



Lamiera

PAD. / HALL

29



**L'ITALIA SI CONFERMA
UN MERCATO IN CRESCITA:
È QUANTO EMERGE
DA LAMIERA 2016, LA BIENNALE
DEDICATA ALLA LAVORAZIONE
DELLA LAMIERA CHE DAL 2017
SI SPOSTERÀ NEL QUARTIERE
ESPOSITIVO DI FIERAMILANO
RHO E SI SVOLGERÀ
NEGLI ANNI DISPARI.**

[ECONOMIA]

di Davide Davò e Andrea Pagani

Il mercato ha la giusta piega

Le fiere di settore rappresentano un ottimo strumento per capire lo stato di salute di uno specifico ambito industriale. In occasione della diciottesima edizione di Lamiera, fiera dedicata alla lavorazione della lamiera, ci siamo mossi tra gli stand di costruttori di macchine e di produttori di sistemi e attrezzature accessorie per capire l'andamento del mercato italiano, di quello estero e in quale direzione si sta muovendo il settore della lavorazione della lamiera.

Sempre più fibra

«LVD in Italia viene da tre anni molto buoni, con un 2015 che si è attestato sui livelli precrisi - esordisce Andrew Battistini, Sales Manager di LVD - Il trend per il 2016 è ancora migliore, e l'assunzione di nuovo personale all'interno di LVD Italia ne è la dimostrazione».

Il merito di questi risultati è equamente distribuito tra innovazione e tradizione. Il core business di LVD infatti è storicamente rappresentato dalla piegatrice, una macchina high-end la cui produzione non ha subito cali durante la crisi. A questa tecnologia si è recentemente affiancata la soluzione laser fibra, che ha aperto all'azienda nuovi mercati. «Le nuove macchine equipaggiate con il laser fibra ci stanno dando molte soddisfazioni - aggiunge Battistini - Per il futuro siamo fiduciosi: la casa madre investe costante-

A sinistra: Ivo Pasqualini e Andrew Battistini, di LVD Italia

A destra: Antonio Rancilio, di Goiti Italia



mente e il team Italia è pronto ad affrontare le nuove sfide».

La ripresa dell'Italia e l'affermarsi del laser fibra sulla tecnologia CO₂ sono tendenze confermate anche da Antonio Rancilio, Direttore Commerciale di Goiti Italia (Danobat Group).

«Il prodotto di punta sviluppato dal Gruppo Danobat nella lavorazione della lamiera è una macchina laser fibra ad alte performance ed equipaggiata con motori lineari - spiega Rancilio - Si tratta di un impianto particolarmente adatto alla realizzazione di lotti di medie dimensioni, in quanto l'elevato livello di automazione abbinato all'evoluzione del laser fibra permette di rispondere alle odierne esigenze di mercato in termini di produttività».

La tecnologia laser fibra dunque si sta dif-

fondendo rapidamente, e i buoni risultati registrati da Danobat nel mercato italiano ne sono una dimostrazione.

Ripresa costante

Il settore della lavorazione della lamiera nel nostro Paese è quindi vivo e vivace, e le dichiarazioni di Hiwin e Suhner supportano questa tesi.

«L'Italia è un mercato molto importante, per noi - afferma Gilberto Artuso, Area Manager di Hiwin - La presenza diretta sul territorio è particolarmente apprezzata dai clienti, e la costante crescita che stiamo registrando ne è la prova. Attualmente Hiwin Italia conta circa 60 persone, ma a breve termine inseriremo nuove risorse umane per potere essere ancora più vicini ai nostri clienti, ai quali proponiamo

IL MERCATO HA LA GIUSTA PIEGA

prodotti che spaziano dalla meccanica all'elettronica intesa come automazione. Proprio quest'ultima Divisione è in forte espansione, e stiamo investendo risorse per sviluppare nuove soluzioni per quanto riguarda motori brushless, motori torque, motori lineari e robot. Guide a ricircolo di sfere e rulli, viti a ricircolo di sfere, cuscinetti di varia tipologia e assi completano un'offerta verso il cliente che è a 360°».

«Suhner è molto focalizzata sull'automazione, e quindi su macchine che producono lotti voluminosi - commenta Maurizio Dall'Omo, Tecnico Commerciale di Suhner - In quest'ottica il mercato italiano negli ultimi tre anni ha dato forti segnali di ripresa. Siamo costantemente in crescita e per il 2016 manterremo questo trend. Il raggiungimento di questi risultati è figlio anche della nostra capacità di personalizzare in tempi rapidi i prodotti richiesti dal cliente. Al giorno d'oggi, infatti, in molti ambiti non è più il prezzo ma la prontezza nel modificare e consegnare i prodotti a fare la differenza. L'attenzione alle esigenze del cliente e l'abilità nel trasformare in breve tempo le richieste in prodotti reali sono due elementi chiave per guadagnare quote di mercato». Anche passando dalle operazioni automatizzate a quelle manuali, il mercato italiano si conferma in buona salute.

A sinistra: Roberto Tarallo, di Pferd Italia

A destra: Marco Brazzolotto, di Gasparini



A sinistra: Gilberto Artuso con il team di Hiwin

A destra: Maurizio Dall'Omo, di Suhner

«La lavorazione manuale del metallo sta andando abbastanza bene, per noi, e lo conferma il fatto che nel 2016 lanceremo circa 150 novità a fronte delle 120 che introduciamo mediamente ogni anno - dichiara Roberto Tarallo, Amministratore Delegato di Pferd Italia - Nel settore della lamiera e in particolare nel taglio manuale stiamo ottenendo buoni risultati grazie anche alle ultime novità di prodotto, che assicurano un incremento delle performance a parità di costo. Inoltre stiamo dedicando grande attenzione all'ergonomia, un aspetto che è al centro della nostra progettazione e verso il quale i clienti si stanno sensibilizzando sempre più». In quest'ottica Pferd da circa sei anni sviluppa le proprie soluzioni in modo da contenere le vibrazioni per evitare sindromi come la mano bianca, ridurre le polveri e la rumorosità. Positivo il bilancio anche per Amada, che si presenta in fiera con una presenza significativa a conferma dell'impegno sul territorio italiano.

«Il mercato italiano della lamiera negli ultimi anni sta registrando un trend di crescita. - conferma Elena Marenghi dell'ufficio marketing dell'azienda - Questa tendenza è riconducibile sia alla ripresa economica, sia alla spinta derivante dagli incentivi fiscali che il Governo ha messo a disposizione. In questo quadro, anche le esigenze del mercato sono mutate. Il cliente oggi chiede sempre più una soluzione globale che gli permetta di incrementare il rendimento della sua azienda. Il focus non è più quindi la macchina, che sia un laser o una piegatrice, bensì la risposta che un'azienda costruttrice come Amada, può offrire

alle sue esigenze produttive. Per quanto riguarda il mercato dei laser, la richiesta è in continua espansione ed è legata all'aumento di produttività, performances e malleabilità dell'impianto produttivo. La domanda dei laser a fibra, in particolare, negli ultimi anni sta aumentando a ritmi elevati, nonostante questo le vendite dei CO2 costituiscono ancora una quota interessante del nostro fatturato. Se parliamo di piegatura, le soluzioni che Amada offre per soddisfare le necessità dei nostri clienti in termini di riduzione dei tempi ciclo e di aumento della produttività, sono tante e rivolte verso l'automazione dei processi produttivi, dalla piegatrice con cambio stampi automatico alle celle di piegatura più complesse».

Rete globale

Le realtà internazionali che credono nel mercato italiano sono dunque molte, e altrettanto numerose sono le società italiane che compiono il percorso inverso puntando tutto sull'export.

«Gasparini è storicamente orientata verso i mercati esteri. Si tratta di una strategia aziendale che caratterizza da sempre la nostra attività e che negli anni è diventata un'esigenza - spiega Marco Brazzolotto, Marketing Manager di Gasparini - L'Italia per noi ha un contributo marginale, mentre Germania e Stati Uniti rappresentano due delle principali aree di interesse. In particolare la Germania si dimostra un mercato solido capace di confermarsi negli anni, mentre gli USA sono un mercato giovane per noi e nel quale siamo presenti in modo continuo da circa 4 anni. Sia-

mo attenti anche alla Cina, che presenta volumi potenzialmente altissimi ma che deve essere approcciato con cautela per potere affrontare nel modo migliore la grande eterogeneità delle realtà locali». Sulla stessa lunghezza d'onda anche Stam e Givi Misure.

«Siamo sempre aperti alle richieste dei clienti italiani, ma attualmente siamo fortemente concentrati sull'export - afferma Fabio Alfieri, Commerciale di Stam - Abbiamo clienti in diverse zone del mondo, che presentano mentalità e problematiche differenti ma che trovano un punto comune nella richiesta di un service di alto livello. E proprio il supporto pre e post vendita è uno dei nostri punti di forza. Dallo sviluppo del prodotto alla definizione dei processi, i nostri tecnici-commerciali sono in grado di lavorare fianco a fianco del cliente per trovare la soluzione più adatta alle sue esigenze. In fase di post vendita possiamo risolvere la maggior parte degli inconvenienti grazie a un servizio di tele-assistenza altamente efficiente».

«Grazie alla nostra rete di distributori possiamo vantare una presenza capillare in Europa così come nel resto del mondo - sostiene Arno Servalli, Responsabile tecnico commerciale di Givi Misure - La soddisfazione del cliente indipendentemente

A sinistra: Fabio Alfieri, di Stam

A destra: Arno Servalli, di Givi Misure



dalla sua posizione geografica è uno dei nostri obiettivi, che raggiungiamo grazie a prodotti di elevata qualità ingegnerizzati e prodotti interamente nei nostri stabilimenti. Un fattore che ci permette di monitorare e migliorare costantemente qualità e affidabilità delle nostre soluzioni. A tutto questo si aggiunge un'assistenza professionale che interviene e accompagna il cliente durante l'acquisto e l'utilizzo dei nostri strumenti di misura. Una strategia che ci consente di essere presenti in tutto il mondo con ottimi risultati».

Qualità al giusto prezzo

Che si tratti di Italia o di estero, fornire un service di alto livello è quindi una delle basi del successo.

«Uno dei servizi più richiesti e più apprezzati dal mercato negli ultimi anni riguarda la possibilità di suddividere la somma

dell'investimento in più versamenti - commenta Sergiu Tipa, Responsabile dei Sistemi di Marcatura Couth (di cui Ridix è distributore per l'Italia) - Pur essendo equipaggiate con componenti di alto livello, le nostre macchine per la marcatura non rappresentano un investimento particolarmente oneroso. Grazie anche al supporto di Ridix però siamo in grado di offrire ai nostri clienti la possibilità di dilazionare i pagamenti spalmandoli nell'arco di un anno. Un servizio che, unito alla qualità e all'affidabilità dei prodotti, si traduce in un ottimo risultato sul mercato». Nonostante i segnali di ripresa e la crescita fatta segnare da molte aziende attive nella lavorazione della lamiera, il costo del prodotto rimane comunque un fattore dal peso importante.

«Durante gli anni della crisi, il mercato ha dovuto affrontare una corsa al ribasso dei prezzi innescata dall'arrivo di prodotti di medio/bassa qualità a basso costo provenienti da diverse zone di mercato - dichiara Marco Invernizzi, Amministratore di EOI Tecne - Soyer, per i quali siamo rappresentanti, è una realtà a conduzione familiare di altissimo livello nella produzione di soluzioni per la saldatura di prigionieri che ha deciso di fronteggiare questa situazione puntando sull'innovazione tecnologica e sulla qualità del prodotto, rinunciando a ingaggiare una "battaglia sul prezzo". Una strategia che il settore della lamiera ha dimostrato di apprezzare fortemente». ■

A sinistra: Sergiu Tipa, di Ridix

Al centro: Marco Invernizzi, di EOI Tecne

A destra: Elena Marengi di Amada Italia

