

Produttori di strumenti per la diagnostica in ORL Resonance, voglia di crescere

Il nuovo marchio per il mercato dell'audiologia è stato creato tre anni fa dalla società MRS, specializzata nella progettazione e nella realizzazione di schede ed insiemi elettronici: offre una gamma completa di strumenti di analisi dell'orecchio medio e di audiometri clinici e diagnostici per ogni ambiente e tipo di test. Motivata a sviluppare nuovi prodotti in base alle esigenze dei mercati reali, questa impresa bergamasca sta costituendo una rete distributiva caratterizzata da un alto livello di servizi alla clientela. *Audiology Infos* l'ha visitata intervistando Mario Cambiaghi, responsabile del marchio Resonance.



MRS - RESONANCE



Il logo del marchio ORL della società MRS.

La manovra di Valsalva è una tecnica di compensazione forzata dell'orecchio medio utilizzata principalmente nell'ambito dell'attività subacquea. Antonio Maria Valsalva (1666-1723) fu un medico italiano che sviluppò, durante la sua carriera e i suoi studi, una grande passione per l'indagine rigorosa e scientifica dell'orecchio. La manovra che porta il suo nome è stata utilizzata fino ai giorni nostri, talvolta come test delle funzioni cardiache: è usata nell'otorinolaringoiatria per lo studio della timpanometria, per il rapporto tra l'impedenza acustica e la pressione esercitata sulla membrana del timpano. È basata sulle modificazioni dell'elasticità del sistema timpano-ossiculare, che si producono variando la pressione nel meato acustico interno.

Gli strumenti diagnostici in ORL, oggi

Il mercato di audiometri ed analizzatori di orecchio medio moderni copre certamente una quota di nicchia, peraltro abbastanza frammentata: diverse ditte di piccole dimensioni si sono specializzate su questi prodotti, garantendo ai professionisti un'offerta ampia. Accanto a marchi di peso inferiore si posizionano i due esponenti maggiori, Interacoustics e Maico Diagnostics del gruppo William Demant, che rivestono il ruolo di leader in quest'ambito della

diagnostica ORL. La scelta allora è crescente.

Di recente si è affacciato sul mercato un nuovo protagonista italiano, che si presenta con una linea di audiometri, analizzatori di orecchio medio e combinati completa ed innovativa: MRS, forte di un'esperienza ventennale nel campo dell'elettronica, ha debuttato con il marchio Resonance. Pasquale Cambiaghi, titolare e fondatore, di esperienza ne ha maturata per trent'anni: con MRS, dal 1995, progetta e realizza schede ed insiemi elettronici nei settori medicale, dell'illuminotecnica, automotive e dell'automazione industriale. «*Vantiamo una forte tradizione di collaborazione con Amplifon, in particolare per gli strumenti a marchio Amplaid. La multinazionale ha affidato a MRS la progettazione e la produzione di dispositivi diagnostici e clinici di alta gamma per materiali e affidabilità*», dichiara Mario Cambiaghi, direttore operativo di Resonance e uno dei tre figli del patron. Collaborando con Amplifon già negli anni 1985-'88, Cambiaghi padre con MRS ha cominciato ad assemblare i primi audiometri e analizzatori di orecchio medio, strumenti alla base del knowhow di oggi, per costruire schede rispondenti alle necessità degli operatori. «*Abbiamo sviluppato sistemi elettronici complessi per aziende importanti della grande distribuzione e della componentistica per auto, e questo ci ha permesso di accedere*

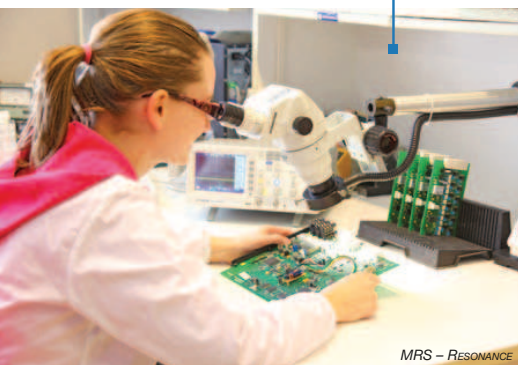
MRS - RESONANCE



Il titolare e fondatore della MRS, Pasquale Cambiaghi, padre dei suoi tre attuali più stretti collaboratori.



Ritratto di famiglia nella sede dell'azienda: con il padre, Pasquale Cambiaghi, i tre figli Mario, Roberto e Stefano.



Un'addetta del laboratorio aziendale di Gazzaniga, nella bergamasca Val Seriana, dov'è nato e viene prodotto il marchio Resonance.



Mario Cambiaghi è il figlio che più di ogni altro guarda all'estero: direttore operativo del marchio Resonance, sta cercando di costruire anche in Europa una rete distributiva dei prodotti ORL aziendali.

a canali privilegiati diretti con produttori di microprocessori e componentistica elettronica di alta qualità, che hanno messo a nostra disposizione una tecnologia di livello superiore. MRS, pertanto, ha riversato tutta la sua esperienza ed i contatti acquisiti nella progettazione e nella produzione dei prodotti Resonance».

Relazioni aziendali e successo

La collaborazione tra MRS e Amplifon è stata lunga e proficua per entrambi: il centro ricerche interno alla multinazionale individuava gli ambiti di progettazione, che venivano poi sviluppati e realizzati dalla ditta bergamasca. «Ad esempio, Roberto Ferrari, responsabile di supporto tecnico di Resonance, era anche il responsabile post-vendita di Amplaid», racconta Mario Cambiaghi durante la visita dello stabilimento di Gazzaniga, in Val Seriana, poco lontano da Bergamo. Tutto continuò fino alla fine degli anni 1990, quando Amplifon decise di chiudere il centro ricerche di Milano pur mantenendo sul mercato il marchio Amplaid: «Questa decisione offrì a MRS la prospettiva di sviluppare nuovi dispositivi: oltre all'assemblaggio, infatti, progettiamo e realizziamo impedenzometri e audiometri distribuiti in tutto il mondo», spiega Cambiaghi.

Nel 2009 Amplifon ha scelto di non vendere più dispositivi di misurazione e dichiarato Amplaid marchio "dormiente". Un'altra decisione che avrebbe potuto mettere in difficoltà MRS, che invece ha deciso di considerarla un'opportunità, offrendosi di continuare la collaborazione con la multinazionale attraverso un diverso approccio: sfruttare la conoscenza e l'esperienza acquisite continuando a produrre impedenzometri ed audiometri, progettando una nuova linea di dispositivi sempre più evoluti e in linea con le richieste del mercato, dando vita – in una parola – al brand Resonance. Così la casa bergamasca si è affermata con una solida ed autorevole reputazione nello sviluppo di apparecchiature audiologiche performanti, sofisticate ed avanzate, rimanendo partner di primo piano di Amplifon Italia. Per offrire soluzioni all'avanguardia dal grande valore aggiunto, MRS investe con convinzione in collaborazioni di alto livello con università e centri di ricerca in tutta Italia ed all'estero.

«Negli ultimi due-tre anni abbiamo rinnovato e ottimizzato completamente i nostri prodotti ma, per offrire anche un segnale di continuità ai clienti acquisiti, abbiamo scelto di mantenere lo stesso

involucro. Uno degli aspetti da migliorare in futuro è sicuramente il design, ora però è più importante per noi far conoscere il marchio Resonance come segno di prodotti e servizi efficienti ed affidabili, piuttosto che esteticamente accattivanti», continua Mario Cambiaghi, spiegando l'odierna filosofia produttiva.

Resonance, un presente da protagonista

MRS fornisce i prodotti a marchio Resonance con tre anni di garanzia, che si può estendere per altri due, poiché l'azienda scommette sulla qualità dei suoi manufatti. «Non tutti possono affermare con convinzione di essere orgogliosi delle proprie creazioni, noi invece conosciamo il livello di accuratezza della lavorazione e dei controlli che eseguiamo: la nostra esperienza e la capacità di progettare, disegnare, realizzare e calibrare schede elettroniche, al meglio delle tecnologie e dei materiali disponibili, sono uniche. Un esempio? La gamma dei nostri dispositivi medicali arriva a coprire fino a 20.000 Hz», sostiene Mario Cambiaghi, consapevole del valore del proprio lavoro.

I componenti dei dispositivi vengono acquistati o creati con cura all'interno di MRS. Un altro esempio: per generare pressione nell'orecchio, necessaria per le misurazioni dei timpanometri, la ditta utilizza una pompa che lavora senza bisogno di manutenzione. «Alcuni componenti devono essere acquistati da fornitori monopolisti del mercato, come il boneconductor o il transducer, pertanto la scelta è limitata», spiega Cambiaghi. Le decisioni di eccellenza si ripercuotono positivamente su tutta la gamma, in particolare sui nuovi prodotti come il Resonance R35C, uno strumento perfetto per chi cerca un modello combinato per impedenzometria e audiometria. È un combinato completo, con il quale si possono eseguire tutti i test clinici relativi. «Esistono sul mercato anche articoli comparabili, ma che nella maggior parte dei casi offrono solo qualche funzione audiometrica», osserva Roberto Ferrari, responsabile per il supporto tecnico di Resonance: «in Italia stiamo ricevendo parecchie richieste per questo tipo di apparecchio, un combinato capace di offrire un display con 7" pollici TFT, soluzioni per qualsiasi diagnosi, la possibilità di memorizzare i dati con chiave USB che include naturalmente l'uso di Noah®».

Sfida globale e distribuzione

La famiglia Cambiaghi è pronta a sostenere la sfida dei mercati internazionali con Resonance, anche in considerazione dello sviluppo passato



MRS - RESONANCE

Ogni fase produttiva viene gestita con attenzione e cura, nel segno dell'eccellenza artigianale italiana, per essere pronti alle nuove sfide che il mercato globale richiede.



MRS - RESONANCE

Lo stabilimento di Gazzaniga, Bergamo, dove la società MRS produce i suoi articoli elettronici.



MRS - RESONANCE

Strumento diagnostico Resonance.

con Amplaid: «*Quelli sono sempre stati considerati prodotti affidabili e di alto livello dal punto di vista tecnico, necessitavano di poca manutenzione ed erano riconosciuti dagli utilizzatori come importanti, ma con un solo difetto: il servizio post-vendita*», ammette il fondatore Pasquale, ancora in prima linea nel reparto produttivo. Il figlio Mario ne è consapevole: «*Prima di Resonance il servizio post-vendita era carente, invece è importante sostenere i clienti in ogni momento e oggi questo è uno dei punti di forza della nostra filosofia. Medici ed audioprotesisti non hanno tempo di consultare il manuale d'uso per ore, devono disporre di istruzioni chiare per installare l'apparecchio in poco tempo e di un esperto a disposizione per qualsiasi dubbio. La sfida di Resonance è essere ben preparati ad ogni eventualità, per rispondere alle richieste dell'utente finale*».

La politica commerciale di MRS è parte di questo nuovo approccio e prevede la presenza di un distributore esclusivo per ciascuna area, a seconda delle dimensioni e potenzialità: «*Desideriamo offrire al nostro referente di zona un prodotto di qualità con il vantaggio di non aver concorrenza sul suo territorio, e garantiamo che gli verrà inoltrata ogni richiesta a noi eventualmente indirizzata. La vendita diretta ai clienti da parte nostra è esclusa con un accordo, proprio per tutelare il lavoro dei nostri distributori*», spiega Cambiaghi. A queste condizioni si aggiunge il massimo supporto in termini di marketing, informazioni sui prodotti e sulle vendite. Una rete distributiva ben organizzata e addestrata con training e aggiornamenti produce un miglioramento sostanziale anche della fase post-vendita: «*Motiviamo il distributore ad essere attivo sul suo territorio e, grazie alla formazione, garantiamo al cliente finale un servizio di alto livello*».

L'accento sulla formazione

Da questa convinzione deriva la seconda priorità dell'azienda per il marchio Resonance: la formazione e la riqualificazione vengono effettuate da MRS. Il distributore, secondo Cambiaghi, deve essere dotato di tre qualità: «*Essere proattivo nelle vendite, offrire un servizio ai clienti adeguato, seguire un percorso di training professionale ed essere sempre aggiornato sulle novità del mercato. Visitando medici e audioprotesisti, egli può fornire indicazioni importanti al produttore per lo sviluppo di strumenti futuri e l'evoluzione di quelli presenti. Un esempio riguarda gli audiometri, che nel tempo sono stati resi più semplici in base alle esigenze del mercato e oggi, in alcuni casi, richiedono al massimo quattro frequenze. Se il distributore è in grado di rilevare*

una simile situazione, il fabbricante può sviluppare o modificare i prodotti in linea con le richieste degli utenti».

Costruire una rete distributiva significa penetrare nuovi mercati. MRS mira a sostenere interessi e investimenti dei distributori per conquistare nuovi ambiti commerciali e condividerne il successo. Una rete di rivenditori, pure limitata o recente, ma forte di partner motivati, determinati e ben formati, ha già permesso a quest'azienda una presenza stabile e significativa su mercati importanti. «*In questo momento serve più finanziare l'ingresso in nuove aree che investire su quelle già sviluppate. Per questo il marchio Resonance è presente su zone in crescita come Asia, Brasile, Medio Oriente e Turchia*», dichiara Cambiaghi.

La collaborazione stretta fra distributore e produttore è la chiave di volta della politica commerciale e aziendale del brand, e l'estensione su più ampi contesti geografici agevolerà la crescita economica dell'impresa. A causa delle complicate procedure di ingresso della FDA, Food and Drug Administration, solo gli Stati Uniti sono, al momento, esclusi dalle mire MRS, che intende invece rafforzare la presenza in Europa, Asia e Paesi emergenti. Nel Vecchio Continente la sfida è ancora aperta: «*Al momento siamo presenti in Italia e Spagna e stiamo lavorando per definire altri distributori in un mercato consapevole, evoluto e altamente concorrenziale. La difficoltà oggi è trovare partner interessanti, pronti a raccogliere la sfida con noi: questi sono i nostri piani di espansione per i prossimi anni*», conclude Mario Cambiaghi, rimarcando l'importanza dei distributori per l'azienda.

Verso OAE e ABR

MRS non ha mai smesso di progettare e produrre gli articoli del catalogo iniziale e, contemporaneamente, ne ha sviluppati di nuovi, come il combinato e l'audiometro pc-based. Convinta della propria leadership nella realizzazione di schede e di componentistica elettronica, l'azienda bergamasca intravede un'opportunità non soltanto commerciale: «*I prodotti Resonance non temono i paragoni, né la concorrenza. Noi ci differenziamo sia per tecnologia sia per filosofia distributiva e desideriamo crescere*», chiude il figlio del patron. Il prossimo obiettivo sarà, in ogni caso, l'elaborazione di sistemi per emissioni otoacustiche (OAE) e potenziali evocati (ABR).

A Valsalva sarebbe piaciuto che una famiglia bergamasca cerca con tale passione soluzioni innovative per l'indagine dell'orecchio. ■

Jan-Fabio La Malfa