



A passi rapidi verso il futuro

Nella moderna sede aziendale di Bione, nel bresciano, abbiamo incontrato il Managing Director di Aignep, Graziano Bugatti, che ci ha raccontato perché, oggi, non basta investire nello sviluppo dei prodotti per competere sul mercato globale. Senza perdere di vista la qualità, bisogna proporre servizi innovativi e aiutare i clienti a ottimizzare il più possibile i tempi.

di Fabrizio Dalle Nogare

Proprio lo scorso anno Aignep, fondata nel 1976 come azienda specializzata nella produzione di raccorderia, ha celebrato un traguardo importante, oltrepassando la boa del quarantesimo anno di attività. L'azienda, che fa parte del Gruppo Bugatti, è oggi un marchio davvero globale, capace di esportare raccordi, elettrovalvole e cilindri per il settore del Fluid Power in oltre 90 paesi nel mondo. Nella moderna, spaziosa e funzionale sede di Bione - in Val Sabbia, a nord di Brescia - siamo andati a trovare il Managing Director di Aignep, Graziano Bugatti, con cui abbiamo parlato di un'azienda che affronta il futuro con le idee chiare.

Che momento vive oggi la vostra azienda?

Il 2016 è stato un anno di crescita e di importanti investimenti per noi. Infatti, oltre a realizzare nuovi prodotti, stiamo anche investendo nelle linee di produzione e nei servizi. Aignep esporta oggi più del 70% del venduto, ma vediamo che anche il mercato interno è in crescita e questo è un ottimo segnale, anche per ragioni culturali e di orgoglio. Il 2017 sarà un anno di consolidamento: completeremo le linee di produzione che abbiamo già avviato, per esempio quelle delle elettrovalvole, un prodotto che abbiamo iniziato a realizzare da poco e sul quale puntiamo molto.

“I clienti apprezzano la possibilità di vedere in tempo reale la disponibilità del nostro magazzino, accorciando i tempi di attesa.”



● Il reparto di assemblaggio nel sito produttivo di Bione.
● The assembly department at Bione's production site.



INTERVIEW

Walking Fast Towards the *Future*

In Bione's modern headquarters in the Brescia area, we met Aignep's Managing Director, Graziano Bugatti, who told us why, today, it is not enough to invest in product development to compete on the global market. Without losing sight of quality, you need to offer innovative services and help customers optimize their time.

Just last year, Aignep, founded in 1976 as a company specializing in the production of fittings, celebrated an important milestone, marking over 40 years of activity. The company, which is part of the Bugatti Group, is now a truly global brand, able to export fittings, solenoid valves and cylinders for the Fluid Power industry to more than 90 countries around the world.

In the modern, spacious and functional headquarters in Bione - Val Sabbia, north of Brescia - we met Aignep's Managing Director, Graziano Bugatti, with whom we talked about a company that faces the future with a clear mind.

How is your company doing today?

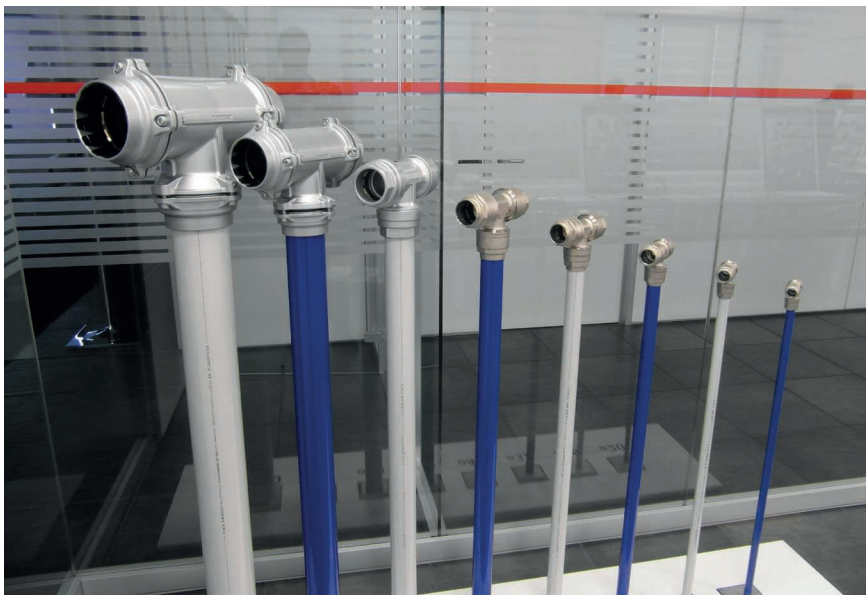
2016 was a year of growth and important investments for us. Besides creating new products, we have also been investing in production lines and services. Currently, Aignep exports more than 70% of its sales, but we see that the domestic market is also growing, and this is a positive sign, also for cultural and pride reasons.

2017 will be a year of consolidation: we will complete the production lines we have already started, such as those for solenoid valves, a product that we have just started to manufacture and which we are very focused on.

- *Graziano Bugatti, Managing Director di Aignep.*
- *Graziano Bugatti, Managing Director at Aignep.*

Thus, an important product that you have defined as your entry into mechatronics... This is a real gamble for us. We are traditionally specialized in the mechanical part of the product. We have decided to enter the world of mechatronics by following an evolutionary process that we find inevitable: nowadays the market demands more controlled and cleaner applications in terms of wiring. Currently, there are two standard types of communication language available for 15V Series solenoid valves (Profibus and 37 poles), while other communication languages (Ethernet/Ip, ProfiNet) will soon be added to extend the possibilities of using solenoid valves.

The company's investments also pertain to services as well as products. What about them? Last September we presented My Aignep, an e-tool that allows customers to submit



● Aignep è stata fondata nel 1976 come azienda specializzata nella produzione di raccorderia.

● *Aignep was founded in 1976 as a company specializing in the production of fittings.*

Un prodotto importante, quindi, che avete definito come il vostro ingresso nella meccatronica...

È una vera e propria scommessa per noi, che siamo tradizionalmente specializzati nella parte meccanica del prodotto. Abbiamo deciso di entrare nel mondo della meccatronica seguendo un processo evolutivo che riteniamo inevitabile: il mercato richiede oggi applicazioni più controllate e pulite a livello di cablaggi.

Attualmente le tipologie di linguaggio standard di comunicazione disponibili per le elettrovalvole della Serie 15V sono due (Profibus e 37 poli), mentre presto saranno aggiunti altri linguaggi di comunicazione (Ethernet/Ip, Profi-Net) che ampliaranno le possibilità di utilizzo delle elettrovalvole.

Gli investimenti fatti riguardano anche i servizi, oltre che i prodotti. Di cosa si tratta?

Lo scorso settembre abbiamo presentato My Aignep, un e-tool che consente ai clienti di fare degli ordini, controllare gli ordini in corso o quelli passati, la documentazione o le fatture precedenti. È anche possibile fare delle quotazioni o delle ipotesi di ordine. Finora abbiamo avuto ottimi riscontri da parte dei nostri clienti, che apprezzano soprattutto la possibilità di vedere in tempo reale la disponibilità del nostro magazzino, accorciando quindi i tempi di attesa. Abbiamo anche un'app, Aignep Scan, che permette di gestire il magazzino e inviare ordini semplicemente scansando i codici QR o a barre direttamente dalle confezioni dei nostri prodotti o da etichette prestampate.

Aignep ha sempre creduto nel servizio, oltre che nella disponibilità dei prodotti a magazzino, forse in controtendenza rispetto a quanto succede oggi. Già da diversi anni stiamo acquistando magazzini automatici per essere il più possibile celeri nella consegna e ottimizzare i tempi.

Aignep è, a tutti gli effetti, un'azienda globale. Il fatto di essere riconosciuti come produttori italiani è ancora un valore sul mercato internazionale?

Io sono convinto di sì. Nel nostro settore il prodotto rimane importante e il made in Italy ha un valore molto forte. Qualità e servizio sono i principali strumenti che abbiamo per competere con le nazioni emergenti: non possiamo competere sul prezzo perché abbiamo inevitabilmente un costo di produzione più elevato.

La scelta di mantenere la produzione interamente in Italia è cruciale a livello sia di immagine che di subfornitura: abbiamo la fortuna di essere in una zona in cui anche le la-

● L'elettrovalvola Serie 15V di Aignep.

● *Aignep's 15V Series solenoid valve.*



orders, check current or past orders, previous documentation or invoices. You can also make quotations or order hypotheses. So far, we have had great feedback from our customers, who especially appreciate the possibility to see the availability of our warehouse in real time, making waiting shorter. We also have an app, Aignep Scan, which allows you to manage the warehouse and send orders simply by scanning QR or bar codes directly from our product packages or pre-printed labels. Aignep has always believed in service, as well as in the availability of warehouse products, perhaps in contradiction with what is happening now. We have been purchasing automatic warehouses for several years now in order to be as fast as possible in delivery and save time.



vorazioni che non possiamo fare internamente - come per esempio i trattamenti superficiali - possono essere fatte da aziende specializzate nel nostro territorio.

Proprio lo scorso anno avete aperto due filiali all'estero. È questa la strada che state seguendo per essere presenti nei mercati esteri per voi più importanti?

È così. In Italia abbiamo una buona rete di distributori, ma pensiamo sia importante avere delle filiali nei mercati chiave. Negli Stati Uniti abbiamo di recente rafforzato la filiale e, seppur molto limitata, abbiamo anche una piccola unità produttiva. In Francia - un mercato che consideriamo importante - abbiamo deciso di avere una struttura con nostro personale tecnico-commerciale.

Dall'inizio di questo mese è, inoltre, operativa la nuova filiale sudamericana in Colombia, con una sede principale a Bogotá e un'altra a Medellin. Un presidio che ci permette

di crescere in un mercato che già servivamo ma che ora ha sicuramente delle grosse potenzialità di crescita.

Come vede il prossimo futuro nell'ambito del Fluid Power? Prevede cambiamenti importanti nella composizione del mercato e nella suddivisione delle quote di mercato tra i vari attori coinvolti?

È difficile prevedere quello che può succedere sui mercati a livello politico, ma penso che il settore abbia margini di crescita importanti e che le tipologie di prodotti siano cruciali nell'industria di oggi. I nostri prodotti, insomma, non diventano obsoleti perché possono essere utilizzati nelle macchine con livelli sempre più alti di automazione e controllo del processo.

Certamente, chi rimane indietro nell'innovazione o nello sviluppo di soluzioni meccatroniche rischia di perdere posizioni importanti sul mercato. ●

● Due immagini del reparto machining.
● Two pictures of the machining department.

Aignep is, in all respects, a global company. Is being recognized as an Italian manufacturer still a value on the international market?

I am sure it is. In our industry, the product is still important and "made in Italy" has a very high value. Quality and service are the main tools we have to compete with emerging nations: we cannot compete on the price because we inevitably have a higher production cost.

Choosing to keep production entirely in Italy is crucial both in terms of image and subcontracting: we are lucky enough to be in an area where even the productions we cannot perform internally - such as surface treatments - can be made by specialized companies in our territory.

Last year you opened two branch offices abroad. Is this the path you are following to be present in the markets that matter the most?

That's right. In Italy we have a good network of distributors, but we think it is important to have branches in key markets. In the US, we have recently strengthened our subsidiary and, although very limited, we also have a small production unit. In France - an important market to us - we decided to have a structure with our technical-commercial staff. Since the beginning of this month, the new South American branch office in Colombia has also been operating, with a head office in Bogotá and another in Medellin. A site that allows us to grow in a market we already served but which has great growth potential now.

What do you see in the future of Fluid Power? Do you anticipate important changes in the market composition or in the division of market shares among the various players involved?

It is difficult to predict what might happen in the markets at a political level, but I think this sector has significant growth margins and product types are crucial in today's industry. In short, our products do not become obsolete, as they can be used in machines with higher levels of automation and process control.

Certainly, those standing behind in innovation or in the development of mechatronic solutions are likely to become less competitive in the market. ●