

LE STRATEGIE DI CRESCITA DI AIGNEP

# Un'evoluzione spinta dalla pneumatica

Aignep è un'azienda che, partendo dal suo forte posizionamento nella pneumatica e dalla capacità di sviluppare prodotti custom, sta espandendo la sua offerta nell'ambito dei fluidi tecnici e dei dispositivi meccatronici. Ce ne parla Graziano Bugatti, direttore generale di Aignep.

Luca Rossi

**Aignep** è in piena evoluzione. L'azienda bresciana sta potenziando la struttura commerciale, sia in Italia sia all'estero. L'obiettivo è quello di meglio supportare tecnicamente i propri distributori nella penetrazione dei mercati ed essere al contempo più ricettiva verso le richieste di customizzazione e sviluppo di prodotto provenienti dagli utilizzatori finali. Anche sul fronte dei prodotti l'azienda continua a evolvere ampliando la propria offerta: **dalla raccorderia pneumatica verso la componentistica di controllo e strumentazione per fluidi**. E sullo sfondo prepara l'ingresso nel comparto della **meccatronica** con le prime **elettrovalvole bus** che Aignep intende portare sul mercato entro la prima metà del 2016. Tante novità dunque per un'azienda dinamica. Ne abbiamo parlato con **Graziano Bugatti**, direttore generale di Aignep.



*Graziano Bugatti, direttore Generale di Aignep*

Sviluppo e **potenziamento della rete commerciale** sono la nuova priorità strategica per Aignep, avendo ormai già raggiunto una notevole completezza nella propria offerta, soprattutto nella raccorderia pneumatica. “Dopo molti anni

di investimenti dedicati allo sviluppo dei prodotti, oggi ci stiamo dedicando a migliorare il presidio dei mercati, per far meglio conoscere il nostro nome e la qualità tecnica dei nostri componenti agli utilizzatori”, esordisce Graziano Bugatti, direttore commerciale di Aignep. “Lo stiamo facendo innanzitutto sviluppando

la nostra organizzazione commerciale in Italia: abbiamo già delle figure tecnico commerciali, circa una per Regione, nostri dipendenti o agenti che affiancano i nostri distributori. Nella vendita ci appoggiamo infatti solo a distributori locali, che a loro volta si rivolgono agli utilizzatori: stiamo però creando un organico di consulenti tecnici che possano supportare il canale distributivo nel far conoscere ancora meglio il nostro prodotto ai clienti”. In questa strategia rientra quindi anche la nomina di un nuovo responsabile commerciale per l'Italia, che avrà il compito di seguire tutti i dipendenti e gli agenti commerciali sul territorio, con l'obiettivo di innalzarne le competenze tecniche facendoli crescere rispetto a una figura di tipo puramente commerciale.

## Presenza locale all'estero

Lo stesso filo conduttore guida anche la strategia sui mercati esteri, dove Aignep è già presente con alcune filiali: in Nord America dal '97, in Spagna dal 2002, in Brasile e Svizzera dal 2012 e in Francia, con l'ultima apertura avvenuta nel 2015 sulla scia del riscontro positivo delle precedenti esperienze. “Sono realtà la cui attività consiste al 95% in service e distribuzione”, entra nel dettaglio Bugatti, “con qualche piccolo progetto speciale a livello di montaggio, ad esempio di pacchi elettrovalvole e cilindri. Le lavorazioni avvengono invece tutte in Italia”. Negli anni Aignep ha deciso di aprire queste filiali per aumentare la sua incisività nei vari mercati, spinti da ragioni diverse: per quanto riguarda Nord America e Brasile, la ragione è stata sicuramente la grande distanza. “Si tratta di mercati in cui è impensabile vendere senza disporre di una struttura propria dotata di un magazzino ben fornito per distribuire capillarmente sul mercato, in quanto i tempi di

**A FIL DI RETE**  
www.aignep.com

 @lurossi\_71



spedizione dall'Italia sarebbero insostenibili", spiega Bugatti. "Per quanto concerne l'Europa, invece, le aperture in Spagna, Svizzera e Francia rispondono alla necessità di avere una presenza locale con nostro personale interno che possa interfacciarsi con gli utilizzatori nella loro stessa lingua, sempre nell'intento di affiancare più efficacemente i distributori all'estero nell'illustrare le caratteristiche dei nostri prodotti agli utilizzatori, ricercando insieme al contempo nuove opportunità in quei mercati".

### Customizzazione e sinergie

Il potenziamento tecnico-commerciale ha difatti un risvolto molto importante per Aignep: non solo mira a proporre in maniera più incisiva il proprio prodotto standard, ma consente inoltre di raccogliere importanti spunti per fare customizzazione di prodotto. "Stiamo cercando di prestare sempre più attenzione alle richieste provenienti dal mercato", osserva il direttore generale, "se infatti fino a 5-6 anni fa la nostra quota di prodotto customizzato era solo il 2%, oggi il 10% del nostro fatturato proviene da prodotti speciali adattati alle esigenze dei clienti". Avere personale commerciale tecnicamente qualificato oggi per Aignep significa anche poter essere più ricettivo e attento alle

single richieste degli utilizzatori, ottenendo non solo maggiore fidelizzazione, offrendo maggiore valore aggiunto, ma anche raccogliendo preziosi spunti essenziali per capire dove il mercato sta andando, e in che direzione sviluppare i prodotti per continuare a essere innovativi e vicini all'utilizzo concreto finale. Per questo sono anche molto importanti le sinergie derivanti dalla condivisione delle esperienze portate dalle diverse filiali, come già l'azienda ha constatato in occasione del primo corporate meeting tenuto nel 2015, quando ciascuna filiale ha portato casi applicativi specifici utili poi per essere



*Le nuove elettrovalvole per fluidi di Aignep della serie Fluidity*

## PER SAPERNE DI PIÙ



L'ufficio di progettazione è un punto di forza di Aignep, con cinque persone che lavorano allo sviluppo di nuovi prodotti. L'attività di sviluppo ha riscontrato in diversi brevetti: uno su uno speciale tipo di raccorderia e uno, per cui l'azienda ha già presentato domanda, su un processo di produzione volto ad agevolare la costruzione di elettrovalvole. Tra le ultime novità di prodotto, Aignep ha portato nel 2014 ad Hannover una serie di raccorderia miniaturizzata, componenti leggeri e di piccole dimensioni per applicazione in settori ad automazione molto spinta, mentre sempre ad Hannover ad aprile 2015 ha presentato la nuova famiglia di elettrovalvole Fluidity, importante novità nell'offerta dell'azienda, in dimensioni che vanno da 1/8 di pollice fino a un pollice, con un ulteriore ampliamento già allo studio per andare oltre il pollice. La serie è attualmente in ottone, ma è già in sviluppo anche nella versione in acciaio, per coprire con la gamma anche ambiti che coinvolgono più fluidi, e non solamente l'aria compressa.



Alcuni macchinari della linea produttiva di Aignep

riproposti come altrettante soluzioni su altri mercati. Esperienza pertanto molto preziosa, che l'azienda intende ripetere d'ora in avanti almeno una volta l'anno.

### Da aria compressa ai fluidi tecnici

Aignep ha potuto così anche raccogliere importanti spunti per il futuro sviluppo della propria offerta: "Finora abbiamo sempre guardato molto alla **raccorderia e al settore pneumatico**", dice Bugatti, "la nuova impressione che stiamo avendo è che sia opportuno per noi guardare anche al settore dei fluidi, non tanto l'idraulica quanto **gas e fluidi tecnici**. Questa è la direzione che stiamo seguendo, guardando a nuove applicazioni che nei processi industriali potrebbero significare nuovi raccordi impiegabili anche per l'acqua di refrigerazione, o per l'ossigeno, ad esempio". Sempre offrendo la propria tecnologia ma evoluta per poter affiancare anche nicchie di mercato che esulino dall'aria compressa pura, ad esempio laddove ci sia **strumentazione di controllo in settori quali l'oil & gas, ma anche il chimico e farmaceutico**. "Abbiamo perciò già sviluppato raccordi anche in acciaio inossidabile, il cui impiego non si limita alla sola aria compressa, offrendoci l'opportunità di ampliare i settori di mercato che oggi seguiamo" continua il direttore generale. "E questo ottimizzando, o semplicemente evolvendo, prodotti che già abbiamo, forti del fatto che il prodotto Aignep

si pone in quanto a qualità alla pari dei marchi leader di mercato, ma con il vantaggio del rapporto qualità/prezzo, in quanto il fatto di essere una piccola realtà ci porta ad avere costi gestionali più bassi, il che ci consente di avere prezzi più competitivi".

### Primi passi verso la meccatronica

Anche se al momento l'azienda non ha in programma nuove aperture in altri mercati, non è escluso che un domani possa considerare la possibilità di affrontare anche mercati ancora più lontani, come l'Asia, una volta portati a termine i molti progetti in essere, legati anche allo sviluppo di nuovi prodotti. "Ogni anno introduciamo qualche novità nella nostra offerta", conclude Bugatti, "è nostra intenzione uscire entro la prima metà del 2016 con nuove elettrovalvole bus, un prodotto molto specifico che, sebbene sia già presente sul mercato, per la nostra azienda rappresenta una grande novità, implicando anche una **parte di elettronica** oltre a quella di **meccanica tradizionale**. Progetto che ci riempie di orgoglio, in quanto siamo giunti a svilupparlo già a soli tre anni dalla produzione della nostra prima elettrovalvola. Siamo attualmente in fase di test e di ultime verifiche, in quanto anche per questi nuovi componenti vogliamo garantire il medesimo alto livello di qualità che caratterizza tutto il resto della nostra gamma, e che la nostra clientela si aspetta da noi".