



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Segnali di ripresa

NEL PIENO RISPETTO DEI PROTOCOLLI ANTICOVID SI È CONCLUSA BI-MU 2020, CHE **HA MOSTRATO UN COMPARTO MANIFATTURIERO IN BUONA SALUTE**, PRONTO PER UN'AUSPICABILE RIPARTENZA QUANDO FINIRÀ L'EMERGENZA SANITARIA.

di Flavio Della Muzia

Con oltre 350 espositori, il 30% dei quali provenienti da Paesi esteri, due padiglioni espositivi e un'offerta tecnologica ampia e variegata, s'è conclusa l'edizione numero 32 della fiera milanese BI-MU, in programma dal 14 al 17 ottobre scorsi, in un momento in cui il mercato torna a muoversi dopo lo stop dettato dalla chiusura forzata di molte attività produttive a seguito dell'emergenza pandemica dettata dalla diffusione del virus Sars-CoV-2. Da evidenziare il coraggio di molte imprese nel volere essere comunque presenti presso i padiglioni espositivi del quartiere fieristico di Milano-Rho nonostante la situazione in atto tra le più difficili che il settore produttivo abbia mai dovuto sopportare dal dopoguerra a oggi, con molte difficoltà oggettive nel raggiungere la propria clientela, che si aggiungono alle limitazioni imposte dal rispetto dei rigorosi protocolli sanitari in atto per contrasta-

re la pandemia. Un segnale importante, dunque, da parte del manifatturiero, che ha voluto dimostrare come sia attivo, pronto a ripartire quando questo virus verrà sconfitto e si potrà tornare a una "nuova normalità".

All'interno d'uno scenario inevitabilmente molto diverso da quello al quale l'importante appuntamento biennale BI-MU ci aveva abituato, gli espositori presenti hanno rincontrato i clienti dopo il distanziamento degli scorsi mesi per fare il punto sulle necessità produttive attuali, facendo sentire loro la propria vicinanza. Vicinanza che, in realtà, non è mai mancata, anche facendo ricorso ai moderni strumenti che la tecnologia ha messo a disposizione come le videoconferenze, la teleassistenza o le tecniche di realtà virtuale, che rappresentano il futuro e che accorciano le distanze soprattutto in momenti come questi, dove le oggettive difficoltà di spostamento

Dicembre 2020

TECNOLOGIE MECCANICHE

67

BI-MU 2020 / Segnali di ripresa

hanno impedito, o fortemente limitato, il raggio d'azione dei costruttori di macchine nei confronti degli utilizzatori finali. In questo panorama abbiamo voluto incontrare alcuni tra i maggiori esponenti del manifatturiero per comprendere quali sono le difficoltà, l'andamento del mercato, le prospettive per il futuro e le eventuali strategie da mettere in atto affinché si possa tornare ai numeri pre-crisi pandemica e magari superarli, per ridare impulso alle attività industriali.

Le aspettative degli espositori

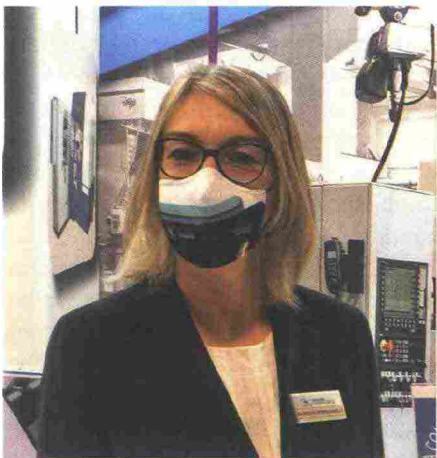
«Dal nostro punto di vista riscontriamo una situazione piuttosto differente tra mercato estero e nazionale, che per noi è sempre stato un po' marginale. Quest'anno, a seguito anche del post lockdown, la domanda interna ha fatto infatti registrare segnali positivi - ha affermato Patrizia Ghiringhelli, Direttore Marketing dell'omonima azienda di rettificatrici - Gli ordini che abbiamo chiuso di recente sono provenienti proprio da clienti domestici e non particolarmente legati a un preciso settore, ma differenziati e provenienti da ambiti diversi». Sul fronte estero l'azienda sta soffrendo la mancanza di vendite nel mercato tedesco fortemente legato al comparto automobilistico, che in questo periodo sta subendo una profonda crisi iniziata in realtà già prima dell'avvento della



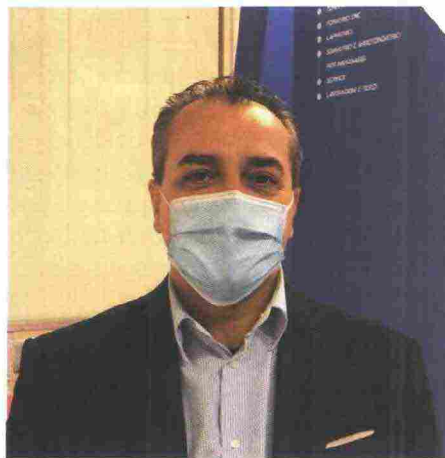
pandemia da Covid-19. «L'altro nostro rilevante mercato estero è quello cinese che, negli ultimi due decenni, ha rappresentato il secondo come importanza (con un 30% delle commesse destinate all'area dell'Estremo Oriente). Questo mercato continua a registrare un trend positivo degli ordinativi acquisiti, sebbene debba essere considerata la contingente difficoltà nell'eseguire trasferte in Cina». Nonostante le difficoltà legate all'emergenza sanitaria, l'azienda luinese non ha interrotto il proprio piano di rinnovamento continuo e ha continuato a investire sia sul fronte della gamma prodotti, ampliando il proprio catalogo, sia sul fronte delle nuove tecnologie e della digitalizzazione. Tra le aziende

aderenti al progetto BI-MU più Digital allo stand presentava un collegamento da pc, tramite l'applicazione MindSphere, a una rettificatrice installata in azienda e una stazione VR. «Stiamo sviluppando progetti sia in realtà virtuale che in realtà aumentata. Il limite nella circolazione delle persone, imposto dalle misure anticontagio, ci ha fatto comprendere l'importanza di queste nuove tecnologie che pensiamo possano essere sempre più diffuse anche nel nostro settore, soprattutto in ambito assistenza e service. La realtà aumentata non andrà certamente a sostituire l'intervento fisico dell'installatore, ma potrà consentirci di fornire alle aziende utilizzatrici di nostri impianti un supporto sempre più sicuro e affidabile negli interventi di ripristino o negli start-up delle rettificatrici da remoto».

La situazione di mercato sembra essere abbastanza positiva per la Giuseppe Giana Srl in quanto azienda costruttrice di impianti un po' particolari e di certe dimensioni, che le hanno consentito di ricavarsi la propria fetta di clientela in ambiti militare, energetico, delle acciaierie e dell'oil&gas, che continuano a dare soddisfazione in termini di ordini e fatturato. «Non siamo in un momento buono all'estero, anche perché con l'emergenza da Covid-19 e le forti limitazioni agli spostamenti abbiamo grosse difficoltà nel seguire la clientela oltre confine. Uscendo poi dalla zona euro, un



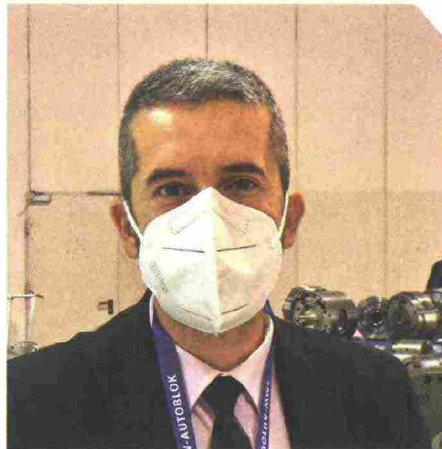
Patrizia Ghiringhelli, Rettificatrici Ghiringhelli



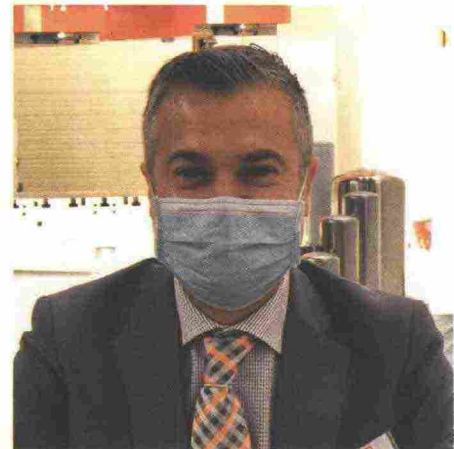
Gianluigi Giudici, Giuseppe Giana

altro problema riguarda le monete che si sono svalutate molto, come la lira turca piuttosto che la corona ceca, comportando per noi un grosso svantaggio nell'andare a vendere in euro, visto che questi clienti vedrebbero un potere d'acquisto diminuito, in alcuni casi, anche del 40%. In più, le basse richieste che ci sono da parte dei pochi clienti che hanno denaro da spendere fanno sì che siano loro a imporre il prezzo - ha affermato Gianluigi Giudici, Responsabile Commerciale - La nostra strategia dunque per il superamento di questo difficile periodo, verte nella promozione del nostro prodotto in sempre più ambiti del manifatturiero, aiutando la clientela, i rappresentanti e aspettando che questa pandemia termini, per ripartire e tornare ai livelli di normalità, non potendo in questo momento sfruttare la maggior parte delle tecnologie di gestione a distanza dei collaudi, data la peculiarità delle nostre macchine». È infatti molto difficile per la Giuseppe Giana potere raggiungere i vari Paesi nel mondo per effettuare gli start-up degli impianti, da realizzare necessariamente in presenza; diversamente, i tecnici riescono a gestire molto bene la teleassistenza per supportare gli operatori nella risoluzione della maggior parte delle problematiche di processo.

«Il mercato italiano, dopo lo stop forzato dettato dal lockdown, si sta riprendendo bene e noi, a parte una quindicina di giorni di fermo, abbiamo sempre lavorato, anche durante il periodo di chiusura di marzo-aprile scorsi. Occupandoci della fornitura di attrezzature speciali e sistemi per il bloccaggio dei pezzi nei centri di lavoro e nelle **macchine utensili**, avevamo molti clienti che rientravano nei codici Ateco e che, dunque, avevano la deroga a rimanere aperti, consentendoci di operare affinché la catena produttiva non si fermasse»: questa la situazione dal punto di vista di Autoblok per voce di Massimo Fiore, Responsabile Vendite - Oggi, tra l'altro, i nostri colleghi francesi ci dicono che il settore automobilistico sembra stia ripartendo dopo un periodo di crisi che, in realtà, era iniziato prima del Covid-19, creando molta



Massimo Fiore, Autoblok



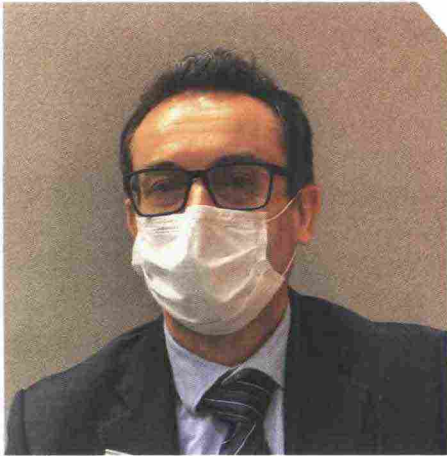
Cristiano Ballerio, Galdabini

➤ DA EVIDENZIARE IL CORAGGIO DI MOLTE IMPRESE NEL VOLERE ESSERE PRESENTI PRESSO I PADIGLIONI DEL QUARTIERE FIERISTICO DI MILANO-RHO

incertezza sul mercato in merito ai tipi di motorizzazione del futuro. La nostra strategia, da sempre, è quella della differenziazione, quindi devo dire che stiamo gestendo bene questa crisi pandemica, spostando il nostro baricentro su quei mercati che, di volta in volta, si muovono meglio». L'azienda sta spingendo molto sullo speciale e, allo scopo, ha anche aperto il nuovo stabilimento molisano di Petacciato (CB) dove vengono realizzati sostanzialmente pezzi unici, altamente personalizzati per il cliente. Il futuro, dunque, sarà sempre più orientato verso soluzioni "chiavi in mano" rivolte a una clientela di livello internazionale al fine di assicurare un valido supporto, dall'idea alla realizzazione dei prodotti, anche con gli strumenti remoti che l'odierna tecnologia consente e che hanno subito un'evidente accelerazione imposta dal Covid-19.

«In questo momento, tutto sommato, le cose stanno andando molto meglio di quello che ci si potrebbe aspettare.

La nostra azienda consta di tre divisioni distinte, che sono rappresentate dalle macchine raddrizzatrici, quelle di prova materiali e le presse idrauliche e, tendenzialmente, abbiamo un discreto quantitativo di richieste in tutti e tre i settori, con anche un buon numero di ordini in evasione - ha voluto spiegare Cristiano Ballerio, Area Manager della Galdabini - Entrando nello specifico, soffriamo solo un po' nell'ambito dell'automotive, che per noi è comunque una fetta importante e che, in questo periodo, sta vivendo un momento difficile, iniziato già prima dell'emergenza sanitaria da Covid-19. Nel mercato delle presse devo dire che abbiamo progetti aperti e ordini, anche importanti, in settori storici come per esempio quello del casalingo, e in settori nuovi come quelli dell'elettricità e delle batterie». Infatti, secondo Ballerio è sempre più necessario, oggi, differenziare, andare a conoscere ambiti del manifatturiero che magari un tempo non venivano considerati perché,

BI-MU 2020 / Segnali di ripresa

Mario Orlandi, Jobs



Marco Massensini, Faccin

in questo momento, ci sono realtà nel mondo che stanno ancora investendo e vanno incoraggiate, proponendo loro soluzioni e prodotti adatti allo sviluppo del proprio business che, anche causa Covid-19, spesso s'è modificato.

«Il periodo storico che stiamo vivendo è estremamente complesso e articolato e tale complessità rende difficile giungere alla concretizzazione degli ordini. Noi, come azienda, siamo da sempre orientati al settore dell'aerospazio che, fino al 2019, rappresentava il 60% del nostro business: oggi, dopo il terremoto indotto dal Covid-19, abbiamo dovuto trovare velocemente delle valide alternative - ha spiegato Mario Orlandi, Head of Technology Sales di Jobs - I settori che si stanno muovendo in questo momento sono quelli della meccanica generale, della difesa, dell'energia, del navale e delle macchine per il packaging, verso i quali stiamo concentrando quindi le nostre attenzioni, cercando contestualmente di rinforzare la forza vendita in Italia, considerando che storicamente la nostra azienda è stata più orientata verso i Paesi esteri. Ancora oggi, però, è molto difficile recarci a visitare i clienti: se in Europa, USA e Cina, dove abbiamo le nostre filiali, il presidio è garantito, negli altri Paesi la nostra presenza diretta è molto più difficile mentre in Italia riusciamo a gestire il rapporto diretto con il cliente». L'altra problematica eviden-

ziata da Orlandi riguarda la situazione dei prezzi, oggi condizionati dal fatto che le opportunità sono poche per cui i potenziali fornitori pur di assicurarsi l'ordine sono disposti a ridurre drasticamente i prezzi, aggiungendo così una difficoltà in più al già difficile periodo in cui ci troviamo. «Qualcosa d'interessante continua ad arrivare dagli Stati Uniti e dalla Cina: due mercati che, con tutte le complessità del caso, continuano comunque a farci pervenire richieste d'ordine e verso i quali abbiamo in consegna macchinari ma, in generale, il livello s'è significativamente ridotto - ha aggiunto - Nonostante tutto, il fatto che abbiamo partecipato alla BI-MU indica già la strategia che stiamo adottando per cercare di uscire da questo periodo, dando un segnale positivo di fiducia a tutto il comparto, rinforzando il mercato italiano e sviluppando una nuova fresatrice a 5 assi ad alte prestazioni, compatta e dal prezzo molto competitivo, la LinX Cube». Segnali positivi di mercato arrivano da Faccin, che ha visto una ripartenza, per certi versi inaspettata, dopo lo stop forzato di marzo/aprile, anche se l'azienda non s'è mai fermata avendo avuto grossi ordini da consegnare a clienti che erano autorizzati in deroga alle produzioni. «Vendendo in tutto il mondo, osserviamo che dal Nord Europa agli Stati Uniti, fino all'Asia, le richieste ci sono e i clienti ci contattano, anche se una certa fles-

sione c'è stata. Prevediamo di chiudere l'anno magari non in maniera estremamente positiva, ma probabilmente al livello di altre annate. Non ci siamo fermati come produzione, ma anche come ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e come marketing - ha sottolineato Marco Massensini, Responsabile commerciale - In questo senso, abbiamo messo a punto un nuovo logo del Gruppo che ora comprende tre marchi molto rinomati come Faccin, Boldrini e Roundo, ponendoci come riferimento nel campo delle macchine per la curvatura della lamiera con calandre, curva-profili e linee per costruire i fondi bombati. Macchine destinate a un ampio ventaglio di clienti che comprende produttori di bombole, serbatoi in pressione, silos, cisterne per camion, reattori per il petrolchimico e torri eoliche». Interessante iniziativa, da parte di Faccin, all'interno dello stand in BI-MU dove, attraverso un maxischermo, è stato istituito un collegamento in diretta con lo stabilimento produttivo per consentire ai clienti di potere osservare le novità in cantiere, visibili peraltro anche in streaming sul sito web dell'azienda. E, sempre in termini di nuove tecnologie, per non perdere la vicinanza con la propria clientela sono stati sfruttati strumenti avanzati come i webinar, le teleconferenze e l'assistenza tecnica in remoto non intrusiva, realizzata senza l'ingresso nella rete interna del cliente, bensì passando direttamente da un cloud su Internet per la gestione di tutti i parametri dell'impianto, in chiave 4.0. «Sull'anno che si sta chiudendo hanno impattato significativamente la chiusura di marzo-aprile (a seguito dell'aggravarsi della pandemia da Covid-19), ma anche i mesi successivi quando, sia per le restrizioni governative che per la perdita di fiducia da parte dei clienti all'investimento, il mercato ha fatto fatica a ripartire. Abbiamo comunque deciso di partecipare, sia pure in forma ridotta, alla BI-MU per dare un segnale di ripresa, anche se i calcoli ci avrebbero suggerito il contrario e, infatti, molti altri concorrenti non sono qui. A livello di numeri, la nostra previsione è che il

2020 si chiuderà con un calo significativo di fatturato - ha spiegato Paolo Casazza, Amministratore Delegato di Hurco - Produciamo centri di lavoro e torni a controllo numerico la cui caratteristica è la facilità d'utilizzo e di programmazione grazie al nostro CN proprietario, lavorando esclusivamente in Italia in settori trasversali, che realizzano lotti piccoli o addirittura pezzi singoli. Tanti processi d'acquisto che erano partiti a inizio d'anno si sono poi arenati, sia per mancanza di liquidità che di fiducia nel futuro mentre, grazie ad alcune aziende che hanno cercato nuovi approcci e nuove soluzioni da proporre al mercato, abbiamo potuto spostarci verso una vendita di macchine evolute, ovvero centri di lavoro a 5 assi, a società che magari in precedenza utilizzavano solo i 3 assi ma che, per nuovi sbocchi intrapresi, hanno dovuto fare investimenti in questa direzione». A livello globale, inoltre, la società ha acquisito lo scorso anno l'americana ProCobots, che realizza sistemi d'asservimento e automazione anche per piccoli lotti produttivi. Anche grazie alla gestione facilitata del CN proprietario di Hurco, il cliente è messo in condizioni di cambiare da sé la programmazione dell'automazione, senza una particolare specializzazione da parte degli operatori che possono così spostarsi da un centro all'altro o, addirittura, dare avvio alla lavorazione in modalità non presidiata.

«La congiuntura sfavorevole che si è venuta a creare tra il momento particolare del settore automobilistico, a causa del passaggio da motori a combustione interna verso soluzioni ibride o totalmente elettriche, e l'emergenza pandemica, ha creato una situazione di stallo negli investimenti. Si sono fermati soprattutto quelli legati alle **macchine utensili** dedicate alle motorizzazioni tradizionali, mentre quelle pensate per l'elettrico stanno andando avanti, ma solo a livello prototipale»: questa la visione, in questo momento, del mercato da parte di Giuseppe Sceusi, Presidente di Marposs Italia. «Credo poi che, anche a regime, gli investimenti in tecnologie produttive per la realizzazione di veicoli elettrici saranno comunque inferiori a quelli cui eravamo abituati per auto a propulsione tradizionale: si dice che la diminuzione di componentistica meccanica di precisione a bordo veicolo porterà a una riduzione di **macchine utensili** dell'ordine del 70%. In questo contesto, come azienda stiamo cercando di proporci come fornitore qualificato anche nel settore dell'elettromobilità, perché l'aspetto legato al testing è importante anche in questo campo, sviluppando soluzioni dedicate e arrivando anche ad acquisire commesse interessanti in questa direzione, sia nel campo della tenuta di questi componenti che per quanto attiene ai test elettrici. Queste nuove soluzioni

non andranno assolutamente a sostituire ciò che Marposs fornisce al mondo della macchina utensile e della metrologia, ma vi si affiancheranno anche perché - prosegue Sceusi - la convivenza tra vecchie e nuove motorizzazioni continuerà nel breve e medio periodo, e dunque saranno necessari investimenti anche per motorizzazioni diesel e benzina. Il mercato cinese, il primo a tornare a una situazione di quasi normalità dopo l'emergenza Covid-19, sta mostrando un comportamento di questo tipo, con investimenti sia su nuove motorizzazioni a benzina, che sull'elettromobilità».

«Vediamo adesso una ripresa della Cina che, dopo i mesi di chiusura, ora sembra stia ritornando a livelli quasi normali, con l'Italia che dà qualche segnale d'interesse, anche se le decisioni su grossi investimenti vengono quasi sempre rinviate, mentre Germania e Francia sono invece quasi ferme e gli Stati Uniti "vivacchiano" - ha aggiunto - Noi ci stiamo strutturando per essere pronti a cogliere le nuove opportunità che il mercato alla fine di questa pandemia offrirà, cercando di mantenere la leadership nei nostri settori». Preoccupante invece la situazione a livello di mercato che Giancarlo Losma non aveva mai visto in 45 anni di attività dalla fondazione dell'omonima azienda pur ammettendo come, oggi, pare si stia assistendo a un timido segnale di ripresa in parte però condizionato dal fatto che, venendo da un periodo di marzo-aprile particolarmente pesante, questa ripartenza pareva quasi scontata. «Penso che questa epidemia non sia paragonabile alla crisi 2008-2009, che era di tipo strutturale e che ha messo in crisi l'intero sistema economico/finanziario fin dalle radici. Oggi ci troviamo all'interno di una situazione dettata da un'emergenza di tipo sanitario che, pur grave com'è, avrà una fine; la struttura delle aziende non è stata minata dall'interno, dovendo difendersi solo da un'aggressione esterna - ha voluto chiarire - Quando arriverà il vaccino, si spera nell'arco di 6 mesi/1 anno, penso che si potrà ripartire abbastanza velocemente, tornando ai livelli pre Covid-19 e noi, nell'attesa, stia-



Paolo Casazza, Hurco



Giuseppe Sceusi, Marposs Italia

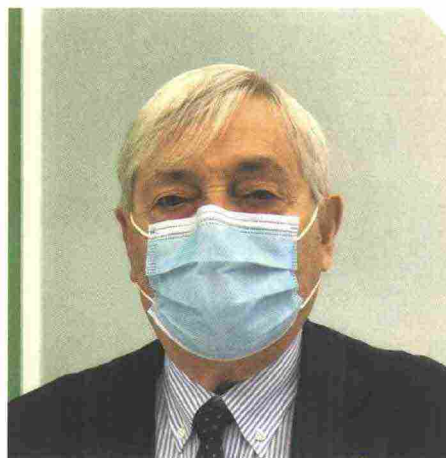
BI-MU 2020 / Segnali di ripresa

mo tenendo «i motori caldi» investendo in ricerca, sviluppo e internazionalizzazione, creando nuove filiali». Proprio in BI-MU, Losma ha presentato tre nuovi prodotti estremamente interessanti, che si vanno ad aggiungere a una strategia per la ripartenza che vede la partenza dei lavori per la realizzazione di una nuova sede, raddoppiando l'area produttiva. «Paradossalmente, quando arriverà il vaccino entrerebbe in un'altra tipologia di problematica, ovvero saremo sommersi di lavoro e, senza investimenti, rischieremo di non riuscire a soddisfare tutte le richieste, perdendo quote di mercato che invece adesso non stiamo perdendo. Stiamo anche potenziando ulteriormente il servizio di assistenza post vendita, oggi giorno sempre più importante per vari aspetti. Ci tengo infine a evidenziare anche il fatto che abbiamo vinto il bando europeo «Life», estremamente importante, a cui hanno aderito molte aziende del continente: la nostra è stata tra le poche società italiane a riuscire a partecipare e a vincere, grazie alla tecnologia 4.0 e a soluzioni molto attente a tutto quello che concerne la salvaguardia dell'ambiente».

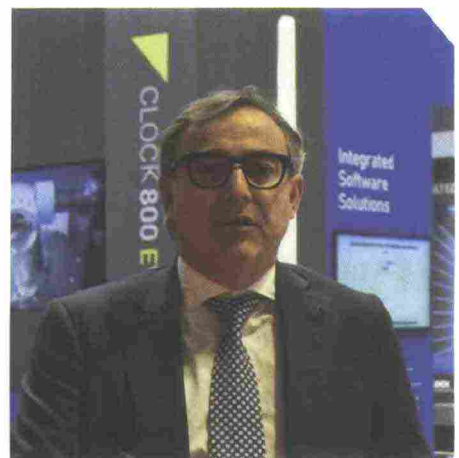
L'attuale situazione di mercato, dal punto di vista di MCM, risulta totalmente diversa rispetto a ogni congiuntura precedente, piena di incertezze che si protraggono nel tempo direttamente influenzate dagli effetti della pandemia in corso. «Il nostro fatturato è storicamente rivolto per il 70% all'export e gli effetti pandemici ci hanno spinto, in modo innovativo, verso nuovi modi di incontrare la clientela, utilizzando sistemi di videoconferenza e condivisione multimediale di contenuti - ha spiegato Andrea Bergaglio, Direttore Commerciale e Marketing dell'azienda - Circa il 50% dei nostri ordinativi proviene dall'ambito aerospace, dove abitualmente operano player internazionali che vivono di previsioni e piani d'investimento a medio e lungo termine. Grazie a questa caratteristica commerciale, nel corso di questo 2020 abbiamo potuto operare con una ragionevole serenità in tutti i reparti aziendali e inoltre,

dopo il lockdown, abbiamo constatato una certa effervescenza del mercato interno che, disponendo d'una fitta rete di PMI che eccellono in diversi settori, se adeguatamente supportato da incentivi e agevolazioni fiscali potrebbe ripartire con vigore». La strategia di MCM, dunque, verte sulla reattività, cercando di cogliere tutte le opportunità di mercato grazie a un'ampia offerta e a un know how molto importante maturato nel tempo anche se, come sostiene Bergaglio, a fronte di un evento temporale così unico come la pandemia si rileva un'elevata prudenza nelle decisioni d'investimento, talvolta bloccante. «Negli ultimi anni abbiamo dimostrato una notevole capacità di crescita, arrivando a raddoppiare l'operatività e il fatturato, perciò abbiamo deciso di approfittare del rallentamento imposto quest'anno per consolidare piani di sviluppo gamma riducendone drasticamente i tempi di attuazione, al fine di ottimizzare il time to market delle innovazioni programmate - ha aggiunto - Abbiamo convertito applicazioni abitualmente fornite in ambito aerospaziale, rendendole fruibili anche in settori che richiedono macchinari più semplici o di taglia inferiore». In aggiunta, l'azienda ha rinnovato la storica gamma Clock che oggi, con la linea EVO, si presenta con un nuovo design e soluzioni d'avanguardia, disponendo inoltre d'una dotazione digitale comple-

ta secondo i principi più avanzati dello smart manufacturing e dell'Industry 4.0. «Negli ultimi mesi abbiamo visto un accenno di ripresa, soprattutto per quanto riguarda il mercato italiano e per macchine che richiedono investimenti medio-bassi, ossia torni e piccoli centri di lavoro. Per quanto concerne impianti di grosse dimensioni, invece, continuiamo a vedere una certa stazionarietà di mercato, perché chi deve operare investimenti d'una certa portata soffre molto più la crisi di liquidità dettata da questo difficile periodo storico - ha voluto evidenziare Pietro Squarzon, Responsabile Vendite controlli numerici di Fanuc Italia - Vediamo sicuramente un rallentamento del mercato che, nonostante la situazione Covid-19, riesce però a dare qualche spunto interessante anche se regna un clima di grande incertezza, vista anche la situazione in continua evoluzione non solo nel nostro Paese, ma anche a livello europeo e americano e con un livello di visibilità futura che non supera, oggi, i 2 o 3 mesi. Noi cerchiamo di dare ai nostri clienti il massimo di competitività attraverso la fornitura di prodotti di alto livello tecnologico: come Fanuc abbiamo più di 260 sedi in 180 Paesi e questo, in qualche modo, può aiutare la nostra clientela a essere più incisiva nell'export, facendo inevitabilmente fatica negli spostamenti». In occasione dell'appuntamento fie-



Giancarlo Losma, Losma



Andrea Bergaglio, MCM

ristico BI-MU, Fanuc ha presentato i CNC della serie 3xi-B Plus e Oi-F Plus, dotati di un hardware più potente e di CPU multicore, che aumentano notevolmente le prestazioni del controller: parallelamente è stato anche riscritto il software, proprio per sfruttare le enormi potenzialità delle CPU installate nei nuovi sistemi. Inoltre, sono stati integrati il supporto Industry 4.0 con Ethernet integrato, inserite ulteriori e molteplici opzioni di base sui CN e sono stati realizzati pacchetti di soluzioni tecnologiche in base all'utilizzo del controllo numerico come tornitura, fresatura o altre lavorazioni a 5 assi. Infine sono stati inseriti pacchetti di fine surface, per ottimizzare la qualità della superficie e un pacchetto 5 assi integrato per le macchine che usano questo tipo di lavorazione. La grafica, su monitor da 21.5" interamente integrata con la nuova HMI, è stata studiata per la massima intuitività, anche grazie a pacchetti di programmazione guidata.

«La grave situazione pandemica e il lockdown hanno comportato grosse difficoltà di contatto con i clienti con tutta la catena americana, da nord a sud, che è in una situazione davvero molto grave. Il nostro settore, forse anche per il fatto che avevamo tempistiche di consegna abbastanza lunghe, ha ancora una certa attività e devo dire che stiamo acquisendo contatti anche sul mercato italiano (che per noi rappresenta un 5% nel settore della carpenteria e un 25% nella forgia), in virtù dei benefici fiscali che in questi anni avevano dato impulso all'economia industriale interna»: questa la situazione vista da Vincenzo Baleuri Rubat, Direttore Commerciale della divisione forgia di Ficep. «Tutto sommato, quindi, non siamo insoddisfatti di quello che stiamo portando a casa, anche utilizzando strumenti tecnologici come le teleconferenze e i webinar, che ci consentono di mantenere contatti con la clientela. Oltre le varie fiere a cui prevedevamo di partecipare quest'anno, come strategia aziendale per gestire il difficile periodo di crisi stiamo puntando sulle open house - virtuali e non - poiché adesso



Pietro Squarzon, Fanuc Italia



Vincenzo Baleuri Rubat, Ficep

stiamo presentando dei nuovi prodotti via Internet ma, appena la situazione lo permetterà, vogliamo farli toccare con mano alla nostra clientela. Pensiamo, infatti, che questi eventi possano portare clienti veramente interessati alla nostra attività e non solo incuriositi che, diversamente, non si muoverebbero per venire a trovarci».

L'azienda ha cercato inoltre di ampliare la propria offerta aggiungendo le presse meccaniche a quelle idrauliche e a vite già a catalogo, perché il mercato odiermo richiede soluzioni flessibili in fasce di prezzo interessanti, soprattutto nel campo automobilistico dove Ficep opera servendo multinazionali tedesche che, pur essendo in difficoltà in questo momento, avanzano comunque richieste d'impianti di questo tipo. Sono state realizzate anche taglie di presse a vite di dimensioni importanti per soddisfare i comparti dell'aeronautico, energetico, eolico e medicale che (a eccezione dell'aeronautico il quale, come noto, versa in grande difficoltà) stanno ripartendo con interessanti prospettive nel medio periodo.

«Il lockdown ha sicuramente avuto degli impatti a più livelli, fermando un po' tutto il comparto; noi per fortuna avevamo in corso delle commesse per il settore dell'energia e delle macchine speciali che ci hanno consentito di non fermarci e proseguire nel lavoro anche durante

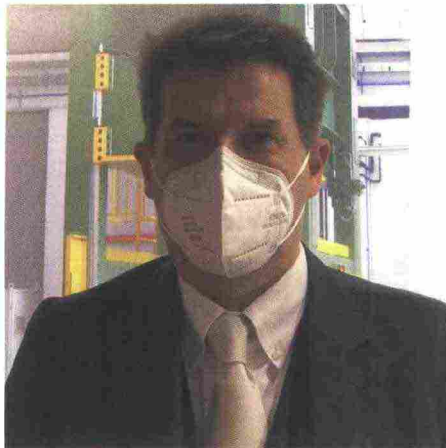
i periodi più duri di questa primavera, avendo una certa soddisfazione e aprendoci a una nuova nicchia di mercato, molto tecnologica - ha affermato Andrea Nava, uno dei soci della Nava Presse - In generale le nostre strategie sono quelle di sempre, ovvero massima disponibilità nei confronti della clientela, verso la quale studiamo soluzioni molto personalizzate in base alle singole esigenze, in aggiunta agli impianti che abbiamo a catalogo. Negli anni abbiamo consolidato tecnologie come l'idroformatura, sulla quale abbiamo creduto già negli anni 80, macchine di raddrizzatura d'elevata precisione, così come macchine per stampaggio monopezzo molto profondo, senza cordoni di saldatura, che poche aziende europee sono in grado di fare». Molto importante per Nava è anche il comparto della climatizzazione e dell'energia in generale, di grande attualità in questo periodo, non tralasciando realizzazioni più tradizionali come serbatoi in pressione, che potrebbero non sembrare prodotti particolarmente avanzati perché ormai maturi, ma in realtà piuttosto richiesti nel Sud Italia e nel Sud Europa, oltre che nel Nord Africa.

«Nonostante questo periodo sia stato e continui a essere difficile, c'è qualche azienda che ha cambiato passo, ripartendo molto rapidamente e questo ci favorisce, permettendoci di lavorare ab-

BI-MU 2020 / Segnali di ripresa

bastanza bene anche grazie alla nostra flessibilità e alla capacità d'adattarci alle situazioni - ha concluso - Stiamo cercando di proporre applicazioni ad alto valore aggiunto, non solo sul lato meccanico ma anche su quello della gestione del ciclo produttivo e sulla verticalizzazione informatica».

Nonostante la chiusura forzata dei mesi di marzo e aprile a seguito dell'emergenza pandemica da Covid-19 e delle relative restrizioni imposte dal Governo, anche Servopresse è comunque riuscita a portare a casa qualche ordine, che le ha consentito di mantenere la struttura operativa nell'attesa di una ripartenza, quando sarà pronto il vaccino e si potrà tornare alla normalità. «Mi



Andrea Nava, Nava Presse



Lara Cecchi, Servopresse

preoccupa invece quello che sta succedendo in questi giorni a livello di comunicazione del panico e di un DPCM così drastico, che sta frenando tutto l'entusiasmo degli acquirenti mostrato nelle ultime settimane. I miei clienti, bene o male, stanno tutti lavorando in diversi settori, dalla produzione di bombole del gas agli stampisti conto terzi fino al settore del bianco, a esclusione dell'automotive che, come ben sappiamo, era comunque già in crisi alla fine dello scorso anno a seguito dell'incertezza sulle motorizzazioni future, ibride o elettriche - ha spiegato Lara Cecchi, Responsabile Commerciale - Realizzando asservimenti per le presse, siamo spesso chiamati a sviluppare soluzioni innovative, ma stiamo notando come ci sia nuovamente paura all'investimento, che sta portando a un nuovo preoccupante rallentamento dell'economia». La strategia che la società sta mettendo in atto per essere pronta alla ripartenza è quella di presentarsi alla clientela come una realtà sana, che al momento non ha problemi di liquidità, con a catalogo prodotti custom adatti a tutte le esigenze produttive. «Proponiamo macchine che raddrizzano la lamiera e vanno ad asservire le presse, tutte interamente progettate e realizzate al nostro interno, che è poi la vera forza di una realtà come la nostra - ha aggiunto - Certo, l'incertezza che regna in questo mo-



Giuliano Busetto, Siemens Italia

mento anche a seguito di nuovi decreti governativi non sta facendo bene al mercato e al comparto intero».

E anche Siemens, nonostante la difficile situazione in atto e il crescente timore di ulteriori restrizioni imposte dall'andamento epidemiologico in atto in questo periodo, ha voluto dare un segnale forte al comparto manifatturiero partecipando alla trentaduesima edizione della BI-MU, come occasione per incontrare i clienti dopo il lockdown. «Credo che la nostra presenza alla fiera sia stata significativa: ci abbiamo creduto, abbiamo ragionato con **Ucimu**, perché era necessario ripartire - ha affermato Giuliano Busetto, Head of Digital Industries di Siemens Italia - È stata anche l'occasione per presentare il nuovo CN Sinumerik ONE nativo digitale. Proprio nel 2018 era stato festeggiato il cinquantesimo anno dall'introduzione sul mercato della piattaforma PLC Simatic, oggi festeggiamo invece i 60 anni di Sinumerik: a dimostrazione del valore dell'esperienza tramutata oggi in tecnologia digitale a disposizione delle imprese clienti innovative».

Ci sono due segnali che per Busetto sono importanti in questo momento: innanzitutto quanto è significativa la trasformazione digitale delle imprese, che passa anche attraverso la digitalizzazione della macchina e la creazione del suo digital twin con Sinumerik ONE che consente già da subito di potere operare in quest'ambito. «Poi, anche grazie agli incentivi di cui si parla a livello governativo (anche per il ruolo che ricopro nel gruppo tecnico di Confindustria, per proporre al Ministero per lo Sviluppo Economico le nuove formule d'incentivazione basate su credito d'imposta e quant'altro), è auspicabile come le previsioni per il 2021 possano essere più positive in merito a una ripresa sul mercato domestico. Più in generale, speriamo che, dopo la pandemia, possa nuovamente tornare il sereno per le imprese italiane che esportano, perché sappiamo perfettamente quanto è importante il nostro comparto delle **macchine utensili**».