progettare: Sono emersi nell'ambito della fiera i tanto attesi segnali di ripresa?

Morandi: Come detto in precedenza l'evento è stato parzialmente positivo, è però difficile poter parlare di segnali concreti di ripresa. La difficoltà nell'ottenere liquidità, le problematiche nel far rispettare le scadenze finanziarie da parte dei clienti e l'ombra dei fallimenti sono stati argomenti ricorrenti negli incontri con le persone contattate. Purtroppo, al momento attuale, in molti casi l'incertezza generale prevale sull'ottimismo.

le rilevazioni di Assofluid e a conferma delle nostre quote di mercato».

Alla base del successo

13 saloni leader svoltisi in contemporanea hanno proposto una panoramica trasversale dell'intero mondo dell'industria – dall'automazione industriale e dalla tecnica dell'azionamento all'energia, alla subfornitura, a ricerca & sviluppo. Il tema conduttore "Efficienza energetica nei processi industriali" era al centro dell'attenzione in tutti i padiglioni, dove i visitatori hanno potuto



valutare idee eccellenti per un impiego efficiente delle risorse, e prodotti e processi ad efficienza energetica.

Oltre al consumo energetico industriale, al centro dell'attenzione della Hannover Messe c'era anche la produzione sostenibile di energia: con 156 espositori, il nuovo salone Wind ha debuttato con successo imponendosi da subito come piattaforma centrale per il crescente settore dell'energia eolica. Affiancando questo nuovo appuntamento ai saloni Energy (produzione di energia convenzionale e rinnovabile) e

Impegno apprezzato

Renè Will, direttore Corporate Communication, SEW-Eurodrive.

Progettare: Prima di tutto un riconoscimento a SEW per aver investito sulla fiera raddoppiando le dimensioni dello stand rispetto all'edizione precedente. Come giudica complessivamente questa edizione della Hannover Messe?

Will: Beh, raddoppiato non proprio. Certo il nostro stand era decisamente più grande della scorsa edizione, e non a caso. Le novità da presentare erano molte e Hannover è da sempre un'ottima vetrina. Nonostante la congiuntura, giudichiamo questa edizione della HM di successo, sotto il profilo economico. Complessivamente quest'anno ci sono stati 210.000 visitatori, ovvero 10.000 in più dello scorso anno. Anche noi in SEW-Eurodrive possiamo confermare questa crescita di visitatori, e oltretutto la qualità dei colloqui è stata eccezionale. Sembra quasi che i visitatori abbiano voluto dedicarci del tempo per prepararsi ai futuri investimenti.

Progettare: C'è qualche aspetto della manifestazione che vuole sottolineare?

Will: Chi ci ha creduto, nella fiera intendo, investendo in nuovi prodotti, nel marketing e nello stand, è stato premiato dall'elevato numero di visitatori e da una buona visibilità. Purtroppo molte aziende invece si sono tirate indietro ancora prima dell'evento, durante i preparativi, e hanno pianificato la loro presenza senza crederci veramente. Proprio durante la fiera si è ribadito in più occasioni quanto siano importanti le innovazioni per mettere in moto lo sviluppo industriale dell'occidente, e noi siamo pienamente d'accordo – come dimostra il nostro stand. A riprova di questa tendenza è il forte accento che è stato posto sull'innovazione, da tutti in generale e in particolare da noi in SEW-Eurodrive. Proprio nel campo della tecnica di azionamento.



Progettare: Qual è il bilancio della partecipazione della SEW?

Will: Il cancelliere tedesco Angela Merkel ha visitato lo stand SEW-Eurodrive durante la tradizionale visita inaugurale dei padiglioni della Fiera di Hannover. Questo è stato un importante riconoscimento per la nostra azienda, che si colloca tra i principali esponenti nella tecnologia degli azionamenti e nel risparmio energetico.

Il delicato momento congiunturale non sembra influire in modo significativo sulle politiche aziendali e SEW continua a crescere sia in termini di aree produttive che di occupazione. Prima dell'estate è infatti prevista l'inaugurazione del nuovo stabilimento per la produzione di Industrial Gear, proprio a pochi passi dal quartier generale, per essere vicini ai clienti e rispondere con rapidità alle loro richieste.

Progettare: Secondo lei nell'ambito della fiera sono emersi i tanto attesi segnali di ripresa?

Will: Diciamo che a nostro avviso la risposta sta nell'elevato numero di visitatori. In buona sostanza è

come se le aziende, in attesa di tempi migliori, si stiano già preparando e che abbiano colto l'opportunità della fiera per predisporre i futuri investimenti. Un indizio significativo è dato dall'elevato interesse sia per i nostri prodotti standard, sia per le soluzioni più tecnologiche. Ad esempio i sistemi servo e i decentralizzati, che abbiamo suddiviso in due grandi gruppi in funzione della destinazione d'uso. Stiamo parlando di pacchetti di azionamenti "ready-to-use" concepiti per determinati impieghi (Variolution) o di soluzioni specifiche create sulla base delle esigenze del cliente (Maxolution). Nel secondo caso, pur non realizzando impianti completi, offriamo soluzioni "chiavi in mano", ad es. nella logistica. Ma anche il tema efficienza energetica è tra i più gettonati tra i visitatori. Qui le richieste non si contano. E dato che risparmio energetico alla fine significa anche risparmio economico, proclamarsi "ecologici", a favore dell'ambiente, ha i suoi vantaggi.

Una partecipazione tutta al femminile

Ulrich Boelcke, responsabile marketing, Wittenstein

Progettare: Come giudica complessivamente questa edizione della Hannover Messe?

Boelcke: Dovendo tirare le somme di quest'ultima edizione di Hannover Messe, direi che l'evento è andato abbastanza bene, visto il particolare momento che stiamo attraversando a livello mondiale.

La crisi che stiamo vivendo si è sentita anche in fiera, dove diversi espositori hanno acquistato spazi più limitati e abbiamo notato un flusso minore di visitatori. Questo però ha determinato visite ben più mirate, con visitatori molto interessati a reperire informazioni. Noi, ad esempio, abbiamo ottenuto il doppio dei contatti rispetto al 2007 e ci auguriamo diventino presto ordini. Abbiamo notato anche molti studenti nei padiglioni e questo ci fa piacere perché saranno gli ingegneri, i tecnici e i professionisti commerciali di domani.

Progettare: C'è qualche aspetto, positivo e/o negativo, della manifestazione che vuole sottolineare?

Boelcke: Tra gli aspetti positivi va senz'altro sottolineata l'ottima organizzazione dell'evento e la qualità dei convegni. Tra l'altro, nonostante il numero di visitatori non fosse ai livelli delle scorse edizioni un aspetto che ci ha colpiti positivamente è stata l'affluenza: ci aspettavamo più disdette e meno visitatori.

Certo dovremo aspettare i prossimi mesi per vedere se ci saranno effetti: al di là dell'aspetto comunicativo e di punto di incontro con il cliente, la fiera deve essere un mezzo per acquisire nuovi contatti.

Dovendo segnalare qualcosa di negativo, ancora una volta i costi per i servizi fieristici e la superficie espositiva si sono rivelati molto alti.

Progettare: Qual è il bilancio della partecipazione della Wittenstein?

Boelcke: La partecipazione di quest'anno alla fiera per noi è stata sicuramente positi-



va. Ci siamo presentati con uno stand nuovo, all'avanguardia, come sono le nostre soluzioni. Per noi è stato il momento ideale non solo per esporre le novità di prodotto, ma per trasmettere una nuova immagine alle nostre soluzioni attraverso il concetto che "La tecnologia diventa femminile". Mi spiego.

Accanto ai puri dati tecnici, abbiamo voluto mettere in risalto le caratteristiche in un certo senso "femminili" quali la sostenibilità, il sentire e comunicare emozioni, il design, con l'obiettivo di integrare aspetti maschili e femminili nel prodotto per poter sviluppare le migliori soluzioni per i clienti.

Il personale sullo stand era interamente femminile. Un team in grado di fornire spiegazioni, consigliare e dimensionare le nostre soluzioni, che è risultato vincente.

Inoltre molte personalità ci hanno fatto visita. Ne ricordiamo due: il cancelliere tedesco Angela Merkel e il ministro dell'economia Karl-Theodor Freiherr.

Progettare: Su quali proposte ha focalizzato la partecipazione?

Boelcke: A livello di prodotti e soluzioni presentate, abbiamo focalizzato l'attenzione sul restyling dei nostri storici riduttori SP+ e TP+, che ha permesso un aumento delle prestazioni fino al 25% e un'altissima densità di potenza. Più in generale abbiamo voluto sottolineare l'importanza dell'efficienza energetica, spiegare al cliente che siamo sensibili a questa tematica e ci impegniamo a proporre prodotti, componenti e sistemi in grado di garantire un risparmio energetico.

Abbiamo ribadito il concetto che noi siamo fornitori di soluzioni complete e che vogliamo contribuire al successo dei nostri clienti, non solo con prodotti eccellenti, ma anche con servizi, garanzia e consulenza.

Progettare: Sono emersi nell'ambito della fiera i tanto attesi segnali di ripresa?

Boelcke: Il clima era senz'altro positivo e anche Angela Merkel, durante il suo intervento sullo stand, è parsa ottimista sulla ripresa. Ma per i veri segnali dobbiamo attendere qualche tempo: gli ordini sono ancora a un livello piuttosto basso.

Power Plant Technology (pianificazione, costruzione e gestione di centrali elettriche) gli organizzatori hanno offerto il quadro d'insieme del mix energetico del futuro.

Paese Partner della Hannover Messe 2009 è stata la Repubblica Coreana, che ha suscitato notevole attenzione con una importante presenza nei settori dell'automazione industriale, dell'energia, della tecnica dell'azionamento e della subfornitura.

210 espositori hanno proposto le loro soluzioni in queste aree stabilendo anche nuovi contatti di business o rafforzando quelli già in essere. Può valere per tutti l'esempio del Memorandum of Understanding (MOU), sottoscritto tra il Forschungszentrum Jülich e il Korea Institute of Energy Research (KIER). In funzione di questo accordo in futuro i due istituti collaboreranno nella ricerca sulle celle a combustibili.

readerservice.it

Bonfiglioli	n. 62
Bosch Rexroth	n. 63
Camozzi	n. 64
Festo	n. 65
Metal Work	n. 66
MP Filtri	n. 67
Pneumax	n. 68
Sew-Eurodrive	n. 69
Wittenstein	n. 70