



Testa angolare
Evolution FR90-16



**AMPIA OFFERTA,
DISPONIBILITÀ
IMMEDIATA A
MAGAZZINO, SERVIZI
E COMUNICAZIONE:
LA GERARDI HA
LAVORATO NEL CORSO
DEGLI ANNI PER
ASSICURARE AI PROPRI
CLIENTI UNA PROPOSTA
COMPLETA SOTTO TUTTI
I PUNTI DI VISTA.**

[ATTREZZATURE]

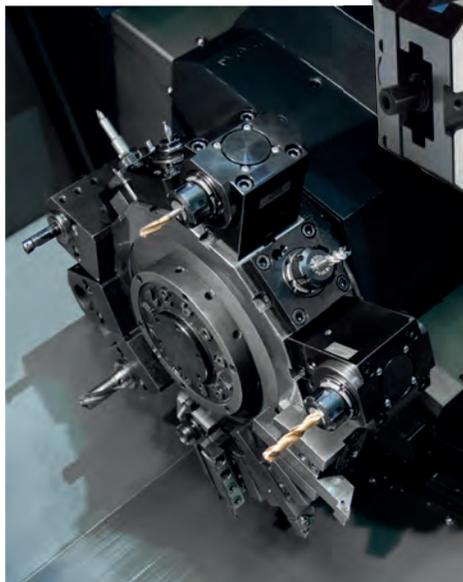
a cura della redazione

Sempre più soluzioni per l'officina

Macchine, utensili, CAD/CAM e accessori contribuiscono alla realizzazione di componenti anche molto complessi: non vanno però dimenticati altri particolari, che assicurano la buona riuscita di una lavorazione. Morse per il serraggio dei pezzi, teste angolari, utensili motorizzati e sistemi Zero Point possono fare la differenza. La Gerardi di Lonate Pozzolo, in provincia di Varese, conosce il valore di queste attrezzature e le realizza tenendo bene a mente l'obiettivo finale: l'aumento della produttività e la riduzione dei costi di produzione dell'utilizzatore.

Un programma completo

Il programma Tooling sta ormai acquisendo un'importanza non solo strategica, ma anche quantitativamente e qualitativamente sempre crescente. Con l'introduzione delle linee di motorizzati per i torni giapponesi Miyano e Okuma, la Gerardi ha oggi a programma utensili rotanti, i cosiddetti *motorizzati*, per tutte le principali case costruttrici di torni al mondo. Nonostante ormai i quasi mille diversi modelli in programma, l'azienda continua a sviluppare nuove tipologie di soluzioni per differenti brand di torni ogniqualevolta il cliente lo richiede o il mercato ne manifesta l'esigenza. Il concetto di attrezzatura modulare, storicamente introdotto da Gerardi in Italia negli anni 70 con le prime morse con i componenti intercambiabili e allineabili perfettamente tra loro, è stato esteso anche ai motorizzati: nei torni Haas, per esempio, le torrette richiedono diversi attacchi in funzione del



modello scelto. In realtà le differenze si limitano non tanto all'attacco, quanto alla presa del moto più o meno profonda. Gerardi ha perciò realizzato dei moduli di diversa lunghezza applicabili sullo stesso motorizzato per poterlo installare su tutte le tipologie di torni Haas.

«Persino il cambio rapido dell'utensile recentemente sviluppato da Gerardi è universale - spiega Ivano Gerardi jr., Direttore Commerciale e marketing dell'azienda - Altri costruttori hanno sviluppato soluzioni proprietarie, mentre l'impiego di due semplici tipologie di adattatori consente ai nostri modelli di adattarsi alla maggior parte dei motorizzati e



Sopra: una morsa compactGrip di Gerardi

A sinistra: alcuni motorizzati Gerardi installati su un tornio Doosan

delle teste angolari in commercio. In questo modo possiamo "dialogare" con tutti i sistemi senza vincolare il cliente con le nostre soluzioni. Se, come crediamo, le riterrà valide e produttive sarà l'utilizzatore stesso a prendere in considerazione i nostri prodotti come scelta primaria in fase di attrezzaggio della propria macchina utensile. A questo proposito abbiamo anche creato dei kit di cambio rapido che, se acquistati insieme ai nostri utensili motorizzati, beneficeranno di prezzi vantaggiosi presentati alla recente BI-MU di Milano dove, tradizionalmente, oltre alle novità tecniche lanciamo anche offerte speciali e promozioni dedicate al fine di rendere ancora più interessante sia il nostro programma generale, sia le novità».

Investimenti costanti

Durante la crisi economica del 2008-2009 l'azienda ha fatto leva sugli oltre 45 anni di esperienza e di ascolto delle esigenze del

SEMPRE PIÙ SOLUZIONI PER L'OFFICINA



Gerardi realizza una linea completa di utensili motorizzati per i principali produttori di torni: Doosan, Mori Seiki, Mazak, Haas eccetera

cliente compiendo importanti miglioramenti tecnici, produttivi e commerciali. In particolare la Gerardi ha lavorato e pesantemente investito ancora di più sullo sviluppo e sulla produzione di nuovi prodotti, tutti realizzati in Italia.

«C'è ancora molta strada da percorrere, ma la via è tracciata - prosegue Ivano Gerardi - Abbiamo le carte in regola per creare prodotti di qualità e il mercato ci fornisce i giusti stimoli per fare ancora di più e meglio. In tema di teste angolari, per esempio, la linea Classic vanta oggi 90 diversi modelli mentre l'innovativa linea Evolution ha già raggiunto quota 96, tutti corredati da una gamma di opzioni che ne completano le potenzialità applicative. Con la linea di teste angolari Classic abbiamo pensato a una soluzione tradizionale, che prevede un cono integrale con l'albero e misure molto compatte: se ci sono problemi di ingombro o passaggi particolarmente stretti, spesso si rivelano la scelta ideale. La Linea Evolution, invece, assicura performance maggiori dal punto di vista della coppia, della capacità di taglio e della velocità di rotazione degli utensili».

L'AZIENDA CONTINUA A SVILUPPARE NUOVE TIPOLOGIE DI SOLUZIONI PER DIFFERENTI BRAND DI TORNÌ OGNIQUALVOLTA IL CLIENTE LO RICHIEDE O IL MERCATO NE MANIFESTA L'ESIGENZA

«Recentemente abbiamo realizzato una nuova serie di teste angolari con corpo in alluminio per garantire minori masse in movimento, fondamentale per l'utilizzo sulle macchine ad alta dinamica che si stanno diffondendo sempre più - conferma Ivano Gerardi - Si tratta di un mercato sempre in fermento, anche alla luce delle richieste provenienti dai vari settori applicativi e dalle conseguenti innovazioni che ne possono nascere. Per questo è importante ascoltare con attenzione i clienti, comprenderne le esigenze, valutare se i prodotti a catalogo sono adatti o se è il caso di pensare a una soluzione personalizzata che possa rivelarsi utile anche per altri potenziali utilizzatori. Se da un lato lo speciale è all'ordine del giorno,

cerchiamo di garantire la massima possibilità di scelta a partire dalla linea standard e dalle relative opzioni».

Serraggio pezzi: un business sempre in crescita

Il comparto Workholding rappresenta da sempre la colonna portante del business della Gerardi: l'azienda continua pertanto a investire in quest'ambito sia dal punto di vista progettuale, sia da quello produttivo.

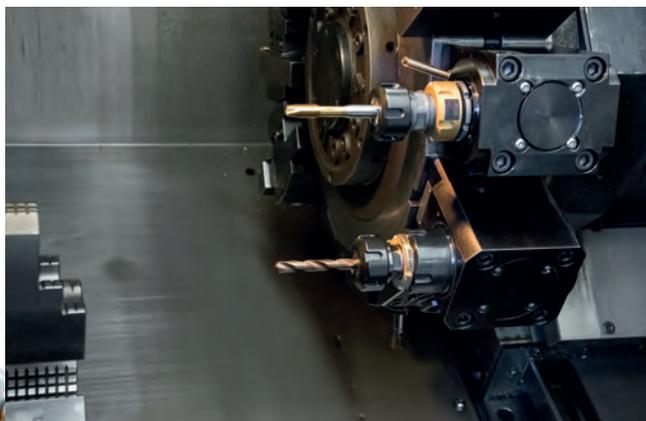
«Europa, Cina, Nord America, Russia: ogni area geografica ha le proprie necessità, perciò è fondamentale potere disporre di un'offerta che sappia rispondere adeguatamente a ciascuna di esse».

«Per esempio - prosegue Ivano Gerardi - a seguito dell'introduzione dei più recenti centri di lavoro a 5 assi abbiamo ampliato la proposta di attrezzature modulari di serraggio con due nuove famiglie di morse: le multitasking (autocentranti, eccentriche, molto versatili e particolarmente maneggevoli) e le recenti CompactGrip, anch'esse autocentranti ma ancora più compatte, versatili, con forze di serraggio più elevate e con una tenuta ancora più efficace grazie alla tecnologia Grip Teeth. Per quanto riguarda le nuove esigenze produttive, in particolare l'automazione di processo, lo sviluppo dei sistemi Zero Point per il cambio rapido, preciso e sicuro delle attrezzature e delle relative automazioni si sta rivelando una soluzione azzeccata e quindi vincente».



Morsa compactGrip montata su sistema Zero Point con rialzo

Cambi rapidi universali su motorizzati Gerardi per tornio Doosan



Teste angolari
Classic line ATC+MTC



Teste angolari Evolution
line ATC+MTC



Prezzo contenuto, qualità italiana

Una parte della produzione della Gerardi è fatta grazie a una joint venture che l'azienda ha iniziato oltre 20 anni fa in Cina.

«La produzione delle morse modulari standard FMS e Multiflex è quasi interamente realizzata in Cina con livelli qualitativi di eccellenza - conferma Ivano Gerardi - A riprova di ciò, una garanzia di 5 anni: caso pressoché unico nel panorama mondiale. La Cina è il punto di partenza ideale per la penetrazione commerciale in altre aree quali il resto dell'Asia, le Americhe e l'Europa. Giungere ai risultati attuali non è stato facile, né veloce: dopo le forniture dei primi anni 90 e la joint venture produttiva nel 92 abbiamo dovuto lavorare al fine di imporre la nostra cultura della qualità, del servizio e del

disposizione dei propri clienti un team di progettisti e di consulenti commerciali in grado di fornire un supporto tecnico di informazione, consulenza e assistenza dei propri prodotti che si è rivelato strategico e vincente soprattutto in questi ultimi anni.

«In Gerardi prendiamo molto sul serio le richieste dei clienti e cerchiamo di rispondere nel minor tempo possibile, facendo tesoro di queste esperienze per migliorare ulteriormente nel futuro e per sviluppare nuove soluzioni che risultino apprezzate dal mercato.

Il catalogo, il sito e anche la semplice risposta al telefono rientrano proprio in questa filosofia: sono attività impegnative, ma indispensabili se si vuole crescere».

«Oggi il servizio è l'arma principale con cui è

raggio, mentre nel caso dei sistemi Zero Point vengono forniti progetto e rendering dell'attrezzatura proposta in modo da agevolare al massimo la comprensione dei vantaggi e delle peculiarità connesse. In alcuni casi, sono disponibili anche attrezzature fornibili in conto d'uso per dimostrare in pratica l'effettiva efficacia ed efficienza di queste soluzioni. Nel contesto del servizio, l'importanza della comunicazione è fondamentale. Offrire un gran numero di prodotti e soluzioni potrebbe confondere utenti finali e distributori; per questo Gerardi da sempre è impegnata nella creazione di cataloghi di facile consultazione, nei quali le novità più recenti vengono messe in evidenza e illustrate in modo chiaro ed esplicito.

«La grande quantità di soluzioni che proponiamo richiede molta attenzione nella realizzazione dei cataloghi - aggiunge Gerardi - Cerchiamo di realizzarli affinché risultino veri e propri strumenti di lavoro utili per rivenditori e utenti finali, che possono trovare con facilità i dati tecnici, le diverse versioni, i prezzi eccetera. Lo stesso discorso vale per il nostro sito www.gerardispa.com: i cataloghi sono disponibili anche online, per permettere a chi cerca i nostri prodotti da Paesi nei quali non è presente un nostro distributore diretto di valutare le nostre soluzioni ed eventualmente procedere con l'acquisto tramite il sito. In alternativa, abbiamo realizzato la possibilità di configurare la propria morsa o testa semplicemente rispondendo a poche domande tramite un modulo online. Infine, è possibile verificare immediatamente la disponibilità del modello identificato e ordinarlo, se si è in possesso dei requisiti necessari, direttamente tramite il sito. Completa l'offerta informativa l'invio settimanale di newsletter a quasi 20.000 contatti in tutto il mondo, per un costante aggiornamento di tutta la rete vendita e del mercato in generale in merito alle novità e alle informazioni più interessanti».

L'IMPIEGO DI DUE SEMPLICI TIPOLOGIE DI ADATTATORI CONSENTE AI MODELLI DELLA GERARDI DI ADATTARSI ALLA MAGGIOR PARTE DEI MOTORIZZATI E DELLE TESTE ANGOLARI IN COMMERCIO

giusto prezzo. Può sembrare scontato, ma garantire i centesimi è un costo anche in Cina!». «Forti di questa esperienza, recentemente abbiamo intrapreso un'avventura simile in India: presenta un mercato domestico enorme, dominato dai produttori locali e con una "cultura delle attrezzature" da costruire sul campo. Per questo non sarebbero stati sufficienti cataloghi o siti Internet, occorre mostrare il prodotto e offrirlo al giusto rapporto prezzo/qualità. I primi lotti produttivi sono già stati realizzati e distribuiti, ma l'avventura è solo all'inizio».

La forza del servizio

Al di là del prodotto, risulta fondamentale offrire un servizio pre e post vendita in grado di dare risposte risolutive. Gerardi mette a

possibile "fare breccia" in quelle aziende che per vari motivi non ci conoscono, sostenuto naturalmente da un'ampia disponibilità a magazzino per soddisfare le esigenze e le urgenze dell'utilizzatore finale e garantire alla nostra rete di vendita delle consegne rapide».

Gerardi dispone di un reparto assistenza e riparazioni in grado di intervenire entro 24 ore e di un ufficio tecnico/commerciale che guida i clienti finali, ma anche gli stessi agenti e tutta la rete vendita nella scelta del prodotto o della soluzione più idonea. Per esempio, per quanto riguarda le teste angolari viene fornito compreso nel prezzo lo studio per la realizzazione del distanziale di adattamento; sul fronte workholding viene messo a disposizione l'ufficio tecnico per lo sviluppo della migliore soluzione di ser-

NORD AMERICA, RILANCIO IN CORSO

A sinistra: Ivano Gerardi, della Gerardi Spa

Al centro: Gianluigi Giudici, della Giuseppe Giana

A destra: Benedetta e Quirino Gnutti, della Gnutti Transfer



come in Europa possono influenzare diversamente le cose: all'AMB di Stoccarda pare ci sia stato invece più movimento. Per noi l'ultimo anno è stato buono, anche se c'è un piccolo rallentamento che non è solo legato alle elezioni: è tutta l'economia del Paese che sta rallentando dopo anni di corsa, il Messico ha forse ancora più slancio ma è più complicato da gestire nelle relazioni, ha prezzi più bassi e meno difficoltà solo per la lingua, mentre il Canada è molto dipendente dagli USA e non ha un proprio mercato specifico».

I settori di sbocco sono l'automotive («che ha ripreso un po' il concetto della macchina di produzione ad alta produttività: mentre prima si pensava sempre e comunque ai centri di lavoro flessibili pur con tantissimi modelli di auto, oggi si giustifica di più l'uso di una macchina transfer»), il petrolifero («davvero in calo e con investimenti limitati a quando proprio non se ne può fare a meno») e la raccorderia («dove non mi sembra ci siano grandi investimenti come in Europa, forse perché si ritiene accettabile l'utilizzo di macchine più vecchie e meno produttive dei modelli più recenti»).

«Il vero scoglio però non sono gli investimenti, ma la qualifica del personale: non facendo più produzione,

negli ultimi 12 anni si è abbassato tantissimo qui in America, mentre in Europa è migliorato. Si sta finalmente spingendo sull'automazione piuttosto che recuperare in poco tempo operatori a basso costo: è per noi motivo d'orgoglio vedere come per le macchine speciali si trovino soprattutto operatori italiani, poiché si è capito che *chi più spende meno spende*».

La marcia in più da uno staff competente

Ulteriori dettagli arrivano da Ivano Gerardi, dell'azienda omonima.

«Siamo presenti direttamente come Gerardi USA fin dal 1999 e, anche se il loro mercato generale è in calo ancora più dell'anno scorso, siamo in decisa ripresa: il dollaro forte e il prezzo del petrolio rallentano investimenti, anche se noi continuiamo a farli con ottimi risultati. Abbiamo intrapreso la strada giusta perciò presto riprenderemo a correre, avendo tante novità tecniche e una politica dei prezzi con marketing aggressivo. Occorre investire molto più che in Europa, perché è difficile realizzare una rete di distributori essendoci molti canali e diversi livelli: come tutti i mercati sviluppati, anche quello USA ha molte complicazioni, dal piccolo rivenditore locale alla grande industria dove tante com-

petenze vanno perse, perché la catena fa sì che conti il marchio e poco più. Bisogna quindi supportare ogni anello della catena, il che può non portare a risultati immediati: non bastano il prodotto, il prezzo e la consegna, tutto l'insieme deve concorrere al risultato, con una struttura giusta per raggiungere risultati che rimangano nel tempo, migliorando e affrontando le nuove sfide. Sia il grosso distributore che il piccolo rivenditore locale devono essere supportati dai Rep (i cosiddetti *Representatives*, i rappresentanti), che a loro volta fanno riferimento a noi per armonizzare al meglio il tutto. In fiera si raggiungono molti più contatti rispetto a quanto accade in Europa, ma meno approfonditi. I supporti logistici e commerciali devono dare risposte e anche guardare alla concorrenza offre spunti utili: da un problema a volte nasce un'opportunità di miglioramento. Devo dire che uno staff competente, affiatato e motivato dà una forza ulteriore all'imprenditore, che in questo modo può affrontare sempre nuove sfide senza sedersi sugli allori. *To grow up or to die*, come dicono qui».

La chiave è il distributore

Una struttura adeguata e ben bilanciata è il segreto per penetrare nel

MACCHINE ITALIANE? DANKE SCHÖN!

A sinistra: lo stand in AMB di Famar Group

Al centro: Luca Cedro, Gerardi

A destra: Rossana e Roberto Rizzardi, CFT Rizzardi Srl



IL MERCATO TEDESCO HA IMPORTATO MACCHINE UTENSILI ITALIANE PER UNA QUOTA **PARI AL 42,9% DEI CONSUMI**

principali rimangono l'automotive e il fitting, mentre il mercato italiano vive di realtà a macchia di leopardo, con buone opportunità che crescono e altre venute a mancare». Inevitabile anche una valutazione su questo 2016 per il costruttore bresciano di transfer. «Globalmente per Gnutti Transfer il 2016 è stato un anno di stabilità, anche grazie al superammortamento che ha dato respiro e probabilmente ha contribuito a mantenere una richiesta stabile o, in alcuni casi, leggermente positiva. Proprio per questo speriamo che la misura continui anche l'anno prossimo». Per quanto riguarda le tendenze tecnologiche in corso nel mondo del transfer Gaboardi evidenzia alcuni temi chiave per il futuro: «Il ciclo produttivo deve adeguarsi alla lean production e occorre già pensare in tema Industria 4.0, migliorando flessibilità e tempi di attrezzaggio».

Tra le aziende con maggiore esperienza sul mercato tedesco, Famar Group è riuscita in oltre dieci anni a raggiungere importanti risultati.

«In Germania la nostra situazione sul

mercato è ottima - spiega Beatrice Marinello, Responsabile Commerciale di Famar Group - Dal 2012 siamo infatti presenti con una filiale, Famar Werkzeugmaschinen GmbH, con l'obiettivo non solo di essere vicini ai nostri clienti ma anche di potenziare la nostra presenza incontrandone di nuovi». La centralità del mercato tedesco è confermata anche dal fatto che l'azienda piemontese partecipa alla fiera AMB da diverse edizioni, proprio nell'ottica di incrementare il proprio portafoglio clienti. «Dopo i risultati positivi raggiunti nel 2016 intendiamo proseguire su questa strada - conferma Marinello - incrementando la nostra presenza anche sul mercato asiatico, statunitense e sudamericano e rafforzando la nostra presenza in altri comparti al di fuori dell'automotive, oltre naturalmente a migliorarci sempre più con l'obiettivo di continuare a soddisfare pienamente le esigenze dei nostri clienti».

È ovviamente l'andamento del mercato tedesco l'argomento al centro di ogni conversazione in fiera e, proprio su questo tema, Luca Cedro, Export Manager

della Gerardi Spa, va dritto al punto: «Per noi il mercato tedesco rappresenta il 20% della quota estero, quindi rimane molto importante per il nostro fatturato globale. Nell'attuale andamento senza crescita né calo presentiamo in Germania la nostra nuova gamma di motorizzati; qui fronteggiamo la concorrenza di quattro produttori locali, si tratta quindi di una bella sfida e per emergere servono prezzi aggressivi e una qualità indiscutibile. Bisogna riuscire a trovare un equilibrio difficile, anche puntando sul servizio e su una gamma estesa di prodotti che soddisfi le esigenze del nostro cliente. Il tutto si concretizza in una strategia basata su molti prodotti a magazzino che, ricordiamo, vuole dire un investimento importante per Gerardi. Siamo però fiduciosi, ogni mossa che facciamo ci sta dando ragione e gli sforzi sono ripagati dai risultati».

Per crescere ulteriormente sul mercato Gerardi punterà quindi proprio sull'incrementare la propria proposta di prodotti, una mossa questa che permetterà all'azienda di incrementare la sua presenza anche sul mercato statunitense.

«Per noi quello tedesco è un mercato in forte crescita - interviene Roberto Rizzardi, Production Manager di CFT Rizzardi Srl - Stiamo aumentando molto le vendite in Germania e Austria, dove il settore automotive vive una ripresa