

Mercato USA: a che punto siamo

Le dimensioni del mercato statunitense sono talmente ampie da renderlo un 'sorvegliato speciale': tutto il mondo ne tiene continuamente sotto controllo lo stato di salute. Nel 2011 si sono registrati alternativamente periodi di forza e di debolezza; nel complesso, però, la domanda di tecnologia per l'industria è stata consistente, facendo prevedere per il 2012 una crescita lenta, ma costante. Secondo le stime di AMT-The Association for Manufacturing Technology (www.amtonline.org), la 'rinascita' che il comparto manifatturiero sta vivendo, dopo la dura battuta d'arresto del 2008, è senza precedenti. I più recenti ordini di soluzioni tecnologiche per il manufacturing in USA portano il giro d'affari complessivo fino a questo momento dell'anno a quota 4.529,11 milioni di dollari, l'80,5% in più rispetto al 2010, cifra al secondo posto fra quelle più alte registrate negli ultimi 15 anni. E a ottobre, gli ordini avevano già superato la quota realizzata nel 2007.

Al di là della tecnologia per il manufacturing, l'intero mondo dell'industria negli Stati Uniti appare in forze. Nonostante la tendenza all'offshoring riscontrata gli anni passati, il valore della produzione manifatturiera USA è aumentato di circa un terzo fra il 1972 e il 2008, arrivando a 1,65 trilioni di dollari. Sebbene la Cina abbia coperto nel 2010 una quota del

mercato manifatturiero globale pari al 19,8%, gli Stati Uniti si sono dimostrati in prima linea con una quota del 19,4%.

Aziende fra hardware e software

In alcuni articoli ho parlato della start up **ThingWorx**. Gli imprenditori del software, Russ Fadel e Rick Bullotta (Lighthammer) hanno dato vita a quella che hanno definito "la prima piattaforma applicativa per il mondo interconnesso". La nuova realtà è cresciuta passo dopo passo, stringendo partnership con una lista sempre più lunga di clienti attivi in ambiti quali m2m, manifatturiero, healthcare, energie, smart grid e infrastrutture, stampa, con utenti desiderosi di rinnovare le proprie attività operative tramite la nuova Connected Application Platform. Dalla nascita nel 2011, lo staff di ThingWorx è cresciuto del 300%, arrivando a includere Phil Huber, l'ingegnere del software che ha co-creato Wonderware.

Nel frattempo ci si sta chiedendo quale sarà la strategia di **Invensys** dopo l'improvviso 'abbandono' da parte di Sudipta Bhattacharya a capo di Invensys Operations Management e il ritorno di Mike Caliel. Alcune mie considerazioni si possono leggere sul blog *Gary Mintchell's Feed Forward*. Una volta ho discusso di strategia con un CEO saggio e dalla lunga esperienza; lui mi disse che un'azienda si può definire 'hardware company' oppure 'software company', ma non può essere tutte e due le cose insieme. I due modelli di business sono infatti troppo differenti per poter collimare e combinarsi in un'unica realtà. È possibile che la stessa azienda venda sia strumentazione e sistemi di controllo (PLC, controlli), sia applicativi software (MON, MES o ERP)? Il mio 'mentore' ha detto 'no'. Personalmente ritengo che **Wonderware**, se rimarrà una realtà a se stante, continuerà a essere una software house di primo piano. Le sue nuove architetture si sono arricchite delle soluzioni Skelta, workflow e MES al di sopra del livello HMI/Scada: combinazione perfetta. Ora la domanda è: Wonderware è forse troppo piccola per rimanere da sola? Non posso essere sicuro della risposta, ma non credo.

E il resto di Invensys Operations Management? Io sottoscriverei il lavoro e le idee di Peter Martin e presenterei l'azienda come una realtà che dispone della 'vision', del personale e dei prodotti giusti per aiutare i clienti a risolvere i loro problemi di business e produzione. Certo, il cliente usa sempre DCS, strumentazione e affini, ma quest'azienda non vende solo prodotti, bensì idee che possono aiutare a essere più profittevoli.



Gary Mintchell, editor in chief della rivista Automation World, U.S.
gmintchell@automationworld.com - www.automationworld.com