

# Un equilibrio perfetto con al centro il cliente

di Daniele Pascucci



*L'open house di DMG Mori Seiki tenutasi recentemente a Pfronten, in Germania, ha fatto registrare secondo gli organizzatori un notevole successo di affluenza e di affari. Grande lo sfoggio di tecnologia arricchito anche da sei anteprime mondiali. La cooperazione si rafforza sempre più e marcia a pieno regime a livello globale*

Lo staff dirigenziale di Gildemeister ha reso nota con un comunicato la propria soddisfazione per lo svolgimento dell'open house recentemente tenutasi nella sede tedesca di Pfronten. La nota ufficiale elenca i risultati ottenuti: 574 macchine vendute per un valore di 150,5 milioni di euro, 72 soluzioni esposte di cui 6 anteprime mondiali, 6.078 visitatori presenti (un dato da record, si sottolinea) nell'arco delle giornate che sono andate dal 29 gennaio al 2 febbraio. Per il 57% gli ospiti provenivano dall'Europa e dalla Russia rimarcando il carattere internazionale della manifestazione.

I principali settori su cui era articolata l'open house

erano: l'aerospace, l'automotive, il medicale e l'energetico; l'area dedicata all'automazione vedeva la presenza di soluzioni flessibili per l'integrazione modulare con le moderne linee di produzione di massa. Nei prossimi numeri di Rivista di Meccanica Oggi presenteremo con appositi servizi le novità di prodotto.

**La cooperazione continua.** A sottolineare ancora una volta il buon andamento della cooperazione fra i marchi DMG e Mori Seiki erano presenti al



Masahiko Mori  
(presidente di  
Mori Seiki) e  
Rüdiger Kapitza  
(amministratore  
delegato di  
Gildemeister).

varo dell'iniziativa anche i due manager al vertice della partnership: Rüdiger Kapitza (amministratore delegato di Gildemeister), e Masahiko Mori (presidente di Mori Seiki). Kapitza ha sottolineato ancora una volta come l'intesa fra i due brand stia dando degli ottimi risultati: "Ormai interveniamo insieme nel 90% dei mercati - ha detto - sfruttando appieno tutte le sinergie possibili, tecnologiche e organizzative; bisogna tenere presente che spesso spostare le macchine utensili dal Paese di produzione a quello di smercio può far lievitare i costi fino al 15%. Per evitare questo svantaggio tendiamo a produrre il più vicino possibile ai mercati di sbocco utilizzando in maniera opportuna

le grandi possibilità che ci derivano dalla collocazione degli stabilimenti delle due aziende e una rete vendita sempre più capillare. La nostra parola d'ordine è: Insieme, Innovativi, Globali".

All'insegna dell'espansione. La partnership continua ad avanzare anche a colpi di nuovi insediamenti: sono state presentate ad esempio le nuove sedi direzionali in Svizzera e in Giappone e altri nuovi stabilimenti sono in progetto. L'andamento del mercato sembra favorire il trend mettendo il vento in poppa: le cifre relative al 2012 segnano un mercato in aumento mentre le previsioni sul 2013 fanno sperare in un incremento degli affari del 7,6% quasi dappertutto a parte Italia (- 3,3%) e Spagna (- 7,9%). Meglio ripeterlo: si tratta per adesso solo di previsioni.

Masahiko Mori ha voluto porre l'accento sulle grandi possibilità che continuano a prospettarsi sul mercato cinese e questo nonostante i rapporti politici non ottimali fra Giappone e Cina a causa delle dispute territoriali di cui si parla spesso. "Nonostante tutto - ha detto Mori - stiamo costruendo una nuova fabbrica in Cina e siamo fiduciosi che le cose marceranno bene. Nuovi impianti sono al via a Davis negli Stati Uniti e a Ulianov in Russia e nello stabilimento giapponese di Iga sono stati fatti notevoli ampliamenti".

Il presidente della Casa del Sol Levante ha voluto rimarcare a sua volta quanto affermato da Kapitza: "Il margine che viene dalle vendite delle macchine è circa del 25%, se a questo dobbiamo togliere un 15% di spese di trasporto è evidente il punto dolente, è per questo dunque che abbiamo in atto questa grande operazione per produrre il più possibile direttamente nei mercati di sbocco".

**Mercati promettenti.** Mori si è mostrato ottimista sull'andamento a medio termine del business riponendo molta fiducia nell'ulteriore sviluppo di settori come l'automotive, l'aerospace e il medicale e appuntando come quest'ultimo sia accreditato di una previsione di crescita per i prossimi cinque anni di circa l'8% all'anno. Il presidente ha anche voluto sottolineare con forza come i due marchi abbiano appieno tutte le capacità tecnologiche per rifornire con soluzioni di alto livello questi segmenti produttivi.

"La nostra azione è sorretta da una grande determinazione e da un grande sforzo - ha affermato Rüdiger Kapitza - per il 2013 abbiamo in campo ben 27 innovazioni, mi piace segnalare che puntiamo ad avere risparmi di energia sulle nostre macchine di circa il 30%. Questa e altre tappe di



successo sono possibili anche grazie al fatto che le nostre aziende reinvestono larga parte degli utili nello sviluppo: abbiamo totalizzato 100 milioni di investimenti, 50 milioni Mori Seiki e 50 milioni DMG”.

I due manager all'unisono hanno messo in evidenza che il vento positivo che continua a soffiare sulla cooperazione fra le loro aziende è anche dovuto alla capacità di innovare strategie e prodotti; in particolare hanno sottolineato come la concorrenza faccia sforzi enormi per costruire macchine utensili simili alle DMG-Mori Seiki ma che essa non sia in grado di fare cambiamenti significativi ogni cinque anni così come fanno i due marchi alleati.

**Cambiare la mentalità.** Il mercato cinese (è una nostra impressione) sembra aver fatto da catalizzatore per una ulteriore accentuazione della collaborazione fra la compagnia giapponese e quella tedesca; i numeri e le potenzialità di uno sbocco così vasto devono aver rafforzato definitivamente nella visione dei due manager il concetto che, 'marciando uniti ma anche colpendo uniti', le possibilità siano enormi. "In Cina abbiamo un grande cliente - ha detto Kapitza - uno dei più importanti

produttori del settore automotive, Great Wall e nel Paese orientale va circa il 50% della tecnologia realizzata a Pfronten. Siccome abbiamo di recente ottenuto il via libera dalle autorità cinesi alla nostra cooperazione intendiamo sfruttare appieno le smisurate potenzialità che si possono cogliere in quella realtà. La partnership fra DMG e Mori Seiki, anche grazie a questi ultimi sviluppi, crescerà e si svilupperà; come si sa recentemente abbiamo fondato la DMG Mori Seiki Europe con sede in Svizzera, questa società dirige tutte le attività di vendita e di assistenza delle nostre aziende europee”.

Insomma un segnale inequivocabile, forte e chiaro, al mercato. La cooperazione fra le due aziende va avanti da cinque anni e si rafforza di continuo. A chi chiedeva spiegazioni su come mai il quartier generale delle operazioni fosse stato spostato nella Confederazione Elvetica, Masahiko Mori ha dato una risposta significativa: "Stiamo rafforzando sempre più la nostra partnership, vogliamo integrarci ulteriormente, superare tutti gli ostacoli e ottenere sempre maggiori risultati per i nostri prodotti: che senso ha interrogarsi su dove sia il centro delle nostre attività? Il centro per noi è solo il cliente”.