



# In Italia Aignep CRESCE a due cifre

Prossimità al cliente, gamma prodotto ampliata nella mecatronica, una strategia commerciale mirata, introduzione in nuovi settori: una filosofia che ha premiato Aignep anche in Italia, con una crescita del 15% nel 2015 e nel 2016. E i primi mesi del 2017 segnano un +20%. La recente Hannover Messe ha messo in vetrina tutte le nuove potenzialità. Ne parliamo con Andrea Capitelli, direttore commerciale Italia

ELENA CASTELLO

L'ampliamento della gamma, tradizionalmente pneumatica e storicamente tra i leader nella produzione di raccordi, con nuovi prodotti anche nell'ambito mecatronico (grazie all'elettrovalvola Serie 15V) ha dato un ulteriore slancio ad Aignep. Negli ultimi anni l'azienda non ha solo ampliato la sua presenza sui mercati internazionali con grazie l'apertura di alcune filiali, ma ha introdotto anche nuove figure aziendali e si è indirizzata a nuovi target di grandi utilizzatori OEM. In un'ottica di comunicare adeguatamente la propria offerta tecnologica

evoluta. L'obiettivo di Aignep oggi è, infatti, rivolgersi al mercato come un potenziale unico interlocutore in grado di fornire ai costruttori tutti i componenti necessari per realizzare una macchina, unitamente alla capacità di risolvere problemi di qualsiasi natura in totale prossimità al cliente. Una concomitanza di fattori virtuosi che negli ultimi anni ha portato Aignep a una crescita continua di fatturato a doppia cifra sul mercato italiano, guadagnando quote di mercato in settori chiave quali Automotive, Packaging e industria alimentare e del Food &

Beverage. La recente presenza alla Hannover Messe ha messo in mostra proprio la nuova filosofia dell'azienda italiana. Ce ne parla Andrea Capitelli, direttore commerciale Italia di Aignep.

**Direttore Capitelli, quali sono i fattori che hanno portato a questa costante crescita di Aignep sul mercato italiano negli ultimi anni?**

“L'Italia rappresenta oltre il 30% del fatturato complessivo di Aignep. Questi ultimi due anni hanno segnato un andamento molto positivo per

l'azienda sul mercato italiano, con una crescita del 15% nel 2015 che abbiamo poi confermato anche alla fine del 2016. Inoltre, i primi mesi del 2017 ci stanno posizionando su un trend di fatturato ancora superiore: il 20% in più rispetto al medesimo periodo dell'anno prima. Questi risultati sono dovuti a una serie di fattori: il primo è certamente l'introduzione di nuovi prodotti sempre più tecnologici quali gamme per i fluidi, valvole con bus di campo o con multi-connesione. A questo va aggiunto il potenziamento dell'organizzazione e dell'approccio commerciale sul mercato italiano: abbiamo ampliato la rete dei distributori con partner con forti competenze tecniche, siamo entrati in modo molto più deciso in alcuni settori applicativi iniziando un rapporto strutturato con alcuni dei più importanti OEM coinvolgendo nella promozione del nostro prodotto anche primari costruttori di macchine, opinion leader nei rispettivi mercati di riferimento. L'introduzione della figura del direttore commerciale Italia alla fine del 2014, funzione che in precedenza era svolta dal nostro direttore generale Graziano Bugatti, è stata l'ultimo tassello in questo quadro. Direi che i risultati hanno premiato le scelte di Aignep".



Andrea Capitelli,  
direttore commerciale di Aignep Italia.

### Quali sono i settori che hanno contribuito maggiormente alla crescita di Aignep nell'ultimo periodo in Italia?

"Il Packaging è sicuramente uno dei settori in cui siamo cresciuti di più negli ultimi anni, con particolare riferimento al confezionamento in ambito alimentare. Un altro nostro settore di riferimento in Italia è il Food & Beverage, inteso come produttori di macchine per queste tecnologie: macchine per caffè, macchine per il vending e dispenser per la somministrazione di bevande. Come già detto, ci stiamo strutturando molto bene nell'Automotive, dove forniamo i principali costruttori di apparecchiature per sostituzione dei gas dell'aria condizionata, un mercato importantissimo nell'industria automobilistica. Al di là della varietà della gamma di prodotto e della capacità produttiva che Aignep offre, l'altro aspetto che ci caratterizza è la prossimità al cliente, intesa come la capacità di ragionare con il costruttore in termini di co-progettazione e problem solving. Questo anche per progetti nuovi e customizzati: il 15% del fatturato in Aignep proviene proprio da prodotti su misura. Vogliamo lavorare a stretto contatto con i clienti in tutti i settori, in maniera proficua per entrambi, per cercare di risolvere i loro problemi di qualsiasi natura essi siano. Questo approccio ci mette nelle condizioni di competere non solo con i produttori italiani, ma anche con le grandi multinazionali che non hanno la dinamicità e flessibilità di un'azienda italiana come Aignep, con il supporto di una rete di filiali e organizzazioni presente in tutti i principali mercati globali. Affrontare questa sfida in un'azienda familiare, dove il direttore generale è un uomo di 46 anni che sprona di continuo a fare cose nuove, è uno stimolo grandissimo e un fattore assolutamente positivo".

### Nello specifico, quali sono i prodotti di questa ampia gamma che hanno



Le principali novità presentate alla Hannover Messe.

### più contribuito alla crescita nei diversi comparti?

"Sicuramente le nuove gamme dei prodotti di raccorderia in tecnopolimero, che oggi rappresentano il prodotto più richiesto dal mercato italiano. Un contributo importante è anche venuto dai componenti in acciaio inossidabile, sia raccordi che valvole, che proponiamo in una varietà di materiali, dall'ottone fino all'aisi 316L, e rubinetti e cilindri, soprattutto per il confezionamento nell'alimentare. Per quanto concerne l'Automotive, rilevante è stato aver aggiunto alla produzione una serie di novità, sempre in ambito automazione, che rientra nelle richieste di questo settore: particolari serie di gruppi filtro, di raccordi e di tubi specifici per le normative Automotive. Un grande risultato è stato essere entrati nei capitoli degli uffici tecnici dell'Automotive francese, come fornitori delle società che costruiscono le linee per la produzione nel Gruppo PSI e Renault: questo ci ha portato un importante ritorno di immagine, dando una nuova connotazione a tutta la nostra gamma prodotto per il comparto, e in futuro ci permetterà anche di continuare a sviluppare questo specifico mercato per proporci anche nell'Automotive tedesco e italiano".