



Due marchi per correre

Kennametal ha riunito tutti i suoi brand in due portafogli: Widia Products Group e Kennametal Products Group che staranno sul mercato separatamente, il primo avrà una posizione primaria nel canale distributivo e il secondo sarà venduto sia direttamente sia da rivenditori selezionati. L'obiettivo? Dare più sprint al business

di Daniele Pascucci

Kennametal ha annunciato, nella cornice della EMO di Milano, il trasferimento di tutti i suoi marchi di prodotti e servizi in due portafogli: Widia Products Group e Kennametal Products Group. Widia Products Group comprende ora i marchi Widia, Hanita, Rübìg, Manchester, Clapp-DiCo, Greenfield Tap & Die e Circle; i sistemi KM ed Erickson saranno disponibili sia nel Products Group di Kennametal sia di Widia.

“Questa nuova organizzazione fornisce alle aziende di tutto il mondo un imponente flusso di innovazione, prodotti e servizi - commenta Bernie McConnell, vice presidente di Widia Pro-

ducts Group and Services -. Il nuovo assetto sta accrescendo la diffusione sia dei prodotti Widia nel Nord America sia dei prodotti Kennametal in Europa e in Asia: i clienti del settore metalmeccanico trarranno beneficio da un'organizzazione più semplificata in grado di fornire i prodotti e i servizi più innovativi per le loro esigenze”.

Ciascun portafoglio sarà messo sul mercato separatamente. Il Widia Products Group avrà una posizione primaria nel canale distributivo mentre quello di Kennametal sarà un marchio diretto, commercializzato anche da rivenditori selezionati. I marchi come Manchester, Clapp-

DiCo, Circle e Rübìg, conosciuti principalmente nei mercati locali, saranno ora disponibili in tutto il mondo, attraverso i rivenditori Widia, con i nomi di Widia-Manchester, Widia-Circle ecc.

Per i clienti attuali di Widia e Kennametal i codici di catalogo e le denominazioni degli utensili non cambieranno ma si troveranno nuove confezioni e nuovi cataloghi. "Gli utilizzatori dei nostri prodotti - afferma McConnell - possono continuare a trarre vantaggio dalle custom solution per applicazioni speciali; i servizi Widia come la supply-chain, ad esempio, sono in grado di elaborare processi di riduzione dei costi puntando sulla disponibilità degli utensili, sui tempi di installazione ridotti e sul tracking del prodotto".

Comunicare le novità. Passare da una quarantina di marchi a solo due non è stata, come si può immaginare, una operazione facile: ci sono voluti mesi di duro lavoro per mettere a punto una vasta offerta e declinarla all'interno di organizzazioni, strutture, linee di prodotto, cataloghi e così via. E c'è stata anche una vasta operazione di confronto: esterno con i clienti e i partner, e interno per superare comprensibili attaccamenti al proprio marchio e giustificatissimi moti di orgoglio per una storia tecnologica lunga e variegata.

Alla fine del processo però il risultato sembra avere convinto tutti dato che i vantaggi di un assetto più snello e una semplificazione della presentazione dei prodotti hanno intrinsecamente un valore di maggiore efficienza che si traduce inevitabilmente in un più fluido scorrere del business.

Bernie McConnell,
vice presidente di
Widia Products
Group and
Services.



Una scelta giusta

La scelta di Kennametal di raccogliere tutti i propri portafogli sotto due marchi solamente, rappresenta senza dubbio un'importante scelta strategica.

Abbiamo rivolto alcune domande a **Paul J. DeMand**, vicepresidente di Kennametal Inc. e presidente del Metalworking solutions and services group (MSSG) di Kennametal.



Quali sono le ragioni del cambiamento che avete attuato?

"Storicamente Kennametal era caratterizzata da un vastissimo portfolio e da un intreccio di strategie molto complesso: 40 marchi e 40 cataloghi che creavano affollamento e confusione sul mercato; è stato necessario fare di Kennametal Widia un'azienda più semplice sia per i clienti sia per noi all'interno".

Vista la crisi, non crede che questo sia un momento sbagliato per fare questa operazione?

"Noi riteniamo che sia il momento migliore: quando gli affari vanno bene è difficile fare grossi cambiamenti di strategia, ma non si tratta di un salto nel buio; Widia ha 83 anni di storia, Kennametal 80, con la forza che ci deriva da questo patrimonio di esperienze siamo sicuri di avere davanti a noi una stagione di ulteriori successi".

Qual è il vostro posizionamento sul mercato europeo?

"Siamo al secondo posto dietro a Sandvik, anche se dipende sempre in base a quali fattori si calcola la posizione. L'Europa è per noi un'area che presenta ancora grandi opportunità e posso assicurare che non staremo fermi a dormire sugli allori: vogliamo incrementare le nostre quote di mercato".

Avete in mente di fare qualche acquisizione?

"Sì, la recessione economica crea molte opportunità per fare acquisizioni strategiche e ci stiamo guardando intorno; se ci sarà la possibilità, attraverso un'acquisizione, di rendere un servizio migliore ai nostri clienti, la realizzeremo".

Per espandervi punterete sul prezzo o sulla qualità?

"Sulla qualità, come sempre: nei nostri prodotti è presente un altissimo tasso di tecnologia accanto a soluzioni di engineering raffinate ed è questa la nostra forza. Da uomini d'affari dobbiamo sapere che il prezzo deve essere ragionevole ma quel che conta di più per competere è la qualità".

Come vede il mercato degli utensili da taglio nel prossimo futuro?

"Il mondo ha ancora un grande bisogno di produrre e di svilupparsi, ci sono enormi mercati che devono ancora esprimere tutte le loro potenzialità, ad esempio Cina, India, Brasile, Russia, quindi credo che il mercato crescerà e ci sarà sempre più bisogno di tecnologia avanzata in tutti i settori e anche nel nostro. Le opportunità ci sono e saranno sfruttate a livello globale da due o tre player mondiali: noi saremo fra questi sicuramente".

Imprese & Mercato

Adesso che i nuovi assetti sono pienamente operativi, è partita una massiccia campagna di comunicazione che investe le più autorevoli riviste specializzate di tutto il mondo. Gli headquarter di Latrobe (Pennsylvania) attribuiscono una grande importanza alla campagna pubblicitaria. "Questa iniziativa rappresenta un approccio promozionale ad ampio raggio che non solo farà aumentare la domanda dei prodotti del portafoglio Widia, ma contribuirà anche ad accrescere la consapevolezza del marchio e l'interesse per tutta la gamma offerta", dice McConnell. La serie di annunci pubblicitari, con personaggi dello sport a supporto dei prodotti Widia Victory e lo slogan 'Win with Widia' sono appositamente ideati per attrarre l'attenzione in tutto il mondo. Ci saranno calciatori e atleti in Europa, giocatori di hockey in Canada e giocatori di football americano negli Stati Uniti. I nuovi prodotti Widia Victory come le punte per foratura modulare Top Drill M1, la serie di inserti TN e la serie M1200 per la fresatura a spianare saranno presentati in apposite versioni separate. Un altro importante aspetto nella strategia comunicativa della multinazionale americana è rappresentato dal nuovo sito internet interattivo www.widia.com. Inizialmente in lingua tedesca, inglese e italiana, esso mette a disposizione informazioni aggiornate sull'intero catalogo Widia, compresi tutti i marchi associati Widia-Hanita, Widia-Rübig, Widia-Manchester, Widia-Clapp-DiCo e Widia-Circle. Il catalogo può essere consultato dai clienti come un database, è interattivo per la ricerca on-line e può anche essere scaricato in formato pdf. Un'altra possibilità è quella di poter effettuare il download dei disegni tecnici CAD. Le funzioni di e-commerce consentono di fare acquisti on-line, avere accesso a tutti gli ordini

Il nuovo sito internet interattivo della Widia.



La gamma di frese Widia M1200 per la fresatura a spianare.

già effettuati e ricevere informazioni aggiornate sui prezzi dei prodotti, la disponibilità e lo status degli ordini. È anche possibile interagire direttamente con un operatore o avere un consulto tecnico tramite funzioni di live-chat; gli utenti possono esplorare le applicazioni e ricevere risposte immediate ai loro quesiti. Sono disponibili anche programmi esclusivi di training on-line.

Nuovi prodotti. Accanto alle nuove politiche di marchio ci sono da segnalare anche novità in fatto di prodotto. Ne vediamo alcune.

Widia Victory presenta: un ampliamento della gamma di frese e degli inserti della serie Widia M1200 per la fresatura a spianare; nuovi inserti per la tornitura della serie TN sviluppati appositamente per applicazioni su acciaio e ghisa; il nuovo sistema modulare di foratura Top Drill M1. I nuovi Widia M1200 garantiscono buoni risultati nella lavorazione di acciaio, acciaio inossidabile, acciai altamente legati, ghisa, e materiali non ferrosi; sono disponibili anche nuovi inserti e nuove geometrie per la lavorazione dell'alluminio. Questa serie dispone di inserti con ben dodici taglienti, adatti a lavorare ad alte velocità di taglio e di avanzamento, garantendo anche, secondo i tecnici della casa produttrice, grazie al design specifico, un minor assorbimento di potenza a confronto con gli altri inserti bilaterali disponibili oggi.

La serie TN7100 è un nuovo gruppo di inserti rivestiti in metallo duro di Widia per la tornitura degli acciai, ed è stata realizzata specificamente per la finitura, medie asportazioni e la sgrossatura di tutti i tipi di acciaio legato e non.

Il nuovo inserto in metallo duro rivestito Widia TN7105 è stato sviluppato appositamente per applicazioni di finitura e media asportazione su acciaio; esso consente un aumento di performance del 30% rispetto ai precedenti inserti Widia. La maggiore accuratezza del rivestimento permette di avere una superficie più liscia che aumenta la durata dell'utensile riducendo l'attrito e la resistenza al tagliente di riporto. Un nuovo



Il grado TN5120 è ideato per asportazioni medie e per la sgrossatura di tutti i tipi di ghisa.

strato in alluminio alfa dona una maggiore integrità del rivestimento ad alte velocità, permettendo di raggiungere un'alta produttività ad alte temperature di taglio.

Il TN5105 è un nuovo grado progettato per asportazioni medie e finitura su ghisa grigia e sferoidale; esso assicura buona finitura su taglio continuo e una vita utensile di tutto rispetto.

Altra novità è il grado TN5120 ideato appositamente per asportazioni medie e per la sgrossatura di tutti i tipi di ghisa, su tagli interrotti e continui sia a secco sia con refrigerante. Grazie all'elevata durezza del suo sub-strato, che gli conferisce la capacità di lavorare ad alte velocità di taglio, il TN5120 è adatto anche alla tornitura della ghisa austemperante (ADI) per via della sua maggiore durezza rispetto alle ghise convenzionali e agli acciai forgiati.

È un prodotto nuovo anche la punta modulare Widia Top Drill M1 che garantisce buone performance combinando i vantaggi economici delle punte modulari con la qualità dei fori delle punte integrali in metallo duro. In questo caso i tecnici Widia fanno presente che "il volume di truciolo asportato è fino al 50% maggiore rispetto alle punte modulari presenti sul mercato" assicurando al tempo stesso una lunga vita utensile e migliorando la qualità dei fori. Top Drill M1 "rappresenta un'alternativa alle punte in HSS e a inserti, in applicazioni difficili, permettendo un aumento di velocità e avanzamento del 40 e 50% con maggiore vita utensile e qualità del foro".

READERSERVICE.IT - KENNAMETAL N.19

SENTENZA N. 13854/09
REP. GEN. N. 8431/07
REG. DEP. N. 11371/09

REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
IL TRIBUNALE DI MILANO
SEZIONE SPECIALIZZATA IN MATERIA DI PROPRIETA'
INDUSTRIALE E INTELLETTUALE

in persona dei magistrati:

dott. Cesare de Sapia	- presidente
“ Domenico Bonaretti	- giudice rel.
“ Claudio Marangoni	- giudice

ha pronunciato la seguente

SENTENZA

nella causa civile iscritta al numero di ruolo generale sopra riportato, promossa

DA

Bonfiglioli Riduttori spa, con gli avv.ti Guido Turchi, Sandro Corona, Alberto Improda e Monica Baccarelli,

ATTRICE

nei confronti di

Chiaravalli Trasmissioni spa, con gli avv.ti Marco Francetti ed Eleonora Ortaglio,

CONVENUTA

OGGETTO: contraffazione di marchi, nullità, concorrenza sleale e pronunce accessorie.

P.Q.M.

Il tribunale, ogni contraria o ulteriore domanda, istanza ed eccezione disattesa o assorbita, non definitivamente pronunciando nella causa promossa da Bonfiglioli Riduttori spa nei confronti di Chiaravalli Trasmissioni spa e nel contraddittorio delle parti, così provvede:

1. accerta e dichiara la nullità, per difetto di capacità distintiva, dei marchi italiani nn. 1182182 e 1182184 nella titolarità dell'attrice e l'insussistenza dei requisiti di validità per quello, del tutto analogo, in via di concessione e oggetto della domanda nazionale n. BO2006C001543 (segni tutti relativi alla forma dei motoriduttori dell'attrice della serie "VF" e "W");
2. accerta e dichiara che l'utilizzo della sigla "CHB" e di immagini come quelle della copertina del catalogo sub doc. 3 all. M (fasc. attrice) da parte della convenuta Chiaravalli Trasmissioni spa per contraddistinguere i propri modelli di motoriduttori intercambiabili con quelli dell'attrice costituisce concorrenza sleale per appropriazione di pregi ex art. 2598 n.2 c.c.;
3. di conseguenza, inibisce alla convenuta ogni prosecuzione o reiterazione dell'illecito;
4. dispone la pubblicazione del dispositivo della presente sentenza, da effettuare sul periodico di settore "RMO Rivista di Meccanica Oggi", per due volte, su due colonne e a caratteri doppi del normale, a cura e a spese della convenuta Chiaravalli Trasmissioni spa, entro sessanta giorni dalla notificazione della presente sentenza, con facoltà per l'attrice Bonfiglioli Riduttori di provvedervi a sua cura, in caso di incompleto o intempestivo adempimento da parte dell'obbligata, ripetendo da questa le spese a semplice presentazione della fattura;
5. condanna la convenuta a risarcire all'attrice i danni subiti, da liquidarsi nel prosieguo del giudizio, secondo le disposizioni impartite con separata ordinanza, emessa in pari data;
6. spese al definitivo;
7. manda alla cancelleria per la comunicazione di copia della presente sentenza all'ufficio italiano brevetti e marchi ex art. 122 cpi.

Così deciso in Milano, nella camera di consiglio del 12 novembre 2009

Il giudice est.

Il presidente

Dott. Bonaretti

Dott. De Sapia