

UN MONDO FORMIDABILE!

Incontri appassionati, progetti stimolanti, persone straordinarie...il settore della macchina-utensile è pieno di sorprese e di soddisfazioni!

Cari lettori,

La realizzazione del decomagazine é in permanenza una fonte di sorprese! Incontri, scoperte, la ricerca dell'informazione che vi aiuterà ad apprendere, o a comprendere, un certo nuovo dato. La varietà degli argomenti é estremamente motivante. Riusciremo a trovare IL soggetto che vi permetterà di scoprire le ultime novità? quello che vi fornirà un'informazione in anteprima? quello che vi aprirà le porte del mercato? o molto più semplicemente quello che vi procurerà un momento di piacevole lettura?

Ancora una volta il nostro magazine é corposo e ricco di rivelazioni. Tra i tanti articoli scoprirete come la società TESA cambi ben quindici volte al giorno la messa a punto sulla sua MULTIDECO, come dei fabbricanti Svizzeri di utensili si siano raggruppati allo scopo di fornire le migliori prestazioni del mercato, come si possono identificare le parti di ricambio in Tornos, e molto altro ancora.

A volte, nel realizzare un articolo, a seconda degli accadimenti, un elemento diventa improvvisamente importante. Durante la preparazione di questo numero mi sono posto delle domande sul marchio, segno di riconoscimento e di identificazione. Che ne é del marchio nell'ambito delle macchine-utensili, settore razionale per eccellenza?

Consentitemi una parentesi: alcuni giorni or sono discutevo di zaini con mio figlio, con riferimento al mio nuovo acquisto "privo di marchio" ma molto pratico e perfettamente rispondente alle mie necessità. Ed ecco che mio figlio mi dice: "sai, visto il prezzo, avresti potuto prenderti un Dakine", decisamente molto meglio...Senza entrare nel merito della qualità né del valore, questo dialogo é stato rivelatore di una mentalità oggi largamente diffusa. Il consumatore vuole si acquistare un determinato prodotto ma nel contempo anche tutta la carica emotiva ed il vissuto che ad esso si associa.

In Tornos é stato aperto un cantiere "marchio" e io ho voluto sapere qualcosa di più, capire quale fosse il programma e quale riflessione vi fosse associata. Mi é stato detto che il progetto "marchio" faceva parte di un piano di sviluppo aziendale e che i valori del marchio sarebbero diventati a breve delle "regole" che avrebbero riguardato l'intera organizzazione. Interrogato sul perché del programma, il responsabile rileva l'importanza della coerenza dei valori, sia all'interno che verso l'esterno. In altre parole, solo questa coerenza può determinare una riflessione dello stile come quella fattami da mio figlio. Il messaggio deve essere chiaro, capito e vissuto da tutta l'azienda. In oltre deve corrispondere a degli elementi con i quali il cliente, o futuro tale, può identificarsi e sentirsi bene.

Abbiamo indagato per tentare di rispondere al quesito dell'importanza del marchio nel settore della macchina-utensile. Vi daremo modo di scoprire i nostri risultati nel prossimo numero del decomagazine.

Se avete commenti, idee, osservazioni inerenti questo editoriale o un articolo contenuto nella presente edizione, non esitate : aspettiamo i vostri messaggi al seguente indirizzo redaction@decomag.ch



Pierre-Yves Kohler
Caporedattore