

# Lo sviluppo come linea guida

ALESSANDRA FRASCHINI

Gimatic continua con decisione sulla strada dell'innovazione per aggredire nuovi mercati in Italia e all'estero. Puntando su meccatronica e servizio costante, affronta le nuove sfide con ambiziosi obiettivi di crescita, come ci racconta Marco Brodini, direttore commerciale dell'azienda bresciana

“Operiamo in comparti abbastanza stagnanti, ma siamo in controtendenza, registrando una crescita sia sul fronte domestico, sia nei mercati internazionali”; esordisce così Marco Brodini, direttore commerciale di Gimatic, con una chiara analisi della situazione attuale. Il segreto del successo di Gimatic si può ricondurre alla particolare predisposizione verso l'innovazione, una carta che da sempre si gioca nell'azienda bresciana. Oltre 170 brevetti registrati sono, infatti, la testimonianza della forte vocazione all'innovazione che motiva Gimatic fin dal suo esordio sul mercato 27 anni fa. Nata a Roncadelle (Brescia) dove ha mantenuto la totalità della propria produzione di componentistica, Gimatic oggi si concentra su tre linee produttive: handling, il core business dell'azienda, plastics e sensors che si rivolgono a mercati e clientela diversa, pur con delle limitate sovrapposizioni. Gimatic vanta un'offerta molto ampia nella componentistica: dalle pinze, ai manipolatori, dai sensori fino agli attuatori rotanti e lineari. Raggiungendo il notevole traguardo di oltre un milione di pinze prodotte, l'azienda è convinta della propria scelta di non delocalizzare per continuare a garantire l'elevato livello di qualità che le ha permesso di afferinarsi nel mercato.

## Prodotti innovativi e cataloghi aggiornati

Gimatic punta su un prodotto molto specializzato, suddiviso in tre linee di prodotto, caratterizzate da alta tecnologia e da un notevole valore aggiunto. Ogni prodotto è seguito





I moderni reparti produttivi della Gimatic.

sponibili anche su iPad” - sottolinea con orgoglio Brodini - a questo si aggiunge il restyling del sito Gimatic che beneficia di nuove indicizzazioni nei motori di ricerca e un arricchimento nei contenuti. Tutte le nostre consociate allineeranno il proprio sito a quello della casa madre, costituendo un network e fornendo al cliente un’immagine coerente e di Gruppo”.

Il 2012 ha visto l’inserimento in azienda di una nuova figura professionale, il responsabile marketing e comunicazione, che segue tutta l’informazione di Gimatic e aggiorna costantemente la clientela; le filiali internazionali utilizzano i contenuti prodotti dalla casa madre adeguandoli alla lingua idonea al mercato di riferimento.

#### Un servizio di qualità

“Dalla nostra esperienza possiamo confermare che una rete di proprietà, totalmente focalizzata sulla nostra offerta, ci sta dando i risultati migliori – continua Brodini - grazie a una conoscenza del prodotto a 360° e dei mercati in cui opera; questo ci consente un feed back rapido e continuo di tutte le reali esigenze del cliente che è possibile mettere a disposizione di tutte le altre consociate, concretizzando un flusso informativo prezioso”. Gimatic ha scelto di dotarsi di una struttura commerciale proprietaria, completamente dedicata alla distribuzione dei propri prodotti e di una rete di distributori specializzati verticalmente nell’offerta dei cataloghi plastics e handling. Essi sono fondamentalmente monoprodotto, interamente dedicati, con una forte

in ogni sua fase: dal progetto, alla prototipazione, all’assemblaggio, ai test, al collaudo per ogni suo elemento, anche se realizzato da diversi contoterzisti locali che collaborano con l’azienda. Per promuovere adeguatamente i propri articoli, l’azienda ha strutturato la propria distribuzione con un struttura distinta per ogni linea di prodotto avvalendosi di una rete commerciale distributiva altamente specializzata nell’automazione. La vendita viene

perciò seguita da distributori specializzati che visitano il cliente per risolvere i problemi di applicazione, raccogliere le necessità dell’utilizzatore e proporre il prodotto migliore per quella applicazione: è in sostanza una vendita molto tecnica, più che commerciale.

Gimatic vanta il 98% del catalogo prodotti immediatamente disponibile, magazzini con una disponibilità di oltre tre mesi di consegne e tempi di evasione entro le 24/36 ore. “È così forte per noi l’innovazione che siamo costretti a ristampare i cataloghi tecnici dei prodotti ogni anno, per inserire tutte le nuove referenze che ogni mese lanciamo sul mercato; inoltre nel 2012, abbiamo inaugurato anche la piattaforma dei cataloghi elettronici, oggi di-



Marco Brodini,  
direttore  
commerciale  
Gimatic.

## SCENARI



Gimatic punta su prodotti innovativi e cataloghi sempre aggiornati.

conoscenza del mercato superiore a un distributore tradizionale. Oltre al prodotto, alle sue caratteristiche e applicazioni a 360°, sono dotati di una esperienza che li porta a conoscere il settore e la concorrenza. Gimatic ha inoltre dei distributori verticali che seguono le varie linee, come sottolinea Brodini: "In molti mercati, come quello francese, abbiamo due distributori distinti per due mercati diversi, uno dedicato al catalogo handling e uno per il plastics". La scelta di una doppia rete commerciale è stata decisa con grande ponderazione perché sembra sia in grado di agire con maggiore efficacia nel mercato, grazie alla maggior specializzazione e competenza nel mercato e al servizio più costante generato dalla totale dedizione ai soli prodotti dell'azienda.

"Nei nostri obiettivi per il 2013, rientra l'apertura di altre due filiali commerciali europee che si affiancheranno alla filiale inaugurata, pochi mesi or sono, in Brasile per seguire tutto il mercato sudamericano. Inoltre abbiamo delle aree in Asia dove intendiamo essere maggiormente presenti, pur scon-

trandoci con competitor molto aggressivi nel prezzo, anche se non nella qualità, e stiamo cercando di posizionare nuovi distributori per avere una rete commerciale che ci crei un servizio mondiale", dice Brodini.

### Un catalogo completo

Il plastics è una gamma dove Gimatic ha investito molto nell'offerta sempre più ampia e tecnologica. Oggi l'azienda presenta un catalogo completo, raggruppando una ricca scelta di articoli innovativi per un mercato con ampi margini di crescita. "Stiamo cercando di abituare i nostri clienti a considerarci un fornitore unico, presso cui poter trovare tutto", afferma il direttore commerciale.

È un settore meno competitivo, dove si concentrano meno competitor e i pochi che operano hanno, secondo la direzione commerciale Gimatic, un'offerta di catalogo nettamente inferiore in termini di qualità e di profondità di gamma e vendono a prezzi superiori.

Nei mercati maturi, come quello tedesco e statunitense, gli stampatori riconoscono l'importanza di questi

componenti, ne fanno un grande utilizzo e cercano un prodotto di qualità, a volte realizzato in funzione specifica di ogni tipo di stampo, così da aumentare la redditività sulla macchina. In Italia, in Francia e in Spagna, dove esistono mercati ancora non maturi, gli stampatori utilizzano vari elementi diversi, ottenendo risultati non ottimali in termini di efficienza.

### La meccatronica, investimento per il futuro

La divisione handling, vero core business dell'azienda con la ricca offerta di pinze, si sta spostando verso la tecnologia meccatronica. Tutto ciò che è pneumatico può essere fatto elettricamente con le stesse prestazioni e costi ridotti. L'aria compressa infatti oggi costa molto, quasi otto volte più dell'energia elettrica, ed è soggetta a possibili perdite durante il trasporto dell'aria stessa nell'impianto, determinando forti impennate dei costi di produzione.

Inoltre in certi settori come il farmaceutico è mal tollerata perché generatrice di impurità nel processo produttivo. "Si parla tanto di meccatronica, è uno dei settori più in voga oggi; ciò che prima era pneumatico, oggi, si tenta di movimentarlo elettricamente; nell'ottica di un risparmio energetico, si cerca di eliminare tutto ciò che è aria compressa. Pinze, attuatori rotanti e tanti altri prodotti stanno diventando elettrici; non sarà un discorso immediato, ma è un investimento per il futuro e inizierà a dare risultati evidenti solo tra due o tre anni, ma quel giorno saremo molto più avanti degli altri..." - conclude Brodini. Il nuovo trend è quindi l'elettrico che sta rivelandosi l'alternativa più adatta per molteplici applicazioni.