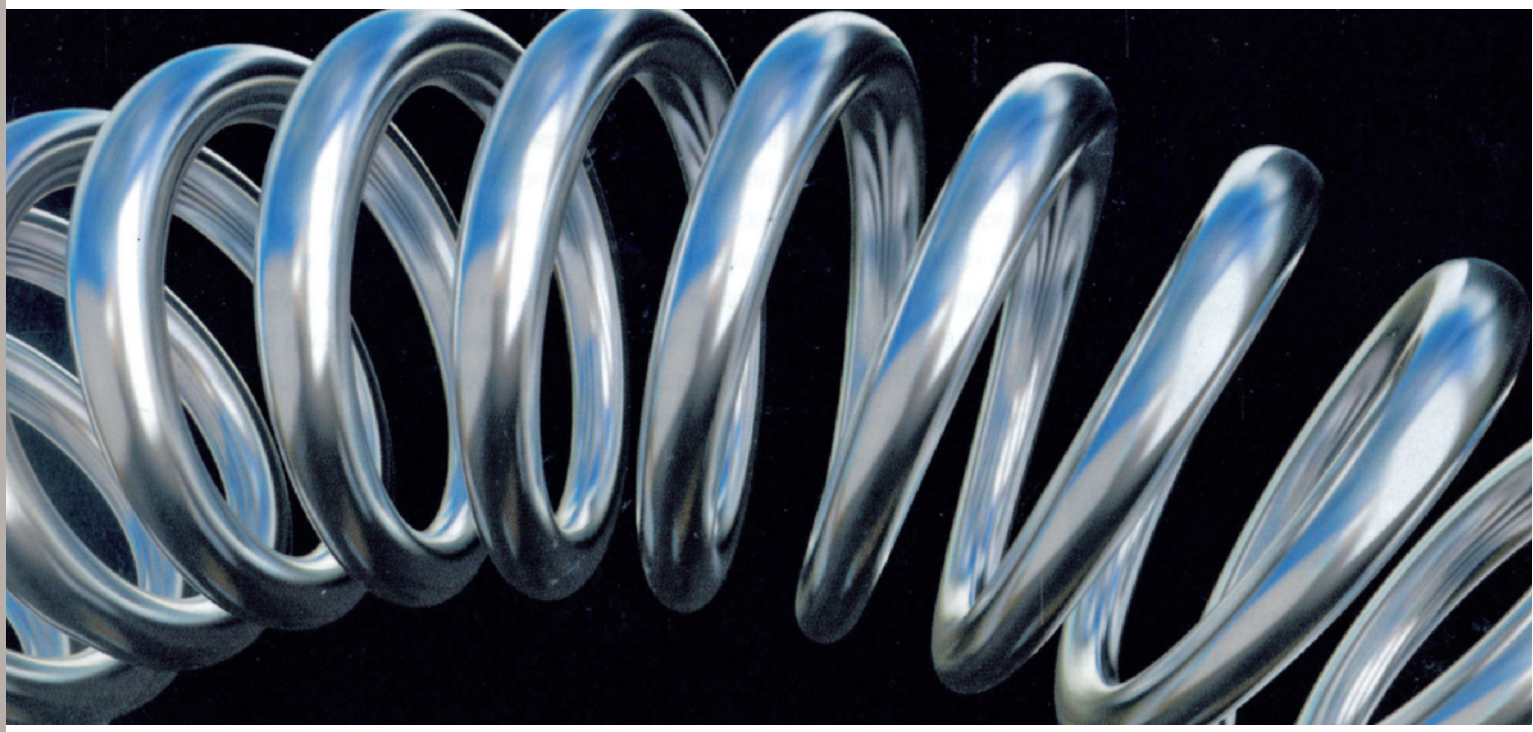
Ettore del Giudice e Centro Marketing



Indagine di mercato sui mollifici italiani

Molle: avanti con la qualità

Nonostante un anno non certo entusiasmante, specie per fatturato e produzione, dal settore dei mollifici emerge la forte volontà di affrontare il mercato di petto facendo nuovi investimenti e puntando a prodotti qualitativamente migliori.

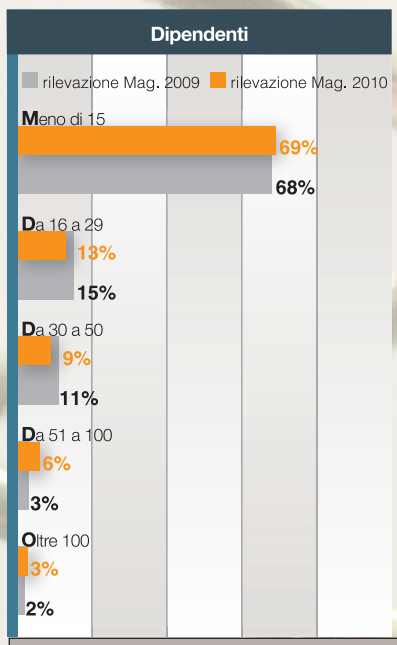
La fotografia del settore

La nostra indagine annuale sul settore dei mollifici è giunta al suo sesto appuntamento con i lettori. Condotta nel mese di maggio dal Centro Marketing di Tecniche Nuove ad essa hanno partecipato 90 aziende, di cui 62 con meno di 15 dipendenti e 28 con più di 15 dipendenti. Un folta rappresentanza, quindi, di questo importante settore nel mondo del filo metallico che ci permette di poter "stampare" una sua realistica fotografia.Cominciamo con l'andamento del costo delle materie prime: le risposte fornite indicano che la grande maggioranza delle aziende, sia piccole che grandi, ritiene non in crescita il loro costo con una valutazione analoga all'anno precedente. La causa del fenomeno non deriva soltanto dalla riduzione di produzione dell'industria occidentale, ma dal rallentamento della crescita dell'industria cinese ed indiana che negli anni precedenti aveva tenuta alta la domanda spingendo le acciaierie ad un eccesso di produzione. Sia il fatturato che la produzione registrano una

battuta d'arresto nell'ultimo anno mentre il rapporto fra lavoratori e produzione subisce un calo significativo che indica il ricorso alla cassa integrazione ed il blocco del turn over. Ma non tutti i dati sono negativi, infatti molte aziende, in particolar modo quelle medio-grandi, hanno integrato il parco macchine nell'ultimo anno con un criterio di scelta sostanzialmente legato al rapporto qualità/prezzo. Si richiedono sempre meno garanzie sulla manutenzione in quanto aumentano gli acquisti di macchine straniere per le quali ciò non è prevedibile; infatti le macchine italiane si ritengono tecnologicamente pressoché uguali a quelle provenienti dall'estero.
Ma le nostre aziende, anche se piccole, sono gestite da una classe di imprenditori in cui le nuove generazioni hanno ereditato la solidità dei padri aggiungendo quel pizzico di dinamismo che li induce ad investire nonostante i problemi del momento. Ma non si tratta solo di coraggio, si manifesta, infatti, una strategia aziendale che punta a prodotti di qualità come emerge dalle certificazioni che addirittura aumentano nelle piccole aziende.
In un momento in cui la domanda interna è abbastanza ferma, è necessario rivolgersi ai mercati esteri, cioè combattere il nemico nel suo territorio; mentre ciò era ampiamente noto alle aziende medio-grandi ora anche le piccole entrano in campo con numeri che superano il 60%.
La concorrenza da battere è prevalentemente nazionale ed europea, quindi è forse iniziata la riscossa nei riguardi della industria medio-orientale.

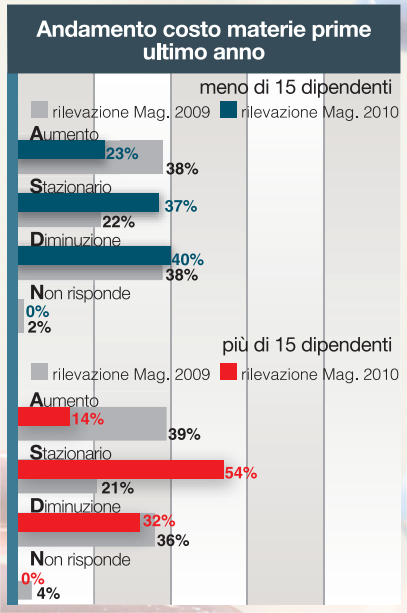
Springs: forward with quality

90 companies, 62 with less than 15 employees and 28 with more than 15 employees, took part in the sixth yearly research carried out by the Marketing Centre of Tecniche Nuove.
As for the cost of raw materials, it emerged that the large majority of the asked companies, both small and large ones, believe that it is not growing. The reason does not result only from a reduction in production of Western industry, but also from a slackening in growth of both Chinese and Indian industry, that during the past years had brought about a high request. Both proceeds of sales and production have experienced a standstill during the last year, while the ratio of employees to production undergoes a significant drop, denoted by the recourse to redundancy fund and a freeze on turn-over. Not all the data are negative: as for fleet of machines, for instance, many companies, in particular the medium-large ones, carried out new acquisitions, with a choice criterion substantially linked to the quality/price ratio. Fewer and fewer guarantees concerning maintenance are required, because the acquisitions of foreign machines, for which this is not possible, are increasing.
However, our companies, even the small ones, are run by entrepreneurs whose new generations inherited their fathers' solidity adding a touch of dynamism that induce them to invest in spite of the present problems.
The competition that must be beaten is mainly the home and European one; therefore, maybe the counterattack towards Middle Eastern industry started.



Dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
meno di 15	66%	67%	66%	68%	68%	69%
da 16 a 29	20%	18%	13%	15%	15%	13%
da 30 a 50	8%	7%	11%	11%	11%	9%
da 51 a 100	4%	8%	7%	4%	3%	6%
oltre 100	2%	–	3%	3%	2%	3%



Andamento costo materie prime ultimo anno

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	100%	78%	92%	96%	38%	23%
stazionario	–	21%	7%	4%	22%	37%
diminuzione	–	1%	1%	–	38%	40%
non risponde	–	–	–	–	2%	–

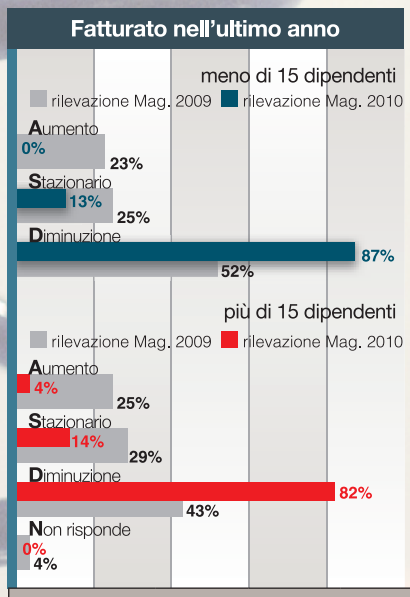
aziende con più di 15 dipendenti

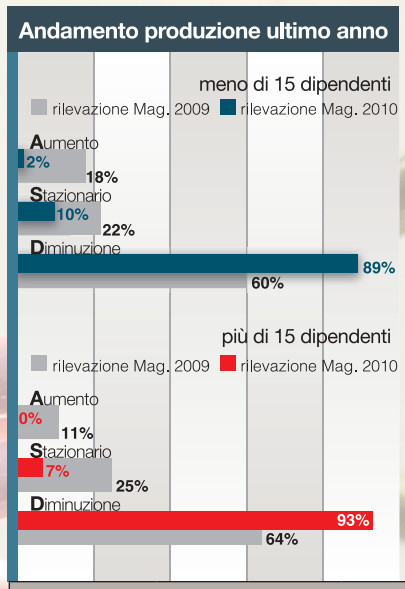
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	100%	71%	90%	89%	39%	14%
stazionario	–	26%	5%	5%	21%	54%
diminuzione	–	2%	–	5%	36%	32%
non risponde	–	–	5%	–	4%	–

Spirali

Non possiamo star sempre a discutere di crisi, di mercato o di riduzione degli ordini! Questa notte, come è mia consuetudine, ho lavorato sino a tardi con qualche intervallo in cui mi allontanavo dal computer per guardare la luna ma nei miei pensieri apparivano solo molle che ballonzolavano nel cielo notturno assumendo la forma delle stelle. Quasi senza rendermene conto ho preso una vecchia sveglia meccanica, l'ho caricata ed ho visto che funzionava ancora. Ormai le sveglie sono tutte elettroniche, non le fanno più con le molle a spirale, ma una sveglia elettronica dopo tanti anni non avrebbe mai funzionato. Miracoli della meccanica! Poi ho aperto il coperchio e ho visto che c'erano due molle a spirale: la prima per caricare la sveglia, la seconda per scandire il tempo con una piccola massa che si muove di moto circolare alternato, cioè girava in senso orario e poi in senso antiorario e poi di nuovo in senso orario e cosi via... avanti e indietro. C'è qualcosa di misterioso in una spirale.

Nella cultura celtica è un simbolo antichissimo che sta a simboleggiare l'espansione, la crescita e lo sviluppo. Nei suoi molteplici significati la spirale rappresenta l'universo e l'infinito, il sole e il suo movimento e la strada da seguire alla ricerca di se stessi. La spirale di per se è un simbolo di vita che continua, avanti e indietro, un simbolo di energia. Nell'antichità, spesso le streghe danzavano a spirale, per affermare la loro fede nella continuità della vita. Ma la spirale non è solo la forma di una molla che misura il tempo ma la forma che "Qualcuno" ha voluto dare alla materia stellare; infatti, secondo un recente studio condotto da un gruppo di ricercatori europei, la fusione tra galassie darebbe nel corso del tempo origine a galassie a spirale. Ciò significa che circa 6 miliardi di anni fa queste galassie dalle forme strane devono essersi trasformate in spirali normali a seguito di processi di fusione o interagendo tra esse. Ma le molle a spirale o ad elica sono anche accumulatori di energia





Fatturato nell'ultimo anno

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	35%	30%	51%	45%	23%	0%
stazionario	36%	48%	32%	36%	25%	13%
diminuzione	29%	21%	16%	17%	52%	87%
non risponde	0%	1%	1%	1%	0%	0%

aziende con più di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	52%	33%	70%	70%	25%	4%
stazionario	27%	57%	30%	14%	29%	14%
diminuzione	18%	10%	0%	8%	43%	82%
non risponde	2%	0%	0%	8%	4%	0%

Andamento produzione ultimo anno

aziende con meno di 15 dipendenti

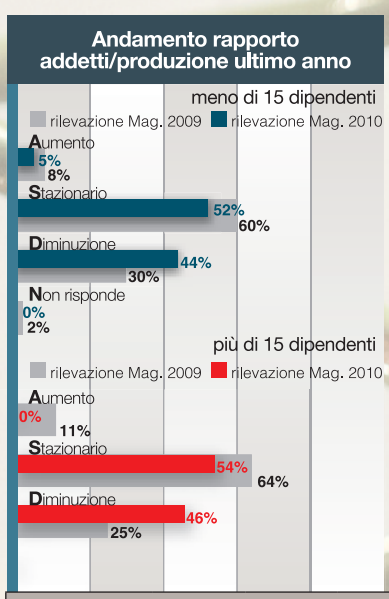
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	24%	30%	41%	39%	18%	2%
stazionario	38%	43%	39%	36%	22%	10%
diminuzione	37%	27%	20%	25%	60%	89%

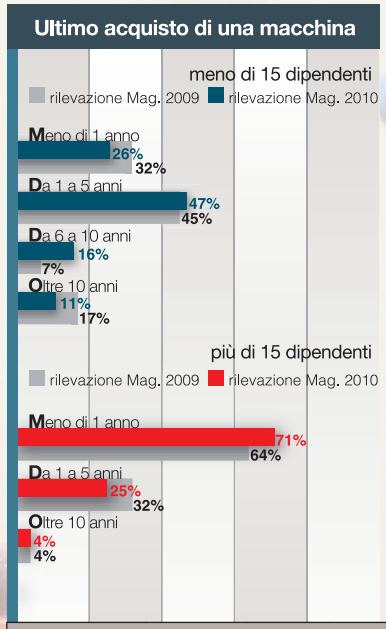
aziende con più di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	27%	36%	60%	59%	11%	0%
stazionario	34%	31%	30%	27%	25%	7%
diminuzione	39%	33%	10%	14%	64%	93%

meccanica; infatti nel motore a molla l'organo deputato all'accumulo di energia è, appunto, una molla.
Tale organo può essere di diverse forme (si pensi alla differenza tra la molla a spirale del motore di un orologio a molla e la molla elicoidale presente in una normalissima penna a scatto) e di diversi materiali (metallo, gomma, come nei vecchi aeroplanini ai quali si caricava l'elica a mano, corda, come nelle pistole a balestra, ecc). Il motore a molla è una tipologia motoristica detta "a energia potenziale" studiata e sviluppata fin dal XV secolo da Leonardo da Vinci. La macchina in questione sfrutta una energia "accumulata" convertendola in altra forma di energia sfruttabile dall'utenza finale del motore. Le molle hanno anche una funzione protettiva, infatti le molle a bovolo sono molle a spirale che avvolgono e proteggono la parte critica di un macchinario con le spire che si sovrappongono e mantengono all'esterno gli agenti contaminanti e facendo scivolare via i trucioli potenzialmente dannosi. Le molle a spirale sono state introdotte sul mercato da due decenni per coperture protettive di mandrini e si sono affermate grazie alla loro indistruttibilità, alla loro precisione e alle molteplici dimensioni disponibili. Quindi le molle a spirale ci consentono di misurare il tempo, accumulano l'energia, proteggono gli elementi critici delle macchine e simboleggiano la geometria stellare dell'universo, ma rappresentano anche l'origine della vita. Infatti le molle sono anche il supporto dei nostri materassi che, come è noto, non servono solo per dormire. Se non ci fossero, le nostre notti sarebbero meno "operative" anche se meno rumorose, ma in tal caso preferiamo il rumore…!

Ettore del giudice





Andamento rapporto addetti/produzione ultimo anno

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	9%	16%	38%	14%	8%	5%
stazionario	72%	73%	45%	71%	60%	52%
diminuzione	19%	10%	16%	14%	30%	44%
non risponde	0%	0%	1%	0%	2%	0%

aziende con più di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
aumento	16%	24%	55%	41%	11%	0%
stazionario	64%	64%	40%	49%	64%	54%
diminuzione	20%	12%	3%	11%	25%	46%
non risponde	0%	0%	3%	0%	0%	0%

Ultimo acquisto di una macchina

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
meno di 1 anno	33%	38%	33%	40%	32%	26%
da 1 a 5 anni	50%	50%	45%	39%	45%	47%
da 6 a 10 anni	12%	3%	11%	10%	7%	16%
oltre 10 anni	5%	8%	12%	10%	17%	11%
non risponde	1%	0%	0%	0%	0%	0%

aziende con più di 15 dipendenti

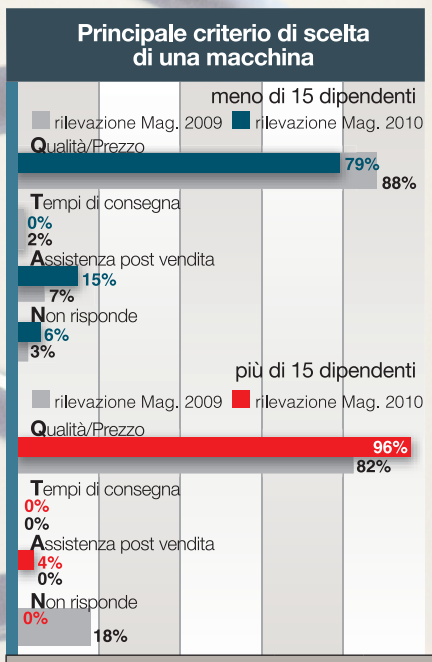
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
meno di 1 anno	64%	57%	85%	89%	64%	71%
da 1 a 5 anni	32%	36%	15%	5%	32%	25%
da 6 a 10 anni	5%	2%	0%	3%	0%	0%
oltre 10 anni	0%	2%	0%	3%	4%	4%
non risponde	0%	2%	0%	0%	0%	0%

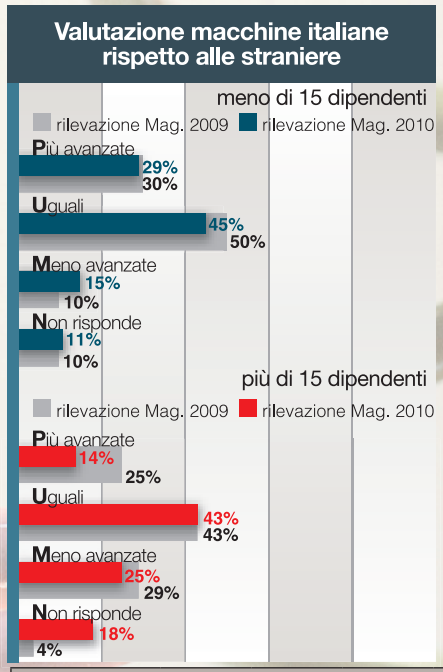
Cresce la fiducia nel mercato

Il commento di **Angelo Cortesi** Presidente dell'ANCCEM - Associazione Mollifici Italiani

Con un occhio ai dati della nostra indagine e uno al plico di ritagli e fotocopie accumulati nel corso della sua attività di Presidente dell'Associazione Mollifici Italiani, Angelo Cortesi, Amministratore di Co.El., mollificio lecchese di lunga tradizione, ci ha parlato del presente, ma anche del futuro del settore al quale guarda con fiducia e ottimismo.

a cura di Daniela Giacomelli





Principale criterio di scelta di una macchina

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
qualità/prezzo	88%	81%	83%	81%	88%	79%
tempi di consegna	2%	5%	5%	1%	2%	0%
assistenza post vendita	8%	13%	11%	17%	7%	15%
non risponde	1%	1%	1%	1%	3%	6%

aziende con più di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
qualità/prezzo	86%	76%	90%	89%	82%	96%
tempi di consegna	0%	5%	3%	0%	0%	0%
assistenza post vendita	9%	17%	8%	5%	0%	4%
non risponde	5%	2%	0%	5%	18%	0%

Valutazione macchine italiane rispetto alle straniere

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
più avanzate	28%	30%	22%	44%	30%	29%
meno avanzate	27%	17%	22%	18%	10%	15%
uguali	38%	47%	37%	34%	50%	45%
non risponde	7%	6%	18%	4%	10%	11%

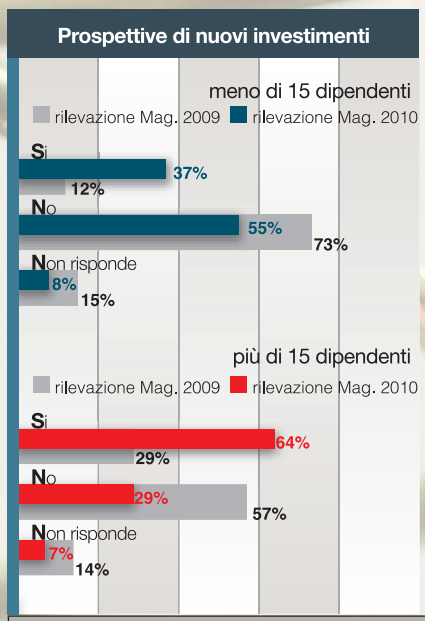
aziende con più di 15 dipendenti

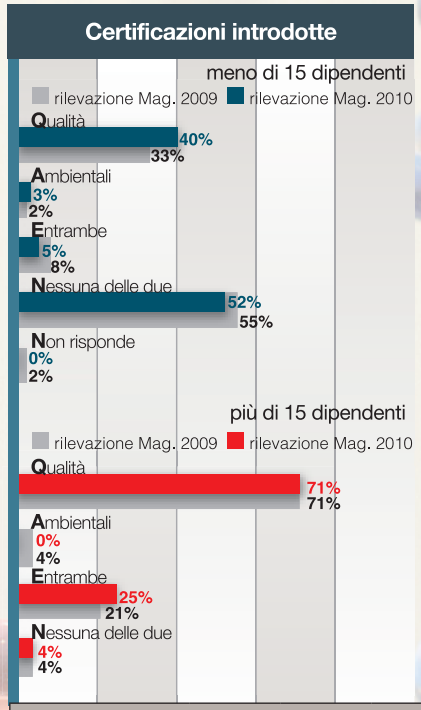
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
più avanzate	18%	17%	13%	19%	25%	14%
meno avanzate	32%	31%	35%	46%	29%	25%
uguali	36%	48%	40%	32%	43%	43%
non risponde	14%	5%	13%	3%	4%	18%

Prima di passare ai dati veri e propri, ci dica: non sente anche Lei un'aria di cauto ottimismo?
Con un 30% di fatturato in più nella nostra azienda e con il 30-40% di altre aziende associate, non è strano che si parli di ottimismo. In generale, comunque, nell'anno appena trascorso le aziende hanno mostrato una maggiore propensione all'acquisto, che deriva di solito da una maggiore fiducia nel mercato e quindi nella propria solvibilità. L'anno precedente eravamo troppo impegnati a gestire l'emergenza e abbiamo dimenticato, tutti, di essere imprenditori. Adesso dobbiamo tornare alla nostra funzione e ricominciare a pensare al futuro. Certo, non siamo soli a gestire le crisi e dipendiamo dalle condizioni economiche generali: non fanno bene le notizie che arrivano di tanto in tanto sulle finanze disastrate di certi paesi europei né certe manovre finanziarie destinate a ridurre la spesa. Personalmente, in questo momento mi preoccupano due cose: l'indice di fiducia dei consumatori dell'eurozona, che a fine maggio è stato segnalato a picco (a – 18 punti, arrivando a 98,4), e la tendenza alla crescita del costo delle materie prime. Queste sono nubi che potrebbero influire negativamente sulla sensazione di ottimismo che stiamo respirando dall'inizio dell'anno.

Venendo ai nostri risultati, la prevalenza di aziende piccole e piccolissime, che rimane anche dopo un anno di grande crisi, è un dato che è ormai impossibile commentare senza ripetersi. Con la crescita dimensionale del mercato, perché i mollifici continuano a restare piccole aziende familiari?
Siamo sinceri. Ci sono due fattori che continueranno a non far crescere

segue a pag. 44





Prospettive di nuovi investimenti

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
si	36%	40%	53%	49%	12%	37%
no	59%	59%	46%	43%	73%	55%
non risponde	5%	1%	1%	8%	15%	8%

aziende con più di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
si	70%	55%	80%	76%	29%	64%
no	30%	45%	20%	16%	57%	29%
non risponde	0%	0%	0%	8%	14%	7%

Certificazioni introdotte

aziende con meno di 15 dipendenti

Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
qualità	33%	26%	36%	30%	33%	40%
ambientali	0%	3%	0%	4%	2%	3%
entrambe	20%	24%	5%	8%	8%	5%
nessuna delle due	48%	45%	58%	58%	55%	52%
non risponde	0%	1%	1%	0%	2%	0%

aziende con più di 15 dipendenti

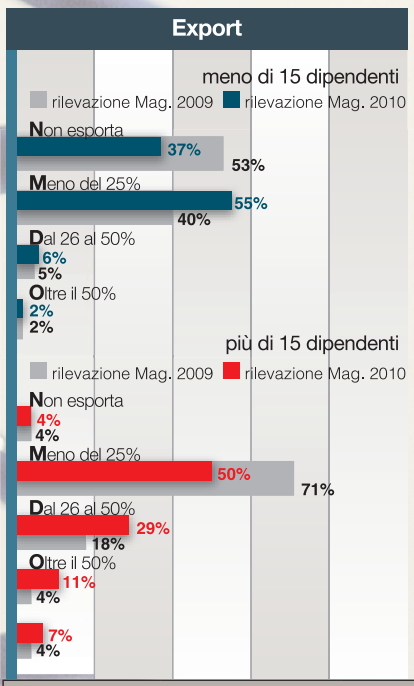
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
qualità	48%	50%	63%	73%	71%	71%
ambientali	2%	0%	3%	3%	4%	0%
entrambe	43%	45%	30%	19%	21%	25%
nessuna delle due	7%	5%	5%	5%	4%	4%
non risponde	0%	0%	0%	0%	0%	0%

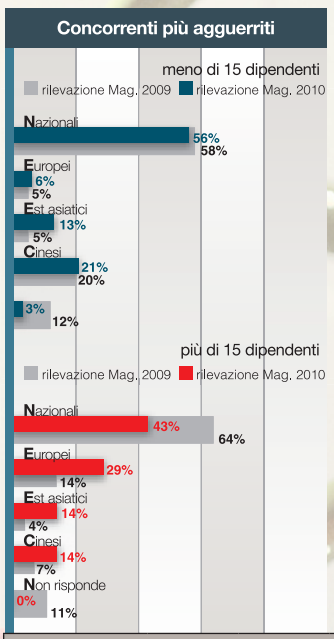
Cresce la fiducia nel mercato

segue da pag. 43

le aziende italiane, non solo i mollifici: il limite dei 15 dipendenti e la diffusione di una cultura del piccolo di cui siamo diventati veri maestri. Intendiamoci, siamo consapevoli del fatto che, come piccoli, possiamo fare poco e infatti stiamo imparando ad aggregarci. La stessa nostra associazione sta lanciando un marketplace delle materie prime, una piattaforma Internet dove gli associati potranno comprare e vendere filo fra loro per ottimizzare i rispettivi magazzini. È un primo passo, ma può aiutare i nostri imprenditori a superare la naturale diffidenza fra concorrenti e a stabilire nuove condizioni di collaborazione. Può sembrare un piccolo passo, ma non lo è. Quarant'anni fa, quando nacque la nostra associazione, c'era più diffidenza tra gli associati e una generale propensione a tenere per sé le proprie conoscenze, anche se spesso di dominio pubblico. Oggi, con i giovani subentrati ai padri fondatori, e sono i più, riusciamo a rendere realtà addirittura lo scambio di filo fra mollifici. Fra uno o due mesi sono sicuro che la piattaforma sarà utilizzabile. Me ne faccio garante.

Le risposte date alla domanda sull'andamento dei prezzi delle materie prime indicano un aumento degli intervistati che lo segnalano stazionario.
In base alle mie osservazioni, il prezzo delle materie prime nell'ultimo anno è cresciuto. I prezzi di rame, nickel, alluminio e acciaio, fatti ancora oggetto di azioni speculative, si sono impennati, soprattutto nel primo





Export

aziende con meno di 15 dipendenti						
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
non esporta	55%	49%	50%	49%	53%	37%
meno del 25%	41%	45%	45%	44%	40%	55%
dal 26 al 50%	2%	3%	1%	3%	5%	6%
oltre il 50%	2%	2%	4%	4%	2%	2%
aziende con più di 15 dipendenti						
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
non esporta	7%	14%	8%	3%	4%	4%
meno del 25%	70%	67%	55%	73%	71%	50%
dal 26 al 50%	16%	17%	33%	8%	18%	29%
oltre il 50%	7%	2%	5%	14%	4%	11%
non risponde	0%	0%	0%	3%	4%	7%

Concorrenti più agguerriti

aziende con meno di 15 dipendenti						
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
nazionali	57%	49%	71%	55%	58%	56%
europei	7%	10%	9%	10%	5%	6%
est asiatici	14%	13%	8%	14%	5%	13%
cinesi	0%	27%	11%	14%	20%	21%
altro	0%	0%	1%	0%	0%	0%
non risponde	2%	1%	0%	6%	12%	3%
aziende con più di 15 dipendenti						
Rilevazioni	Mag. 2005	Mag. 2006	Mag. 2007	Mag. 2008	Mag. 2009	Mag. 2010
nazionali	64%	48%	60%	46%	64%	43%
europei	25%	17%	33%	24%	14%	29%
est asiatici	2%	10%	0%	16%	4%	14%
cinesi	7%	24%	3%	8%	7%	14%
altro	0%	0%	0%	0%	0%	0%
non risponde	2%	2%	5%	5%	11%	0%

quadrimestre 2010, ma la tendenza di quasi tutti i metalli si è già invertita e nell'ultimo quadrimestre del 2010 potrebbe invertire la tendenza al rialzo anche l'acciaio. La domanda, anche se sicuramente aumentata nell'ultimo semestre, non è ancora sufficientemente forte per alimentare le attese rialziste di alcuni operatori del settore. Le lunghe attese per la consegna e le tensioni nel comparto dei prezzi sono dovute sostanzialmente ai magazzini quasi azzerati nel 2009 e alle riduzioni di personale attuate nell'ultimo anno.

Il fatturato dei mollifici continua a diminuire. Lo dice l'87% delle piccole aziende, contro il 52% dell'anno precedente, e lo conferma l'82% contro il 43% fra le aziende più grandi.
Il periodo più duro sono stati i mesi di aprile, maggio e giugno 2009, con il punto più basso a giugno. Poi c'è stata una leggera inversione di tendenza. Se oggi analizzassimo solo i primi mesi di quest'anno diremmo tutti che la tendenza è verso un aumento abbastanza significativo. Non si tratta però di un aumento generalizzato. Cominciamo infatti ad accorgerci che stanno dando frutti quei valori che abbiamo sottolineato in questi ultimi anni, come l'imprenditorialità, la capacità di costruire il prezzo, il rifiuto della vendita sottocosto, la capacità di costruire un proprio valore aggiunto. Le aziende che hanno puntato su tutto questo si presentano meno asfittiche e certamente non inserite in quel numero crescente di aziende insolvibili, di cui parlano, anche qui da noi, i direttori di banca.

Nell'ultimo anno, periodo esaminato dall'indagine, anche la produzione

segue a pag. 46

Cresce la fiducia nel mercato

segue da pag. 45

è segnalata in forte calo. Dunque, calo degli ordini. Quali settori hanno sofferto maggiormente?
Tutti, decisamente. L'8% l'automotive, il 6% gli elettrodomestici e poi la meccanica, l'illuminazione e l'edilizia. E anche dal punto di vista geografico: tutti gli stati europei hanno risposto alla crisi nello stesso modo. I fermi che si sono registrati in Italia ci sono stati, e in modo più imponente, anche in Germania. I nostri clienti tedeschi si sono fermati completamente.

Ora però si comincia a vedere uno spiraglio. Non Le sembra un dato positivo quel 71% di aziende con più di 15 dipendenti che hanno acquistato una macchina nell'ultimo anno?
Se andassimo ad analizzare questo dato nelle sue variazioni nell'ambito del periodo, ci accorgeremmo che gli acquisti sono stati fatti a partire da ottobre/novembre perché da quel momento le condizioni sono effettivamente cambiate. A mio giudizio, molto ha inciso il bonus Tremonti sugli investimenti produttivi, scaduto troppo presto, che ha spinto molti imprenditori ad anticipare tutti gli acquisti preventivati in un lasso di tempo maggiore.

Nell'acquisto di una macchina il fattore di scelta è ormai quasi esclusivamente il rapporto prezzo/prestazioni mentre in passato giocavano un ruolo importante anche gli altri criteri di selezione.
Il fatto è che l'assistenza post-vendita e i tempi di consegna non sono più fattori discriminanti, nel senso che sono parte integrante del prodotto stesso. Se pensiamo che anche noi mollifici ormai forniamo l'assistenza postvendita... Certo, stiamo parlando di macchine di un livello medio-alto. Se vogliamo pagare una macchina la metà del suo prezzo medio rivolgendoci al mercato cinese, non solo non troveremo l'assistenza, ma dovremo rinunciare anche alla qualità. Questo spiega perché alla recente fiera internazionale "Wire" di Düsseldorf non abbiamo visto molte macchine cinesi e soprattutto non abbiamo visto particolare entusiasmo per le macchine cinesi nei potenziali compratori europei.

Le macchine italiane però sembrano entusiasmare sempre meno. Solo il 14% delle grandi aziende le indicano più avanzate di quelle straniere.
La mia personale esperienza mi fa dire che le macchine italiane rispondono ancora ottimamente, soprattutto quando l'esigenza è di produrre in modo affidabile dal primo all'ultimo pezzo.