



Il Giappone visto dall'Italia

Invitata all'ottava edizione di CSPI, la più grande fiera nipponica delle macchine da costruzione, la redazione di Macchine Edili ha raccolto le impressioni degli organizzatori e quelle degli espositori italiani presenti a Chiba (Tokyo) insieme a Unacea

Nella vita di un giornalista capitano talvolta incarichi diversi da tutti gli altri, perché coincidono con esperienze in mondi lontani dalla propria comfort zone, non soltanto sul piano geografico. Di quella che si è svolta dal 17 al 20 giugno scorsi tra i padiglioni della Makuhari Messe a Chiba, nella Grande Area di Tokyo, chi scrive è tutto-

ra grato all'organizzazione di CSPI, il maggior evento fieristico del mercato construction giapponese e asiatico, che ha invitato Macchine Edili a raccontare l'ottava edizione: un'opportunità storica per la stampa di settore italiana, vista la vocazione prettamente nazionale o comunque continentale dell'evento.

Scoprire un Paese e la sua cultura attraverso il filtro di un ambiente professionale può essere più stimolante che farlo da semplice turista, perché affinità, differenze e spunti di riflessione emergono con più chiarezza e a una velocità doppia, quando si lavora. Per questo, oltre al punto di vista degli organizzatori, abbiamo raccolto quelli delle aziende del nostro Paese raccolte intorno a Unacea negli stand rosso bandiera del Padiglione Italia: il Giappone raccontato nelle pagine seguenti è anche e soprattutto quello visto attraverso i loro occhi.



Le aree espositive interne di CSPI 2026 presso la Makuhari Messe di Chiba (Tokyo)

Tetsuya Tani, Presidente del Comitato Esecutivo e fondatore di CSPI

CSPI 2026: numeri record e partnership con Unacea

Subito dopo la cerimonia inaugurale del 17 giugno, abbiamo avuto la possibilità di incontrare in sala stampa

Tetsuya Tani, Presidente del Comitato Esecutivo e fondatore di CSPI, che, insieme all'organizzatore Takahiro Takagi, ha risposto alle nostre domande sull'evento e la collaborazione con Unacea.

“Questa edizione di CSPI è la più grande che abbiamo mai organizzato” ha spiegato Tani “perché partecipano 606 aziende, per un totale di circa 3.450 stand, distribuiti su un'area espositiva di circa 60mila metri quadrati. Rispetto al 2025, quando le aziende erano circa 400, la crescita è stata di circa una volta e mezzo”.

La manifestazione è articolata in una varietà di temi

Unacea e CSPI: la storia continua

Per Unacea, quella con CSPI è una collaborazione ormai consolidata, avviata nel 2021 con le prime partecipazioni collettive e rafforzata anno dopo anno.

“Pensavamo fosse difficile lavorare in Giappone, un grande Paese produttore, ma abbiamo scoperto che c'era spazio per far conoscere attrezzature e macchine italiane”

racconta il Managing Director Luca Nutarelli. “Soprattutto, abbiamo trovato un interesse che non ci aspettavamo”. Secondo Nutarelli, proprio il comparto delle attrezzature rappresenta il terreno più promettente:

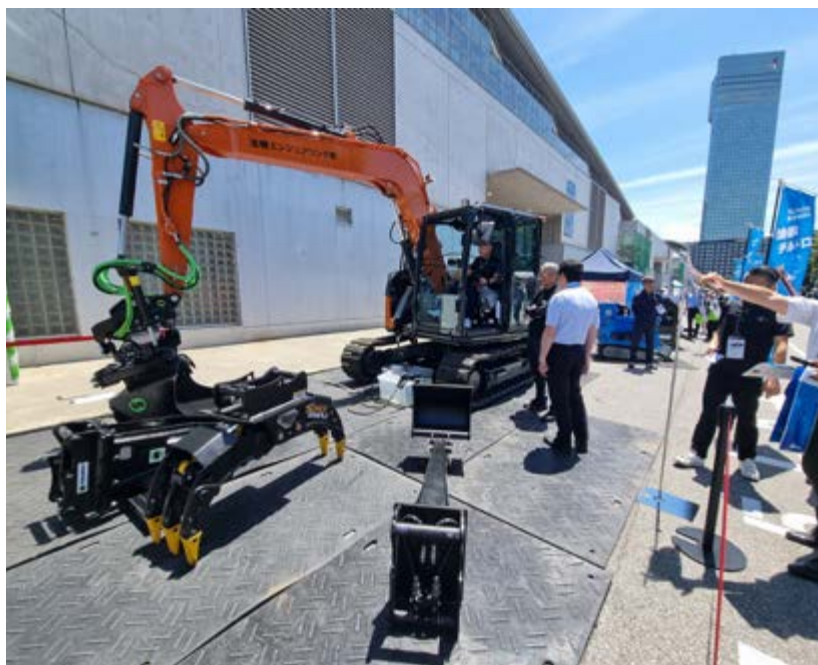
“L'Italia è il principale produttore mondiale e abbiamo visto che benne, vagliatrici, selezionatrici e compattatori possono offrire un contributo concreto all'efficientamento dei cantieri giapponesi”. Un mercato, tuttavia, da affrontare in modo consapevole: “Non si deve arrivare qui con un atteggiamento ‘mordi e fuggi’. Servono pazienza, materiale in giapponese e interpreti preparati. Il cliente non è lento: è un professionista che vuole conoscere nei dettagli il



Luca Nutarelli, Managing director di Unacea

prodotto e l'azienda”.

La forte attenzione del mercato nipponico verso automazione e produttività rappresenta un'ulteriore opportunità per le imprese italiane: “Qui il tema più rilevante non è costituito dal prezzo, ma dai vantaggi che una macchina o un'attrezzatura può portare. E questo rappresenta una sfida meravigliosa, perché ci consente di proporre la parte più avanzata della nostra tecnologia”. Nutarelli ha infine espresso un giudizio molto positivo sul rapporto con gli organizzatori della manifestazione: “Ci hanno accompagnato nella realizzazione del Padiglione Italia con grande cura. Quella tra CSPI e Unacea è una collaborazione win-win, davvero un modello da seguire”.



**Le live demo
nelle aree esterne**

e aree espositive: “Il vero valore consiste nel fatto di riunire in un unico luogo tutti i principali produttori giapponesi, dai costruttori di macchine ai produttori di droni, fino alle software house e a molti altri operatori.

CSPI copre insomma l'intero comparto delle costruzioni e anche il settore del rilievo e della topografia: questa completezza rappresenta il suo principale punto di forza, anche perché siamo stati i primi a proporre tale connubio”.

Tra le ragioni di fondo della fiera c'è anche un problema che il Giappone condivide con l'Italia: la forte carenza di manodopera e attrattività verso i giovani.



Matteo Gordini,
Sales Manager
di Gordini srl



Luca Toneatti,
Export & R&D Manager
di Outset On Board
Weighing

Made in Italy in Giappone: i protagonisti

Al di là delle rispettive proposte tecnologiche presentate, gli espositori italiani hanno restituito l'immagine di un mercato che premia qualità, affidabilità e rapporti costruiti nel tempo. Per Gordini srl la prima partecipazione a CSPI rappresenta soprattutto l'occasione per individuare un partner locale interessato a valorizzare attrezzature made in Italy di nicchia. Outset On Board

Spiega Tani: “Si tratta di un problema che riguarda l'intero settore delle costruzioni ed è condiviso a livello mondiale. In Giappone la situazione è aggravata dall'invecchiamento della popolazione e dal calo delle nascite. Per questo motivo è indispensabile aumentare la produttività.

E, in effetti, CSPI è nata proprio come fiera dedicata all'incremento della produttività nel settore. Dallo scorso anno abbiamo introdotto anche una quarta giornata dedicata ai più giovani, nel corso della quale gli alunni delle scuole elementari possono visitare la manifestazione e provare direttamente escavatori, gru e altre macchine da costruzione. Ma naturalmente invitiamo anche studenti degli istituti tecnici e professionali. L'obiettivo è svolgere un'attività di sensibilizzazione fin dalla più giovane età, affinché i ragazzi possano conoscere questo settore e appassionarsi”.

E, a proposito della grave carenza di manodopera legata a ragioni demografiche, sullo sfondo c'è anche l'iniziativa i-Construction lanciata nel 2015 dal Ministero delle Infrastrutture giapponese per superare il problema tramite la digitalizzazione e l'automatizzazione dei processi di rilievo, progettazione, costruzione e manutenzione.

“Sono ormai trascorsi oltre dieci anni dall'avvio di questa iniziativa e credo che questo periodo sia ser-



Luca Stucchi,
Global Sales Manager
di Stucchi spa



Guido Azzolin,
AD di MB Crusher



Ugo Cavani, Area Manager
di Marzocchi Pompe



Rosa Alba Vitale,
CEO di SGM



Giorgia Masi e Giorgio Cangini,
rispettivamente Area Sales
e Direttore Commerciale di
Officine Malaguti

Weighing ha evidenziato la necessità di customizzare le soluzioni per il mercato giapponese, in cui l'utilizzatore, al contrario di quanto ci si potrebbe attendere in un Paese tanto avanzato sotto il profilo tecnologico, predilige soluzioni semplici e immediate. Presente in Giappone già dal 1999 ma al debutto in questa fiera, Stucchi spa ha sottolineato come i contatti ottenuti siano mediamente molto

qualificati, mentre Officine Malaguti e Marzocchi Pompe hanno rimarcato il valore di rapporti che, una volta consolidati, si mantengono nel tempo. Per SGM srl la sorpresa più positiva è stata invece nell'apprezzamento riservato alle imprese italiane. Un punto di vista italiano ma esterno al Padiglione Italia arriva infine da MB Crusher: presente in Giappone da 16 anni con la filiale MB Japan, oggi

affiancata da una struttura locale di vendita e assistenza, l'azienda vede confermata una crescita costante della reputazione delle tecnologie italiane. "Negli ultimi dieci anni il sentiment verso le tecnologie italiane è migliorato molto" ha commentato l'Amministratore Delegato Guido Azzolin, sottolineando anche il rapporto sempre più costruttivo fra i due Paesi.



vito a verificare concretamente i risultati ottenuti, mettendo a confronto teoria e pratica" racconta Tetsuya Tani, ricordando anche la presenza del viceministro nella giornata inaugurale. "In questi dieci anni le tecnologie dei droni si sono evolute rapidamente, così come gli strumenti per l'analisi dei dati, che continuano a migliorare. Ma il cambiamento più importante riguarda la possibilità di gestire in maniera integrata tutti i dati prodotti

nei cantieri. In passato ogni azienda amministrava soltanto i propri dati; oggi stiamo andando verso sistemi capaci di integrare tutte queste informazioni in un'unica piattaforma. Naturalmente anche le singole tecnologie continuano a evolversi — ad esempio droni con maggiore autonomia o maggiore capacità di carico — ma il vero progresso consiste nell'integrazione complessiva dei dati".

Tra i temi portanti di CSPI 2026, la trasformazione digitale del cantiere

Investire nel lungo periodo

Presente a CSPI fin dalla prima edizione, Indeco considera il Giappone un mercato strategico, ma da affrontare con una prospettiva di lungo periodo. “Vent’anni fa era sostanzialmente chiuso ai produttori europei, mentre oggi c’è una maggiore apertura” osserva Michele Vitulano, Global Sales & Marketing Manager dell’azienda. “Ma resta un mercato complesso, sia per le differenze culturali sia per l’approccio al business”. La chiave, secondo Vitulano, non è soltanto

la qualità del Made in Italy: “I giapponesi riconoscono il valore del prodotto europeo, ma vogliono sapere soprattutto come siamo organizzati sul territorio. Qui non basta vendere: bisogna garantire continuità, assistenza e presenza nel tempo”. Per questo, aggiunge, “serve una strategia di investimento in un Paese che esprime numeri importanti”. L’esperienza maturata negli anni ha inoltre insegnato a Indeco quanto sia fondamentale comprendere le specificità locali: “Gli italiani tendono a pensare

che il modo di fare business sia identico ovunque. In realtà bisogna aprirsi a culture diverse e adattare, quando possibile, anche il prodotto alle esigenze di altri mercati”. Un esempio riguarda proprio il settore degli attachment: «In Giappone molte macchine hanno ancora configurazioni idrauliche differenti rispetto a quelle europee, e questo richiede soluzioni dedicate. Parliamo dunque di una sfida tecnica e culturale, che può trasformarsi in un’importante occasione di crescita”.



Michele Vitulano,
Global Sales & Marketing
Manager di Indeco

Non è mancato un riferimento al rapporto con l’associazione di categoria italiana delle macchine e attrezzature per le costruzioni, Unacea, presente in fiera insieme a diverse aziende del nostro Paese.

“Collaboriamo già da diversi anni con loro” ha commentato Takahiro Takagi, organizzatore di CSPI, che lo scorso maggio è stato anche presente a Samoter, incontrando la redazione di Macchine Edili presso lo stand di Tecniche Nuove. “Abbiamo costruito un rap-

porto molto stretto, mantenendo contatti continui e sviluppando diverse forme di cooperazione. Quella di quest’anno rappresenta però la prima partnership ufficiale, e anche la presenza con uno stand all’interno dell’area espositiva rientra in questo nuovo livello di collaborazione”.

Digitale, automazione e AI, ma per gradi

Il ruolo della digitalizzazione come risposta alla crescente carenza di operatori qualificati – tema, come abbiamo visto, sentito in Giappone almeno quanto lo è in Europa – è stato il fil rouge tra le proposte dei vari stand di CSPI 2026. Costruttori e fornitori di tecnologie convergono su un obiettivo comune: aumentare produttività, continuità e qualità del lavoro attraverso strumenti in grado di assistere gli operatori e semplificare la gestione del cantiere.

Se aziende come Topcon spingono verso piattaforme cloud per il coordinamento di più cantieri e sistemi di machine control interoperabili, gli OEM concentrano gli sforzi sull’evoluzione delle macchine: teleoperazione, assistenza all’operatore, manutenzione predittiva e automazione progressiva. Komatsu, Yanmar e Kubota vedono nell’intelligenza artificiale soprattutto uno strumento per analizzare dati, ottimizzare la progettazione o prevenire i guasti, più che per sostituire il giudizio umano durante le lavorazioni.

Sul fronte dell’automazione completa, filoni di ricerca e sviluppo come quello dell’escavatore autonomo portato avanti da Sumitomo confermano la direzione intrapresa dal settore, pur restando ancora in una fase sperimentale. ●

Lo stand
di MB Japan

