

Il mercato del controllo di processo

In queste pagine presentiamo una ricerca di mercato condotta dalla società Cogent sul settore degli strumenti per la gestione e il controllo di processo. L'indagine dipinge un quadro dello scenario e delle dinamiche competitive in atto in questo mercato.

La ricerca di mercato sul settore degli strumenti per la gestione e il controllo di processo è stata condotta da Cogent nel periodo luglio-ottobre 2008. Complessivamente sono state intervistate 17 aziende del settore, per un totale di circa 35 interviste; per alcune aziende presenti in più segmenti di business è stato infatti necessario effettuare più di una intervista. Le interviste sono state tutte condotte face-to-face e sono state rivolte generalmente ai responsabili di prodotto e/o ai responsabili vendite. Il campione analizzato rappresenta il 75-80% circa del mercato totale.

Identificazione e segmentazione del mercato

Il settore analizzato è quello degli strumenti per la gestione e il controllo di processo. Sono stati presi in considerazione i seguenti segmenti di mercato:

- Misure di pressione
- Misure di temperatura
- Misure di livello
- Misure di portata (massici, magnetici, vortex, ultrasuoni)
- Analizzatori di gas
- Analizzatori di liquidi
- Valvole di regolazione

Le dinamiche competitive

Nonostante si sia assistito nel corso degli anni ad un progressivo processo di concentrazione nel settore, la concorrenza tra le imprese è aumentata. Il principale fattore che sta alla base dell'inasprimento della concorrenza è legato alla crescente competitività sui prezzi. Quasi tutte le aziende stanno attuando politiche di prezzo particolarmente aggressive. Se a ciò si aggiunge che la domanda nel corso del 2008 ha segnato un tendenziale rallentamento, che ha avuto il suo apice negli ultimi mesi dell'anno in concomitanza con la crisi economica e l'inizio della recessione, si spiega come mai il settore stia vivendo una fase di difficoltà e di estrema competitività tra le aziende.

Cogent è una società di servizi professionali alle imprese. L'azienda si occupa di ricerche e analisi di mercato, formazione e consulenza strategica.

Parallelamente a questi processi, è cresciuto via via il potere contrattuale dei clienti, soprattutto quello delle maggiori società di ingegneria, che hanno acquisito nel tempo una forza negoziale molto elevata. La costante ricerca da parte delle EPC dell'offerta più conveniente, unitamente alla bassa differenziazione dei prodotti disponibili sul mercato e, in certi casi, la relativa "facilità" di migrare da un fornitore all'altro, hanno contribuito a spostare gli equilibri a vantaggio delle società di ingegneria. Va comunque sottolineato che anche gli end user e gli OEM hanno ormai un potere di negoziazione abbastanza forte, anche se poi è possibile instaurare con queste tipologie di clienti un rapporto più durevole basato su una maggior fidelizzazione. Tutti questi fenomeni hanno portato ad una progressiva erosione dei margini operativi dei competitor, che nel corso degli ultimi anni si sono ridotti. Se si vanno ad osservare gli indici di redditività delle aziende (ROI, ROS, ecc.) si vede infatti come siano generalmente in flessione.

Il quadro competitivo che si va a delineare è pertanto abbastanza complesso, come del resto avviene nella maggior parte dei settori industriali in una fase di recessione.

Ciononostante, l'attrattività di questo business, se confrontata con altri settori simili, è ancora abbastanza buona. Alcune aziende già presenti nel mercato stanno infatti investendo in maniera significativa e secondo alcuni operatori intervistati non è da escludere l'ingresso sul mercato di nuove imprese. Le barriere all'entrata nel mercato non sono particolarmente elevate e ciò potrebbe favorire l'ingresso di qualche competitor (per esempio, nel segmento dei magnetici, nell'analisi dei gas, nelle valvole di regolazione), attraverso prodotti di basso prezzo o con soluzioni customizzate e di nicchia.

Dimensioni e trend del mercato

Il mercato nel suo complesso è stato valutato per il 2008 intorno ai 400-420 milioni di euro. Tale valore si riferisce al totale delle vendite effettuate a clienti nazionali (società di ingegneria, end user, OEM), indipendentemente dalla destinazione finale del prodotto, che può essere utilizzato anche all'estero.

Rispetto al 2007 si registra una leggera crescita nella prima parte dell'anno, mentre negli ultimi mesi del 2008 la domanda nel suo complesso è diminuita, in alcuni segmenti anche in maniera sensibile.



Il principale segmento di mercato in termini di volumi di vendita è quello delle valvole di regolazione, valutato attorno ai 140-150 milioni di euro.

Il 75-80% del mercato è rappresentato dalle valvole lineari, mentre le valvole rotative costituiscono il restante 20-25%. Le aziende leader di mercato sono Masoneilan ed Emerson Process Management. Tra i follower si segnalano Parcol, Flowserve, Spirax, Samson e Metso (quest'ultima specializzata nelle valvole rotative). I principali settori di sbocco sono rappresentati dall'oil&gas (che veicola oltre il 30% delle vendite), il petrolchimico (17-18%) e il refining (15%).

Un altro mercato particolarmente ampio è costituito dalle misure di portata che vale nel suo complesso attorno ai 70 milioni di euro. Al suo interno, i massici e i magnetici (valutati rispettivamente attorno ai 30 e ai 28 milioni di euro) sono i segmenti che incidono maggiormente in termini di fatturato.

Nei massici, mercato abbastanza concentrato, Endress+Hauser ed Emerson Process Management condividono la leadership, mentre nel mercato dei magnetici il leader è Endress+Hauser seguita da Krohne. Tra gli altri player presenti nei segmenti dei massici e dei magnetici si segnalano ABB, Yokogawa, Siemens, Invensys. Decisamente più ristretto è il mercato dei vortex (stimato attorno ai 5 milioni di euro), mentre il segmento degli ultrasuoni (per gas e per liquidi) viene valutato complessivamente attorno ai 6-7 milioni di euro.

Negli ultrasuoni per gas il leader è Emerson Process Management; tra le altre realtà presenti in questo mercato si segnalano Elster, Socrate (azienda distributrice) e GE Sensing. Negli ultrasuoni per liquidi la leadership spetta invece a Krohne.

Per quanto riguarda gli altri strumenti di misura, quello delle pressioni è il mercato più rilevante in termini di fatturato, essendo stimato attorno ai 60 milioni di euro.

Le misure delle temperature e le misure di livello sono stati valutati rispettivamente pari a 30 e a 32 milioni di euro. Emerson Process Management è leader di mercato nelle misure di pressione, mentre ad Endress+Hauser spetta la leadership nelle misure di temperatura e nei livelli. Le altre principali aziende che operano in questi mercati sono ABB, Yokogawa, Siemens, Honeywell, Invensys, Vega (quest'ultima molto forte nelle misure di livello).

Il segmento dell'analisi dei gas è valutato attorno ai 65 milioni di euro, suddivisi tra analisi dei gas di processo ed analisi dei gas di emissione. I principali competitor presenti nell'analitica di processo sono Socrate, Siemens (leader nel mercato dei gas cromatografi), ABB, Emerson Process Management e Yokogawa, mentre nei gas di emissione il principale player di mercato è ABB, particolarmente forte nel settore degli inceneritori grazie all'applicazione della tecnologia FTIR.

Relativamente più ristretto è infine il mercato dell'analisi dei liquidi, valutato attorno ai 10 milioni di euro. L'analitica per liquidi può essere suddivisa in depurazione civile (mercato in cui Endress+Hauser occupa una posizione di primo piano) e depurazione industriale. Quest'ultima, a sua volta, può essere sottosegmentata in depuratori industriali (raffinerie, impianti chimici, ecc.) di tipo "pericoloso" (in questo mercato il principale competitor è Emerson Process Management) e centrali (caldaie, power, ecc.) di tipo "non pericoloso" (mercato in cui

è invece molto forte ABB).

I fattori critici di successo

I fattori critici di successo sono stati individuati e ponderati attraverso le interviste rivolte ai vari competitor. Dall'analisi effettuata si rileva che il prezzo è il principale fattore di successo in tutti i segmenti di mercato analizzati e in particolare sul canale EPC.

Molto importante rimane comunque la qualità/affidabilità del prodotto, sebbene un certo "appiattimento" generalizzato degli standard ne abbia in parte ridimensionato il peso.

Altri fattori ritenuti molto importanti sono la capillarità distributiva (fondamentale sul canale end user ma anche per servire gli OEM), l'ampiezza di gamma e la capacità di coprire con la propria offerta tutti (o più) i segmenti di mercato.

Un macro-fattore considerato molto importante dalle aziende intervistate è il servizio al cliente, inteso come velocità e puntualità di consegna (fattore che sta diventando sempre più importante, in modo particolare nel mercato delle valvole di regolazione), velocità progettuale ed esecutiva, "affiancamento" al cliente nella fase progettuale e assistenza tecnica.

Altri fattori importanti, ma con un impatto meno rilevante sul business, sono la base installata (importante soprattutto negli strumenti di misura, funziona generalmente come "barriera all'ingresso" sul cliente) e l'innovazione di prodotto, anche se quest'ultima sta via via perdendo parte della sua storica importanza; di innovazioni "reali" nel settore ce ne sono ormai poche e spesso si tratta solo di nuove realises o estensioni di gamma.

La tecnologia è "diffusa" e abbastanza "replicabile"; è importante se viene utilizzata come elemento differenziante o come strumento per specializzarsi in un determinato settore di sbocco.

La specializzazione settoriale è un fattore importante ed ha consentito ad alcune aziende (è il caso per esempio di imprese come Metso e Spirax, specializzate rispettivamente nei settori del pulp&paper e del vapore) di acquisire un vantaggio competitivo durevole.

Cresce infine l'importanza di alcuni fattori cosiddetti "secondari", tra cui: la capacità di "comunicare" al cliente, la gestione della relazione con il cliente e la capacità di fornire un prodotto/servizio customizzato.

TABELLA 1: Fattori critici di successo

	Grado di importanza	Tendenza		Grado di importanza	Tendenza
Prezzo	4	↑	Capillarità distributiva	3	↔
Qualità del prodotto	3	↓	Base installata	2	↔
Velocità e puntualità (log. e serv.)	3	↑	Assistenza tecnica	3	↔
Tecnologia	2	↓	Brand	2	↔
Ampiezza di gamma	3	↔	Innovazione	2	↓
Specializzazione settoriale	2	↑	Comunicazione e relazione con il cliente	1	↑

Grado di importanza - valutato da 1 (basso) a 4 (alto)

1

Tendenze di mercato

La congiuntura negativa e la recessione in atto fanno prevedere per il 2009 un ulteriore sensibile rallentamento della domanda. Una leggera ripresa si dovrebbe invece registrare a partire dal 2010.

A livello di singoli segmenti, nei prossimi anni si dovrebbe andare verso una progressiva affermazione dei misuratori ad ultrasuoni (soprattutto per liquidi), che sostituiranno via via le misure fatte con i contatori volumetrici.

Nel complesso gli ultrasuoni dovrebbero erodere quota, oltre che ai contatori volumetrici, anche a turbine e vortex.

Massici e magnetici proseguiranno a crescere, seppur a tassi contenuti. Per questo tipo di strumenti le opportunità più interessanti sono legate ai settori del gas e del power.

Per quanto riguarda gli altri strumenti di misura (pressioni, temperature e livelli) si prevede una sostanziale stabilità della domanda.

L'affermazione del wireless potrebbe favorire una rivitalizzazione delle misure di pressione.

Il mercato dell'analisi dei gas dovrebbe crescere a tassi contenuti. Il segmento dell'analitica di processo è caratterizzato da un andamento ciclico, ma nel complesso vive una fase di maturità. All'interno di questo mercato vi sono nicchie (per esempio quella del BTU) che potrebbero registrare nei prossimi anni crescita significative. Più vivace appare invece il segmento dei gas di emissione, dove si presentano opportunità



interessanti legate per esempio al biodiesel, all'introduzione di strumenti per la misura del CO₂ e, in generale, ad una maggior sensibilità agli aspetti ambientali.

Nell'analitica per liquidi i segmenti più dinamici, anche in prospettiva, sono quelli della depurazione civile e gli analizzatori per centrali, in virtù degli investimenti e delle nuove applicazioni che potrebbero esserci nei prossimi anni.

Per quanto riguarda infine il segmento delle valvole di regolazione, nuove opportunità potrebbero aprirsi dall'introduzione nel mercato delle cosiddette valvole "intelligenti" in grado di integrarsi con altri strumenti o dalla creazione di nuove linee di valvole rotative.

readerservice.it - n. 27



readerservice.it n.22972

UNA MINIERA DI IDEE: TUTTE LE NOVITÀ CHE MUOVONO IL MONDO CONCENTRATE IN UN UNICO EVENTO

Solo ad Hannover - tutte le tematiche più attuali per lo sviluppo dei prodotti:

- Nuovi materiali, materie prime e metodi
- Servizi per ricerca & sviluppo, transfer tecnologico
- Adatttronica
- Certificazione/normalizzazione/brevetti
- Microtecnologia e nanotecnologia
- Lavorazione dei micromateriali
- CAD/simulazioni/sviluppo software
- Product Lifecycle Management (PLM)
- Condition Monitoring Systems
- Tecnologia degli azionamenti e dei fluidi
- Tutela contro il plagio
- Rapid X / Prototyping

Partner Country **KOREA**
The Best of Innovation



GET NEW TECHNOLOGY FIRST
20-24 APRIL 2009

hannovermesse.com

Deutsche Messe Hannover Germany

Fiera di Hannover - www.hf-italy.com - Tel +39 02 70633292 - info@hf-italy.com