

Panasonic v Evropě cílí na velké projekty průmyslové automatizace

V minulosti byla značka Panasonic v Evropě známá hlavně svými výrobky spotřební elektroniky. Tento japonský koncern však stále více proniká na evropský trh průmyslové automatizace. Cílem evropského ústředí nyní je přenést důraz ze spotřební elektroniky na oblast B2B, tedy na podniková a průmyslová řešení. Panasonic se chce soustředit hlavně na rozsáhlé automatizační projekty s velkou přidanou hodnotou. V jednotlivých státech má Panasonic organizační složky, které se starají o daný region. V čele této složky je v České republice Tomáš Podivínský, který byl u zrodu obchodního zastoupení společnosti Panasonic pro oblast průmyslové automatizace v České republice. S ním jsem naposledy hovořila v roce 2010 a tehdy se podělil o své zkušenosti při zakládání pobočky japonské firmy (viz článek *Příběh firmy Panasonic Electric Works Czech – Automa 2/2010*). Tentokrát jsme se sešli znovu, a to v nové budově ČVUT v Praze, kde Tomáš Podivínský také přednáší. Hovořili jsme o současných aktivitách společnosti Panasonic v našem regionu a v celé Evropě.

Vedete obchodní zastoupení Panasonic Electric Works v České republice již od jeho založení v roce 2004. Přiblížíte, prosím, začátky divize Panasonic Electric Works v České republice?

Začátky naší divize byly poznamenány tím, že jsme přišli na trh o deset patnáct let později než naše konkurence. Prosadit se na zdejší trh nám tak dalo dost práce. Zasažil nás i hospodářský pokles po roce 2008, který i s přispěním nepřilíh šťastných makroekonomických kroků tehdejší české vlády trval v našich krajích šest let. Dlouhý útlum se u nás projevil tím, že hodně firem sice pracovalo na projektech s našimi produkty, ale obávaly se začít s výrobou. Zdálo se jim, že ještě není krize překonána, a opatrně vyčkávaly. Tohle nejisté období trvalo ještě v roce 2013. Až zhruba v roce 2014 obavy a zábrany padly a atmosféra se uvolnila natolik, že byly připravené projekty spuštěny. Následný velký boom nám potvrdil, že naše úsilí nebylo zbytečné.

Po patnácti letech svého působení má tedy firma Panasonic na českém trhu průmyslové automatizace a komponent svoje pevné místo. V posledních pěti letech máme průměrný roční růst obrátu hodně přes 30 %.

Které výrobky ze sortimentu se nejvíce uplatňují? V roce 2010 jste zmínil, že prodáváte nejvíce relé, která se vyrábějí v Plané u Mariánských Lázní. Co se od té doby změnilo?

My sice na našem trhu stále prodáváme nejvíce relé, ale výrazně roste obrát v oblasti průmyslové automatizace. Máme dvě skupiny výrobků, tedy komponenty – relé, konektory a spínače – a automatizaci. Jestliže před deseti lety tvořila automatizace 10 až 15 % obrátu, dnes se její podíl na našich prodejkách blíží ke 40 %. Přestože se zvyšuje také prodej relé, růst obrátu v automatizaci je výrazně rychlejší a přebírá vedení v našem port-

foliu. A to je trend, který pozorujeme v celé Evropě. A v Japonsku, v rodné zemi naší společnosti, je to podobné.



Obr. 1. Tomáš Podivínský, vedoucí organizační složky Panasonic Electric Works

Soustředíte se také na laserové popisování. Souvisí to s rozvojem logistiky?

Laserové popisování patří mezi automatizační obory s největším růstem. Firmy volí laserový popis místo klasického pro úsporu nákladů i úsporu chemikálií, bezúdržbovost provozu, spolehlivost, dlouhou životnost a kvalitu popisku.

Jaké další výrobky jsou pro Panasonic Electric Works v ČR důležité?

Vedle laserového popisování jsou dalšími doménami senzory a pohony, zejména servopohony. Sensorika má velice dobrý růst. Výhodné je, že má Panasonic velmi široký sortiment senzorů pro automatizaci. Panasonic aktivně podporuje a spoluvytváří standard IO

Link. Protože je oblíbený u výrobců i projektantů, je IO Link do budoucna považován za to správné řešení, které umožní komunikaci senzorů různých výrobců.

Co je nového ve směřování společnosti Panasonic v Evropě?

Poslední dva tři roky přesouvá Panasonic (nejen) v Evropě důraz ze spotřební elektroniky na podniková a průmyslová řešení, tedy B2B. To neznamená, že spotřební elektronika značky Panasonic zanikne, vzhledem k ní se společnost globálně prosadila. Ale Panasonic přechází z řešení zaměřených na spotřebitele na řešení pro firmy, B2B, tedy na komplexnější řešení s vyšší přidanou hodnotou. Vedle hotových výrobků (B2C) chce ve velké míře dodávat kompletní řešení na míru. V současnosti je obrát spotřební elektroniky násobně větší ve srovnání s řešeními B2B a snahou společnosti je, aby tento poměr byl 1 : 1. Celosvětově se soustředíme více na řešení než na komponenty. Panasonic chce řešit velké projekty průmyslové automatizace.

Jak se toto nové směřování společnosti projevilo na organizační struktuře?

Do evropské centrály Panasonic Electric Works, která sídlí v Ottobrunnu, se sloučily všechny evropské divize Panasonic zaměřené na průmyslové výrobky a řešení, ať už na fotovoltaiku, akumulátory, svařovací roboty nebo osazovací automaty. Nyní na evropské úrovni postupně probíhá transformace. Cílem je, aby na poli průmyslu v Evropě působila jediná firma, a to Panasonic Industry Europe, a v ní budou integrovány všechny dosavadní divize zaměřené na B2B.

Zmínil jste, že se Panasonic v Evropě soustředí na velké projekty průmyslové automatizace. Jak se takový projekt bude řešit? Na koho se obrací zákazník, který potřebuje řešení Panasonic ve svém provozu?

Naší snahou je, aby se zákazník v Evropě mohl obrátit na kohokoliv, proto má Panasonic své lidi „všude“. Není však efektivní mít v každém státě odborníky na všechno. V případě velkých projektů se vždy pro daný projekt sestaví tým odborníků z Evropy i z Japonska, kteří mají k řešení nejlepší předpoklady. Velký byznys totiž hranice nerespektuje. Takže je běžné, že velké firmy mají v jednom státě vývoj, v jiném státě podpůrné funkce a ve třetím výrobu a samotné ústředí může být zase jinde.

Jak Panasonic reaguje na současné směry vývoje v průmyslu, jako jsou digitalizace, IoT, průmysl 4.0?

Panasonic se snaží tyto trendy spoluvytvářet, tedy být u definování standardů a prosazovat je a připravovat předem řešení, která budou za několik let potřeba. Příkladem je zavádění rozhraní IO Link do senzorů.

Před dvěma roky na Hannover Messe byla na globální úrovni podepsána smlouva o strategickém partnerství mezi společnostmi Panasonic a Siemens týkající se průmyslu 4.0. K tomuto partnerství vedl prostý fakt: Siemens má na evropském průmyslovém trhu podobně silné postavení jako Panasonic na trhu asijském. Tyto dva giganty se domluvily na společném vývoji procesů a standardů pro průmysl 4.0, který bude mít efekt na globální úrovni.

Mají pro Panasonic Electric Works význam také trendy vedoucí k lepší energetické efektivitě, využívání obnovitelných zdrojů v energetice, k chytré infrastruktuře a podobně?

Úspory energií patří mezi hlavní směry vývoje celé společnosti Panasonic. Divize akumulátorů pracuje na vývoji akumulátorů pro elektromobily, které umožní jejich vět-

ší dojezdovou vzdálenost. V dlouhodobém výhledu to může být až tisíc kilometrů. Panasonic rovněž vlastní firmu Sanyo, která je jedním z největších světových výrobců fotovoltaických panelů. Naše divize je aktivní ve vývoji komponent do řídicích jednotek a měničů pro fotovoltaické panely.

Dalším příkladem je městečko Fujisawa – první malé pokusné chytré město, které postavil Panasonic a ve kterém se testují systémy pro infrastrukturu, úspory energií, pasivní budovy, fotovoltaiku, chytré osvětlení a další.

Je Panasonic aktivní také v oblasti elektromobility?

Ano, v Japonsku Panasonic vyvíjí řízení pro autonomní automobily. Patří tedy mezi čtyři, pět globálních koncernů, které se snaží dostat samořiditelné auto do stadia, kdy by bylo schopno jezdit po ulicích.

Panasonic se chce změnit z dodavatele komponent spíše na dodavatele celých automatizačních projektů. Jsou s touto proměnou spojeny i akvizice?

Ano, Panasonic v posledních několika letech přidal do své struktury firmu ZETES, což je poskytovatel systémových řešení pro

logistiku, která je obecně považována za jeden z důležitých směrů vývoje.

Zajímavou akvizicí je i španělská firma Ficosa, která je dodavatelem zrcátek do automobilů.

Jaký má pro Panasonic význam investovat do výrobce automobilových zrcátek?

Důvod je jasný, a to trend přechodu od skleněných zrcátek k malým kamerám a obrazovkám. Ty se stanou během pěti deseti let samozřejmostí. Panasonic je špičkový dodavatel zobrazovací techniky, španělská firma Ficosa vyniká v designu zrcátek z aerodynamického hlediska. Tato zajímavá synergie vedla k několikaleté strategické spolupráci obou firem, následované vstupem firmy Ficosa do struktury společnosti Panasonic.

Jaké jsou současné cíle společnosti Panasonic v Evropě?

Být flexibilní a schopní reagovat na každý požadavek v našem oboru. Přitom být otevřeni novinkám a spíše spoluvytvářet nové trendy než se jen vynuceně přizpůsobovat změnám, které přijdou zvenčí.

Rozhovor vedla Eva Vaculíková.

Evropské sdružení uživatelů automatizační techniky v procesním průmyslu NEWEC o úskalích digitalizace

Vlivné sdružení asociací reprezentující evropské uživatele automatizační techniky v procesním průmyslu se opět sešlo v září 2018 v Kolíně nad Rýnem a shodlo se na prioritách společných aktivit.

Členové výborů a ředitelé evropských asociací NAMUR, EI, WIB a EXERA přivítali nového člena sdružení NEWEC – italskou asociaci CLUI AS: Club Utilizzatori Italiani Automazione e Strumentazione. Celkem tedy nyní NEWEC reprezentuje více než 250 firem, uživatelů snímačů, měřicí techniky a řídicích systémů v procesním průmyslu.

Kybernetická bezpečnost

Otevřená diskuse se zabývala množstvím témat. Patřila mezi ně i kybernetická bezpečnost průmyslových řídicích systémů. Nedávné útoky s cílem ohrožit dokonce integritu bezpečnostních systémů SIS jsou důkazem toho, že nebezpečí ze strany hackerů roste. Účastníci schůzky proto vyjádřili ochotu pokračovat v úzké spolupráci při vypracovávání

doporučení a vytipování osvědčených postupů zajištění kybernetické bezpečnosti.

Sítě 5G

Tak, jak se rozšiřuje používání bezdrátové techniky v průmyslu, sílí snaha prosadit alokaci pásem mobilních sítí 5G pro průmyslové účely, protože to v mnoha ohledech pomůže zefektivnit provoz výrobních závodů a implementovat zásady specifických koncepcí chytré výroby, např. Industrie 4.0. Objevuje se však také nemálo otázek a je snaha vytvořit obecná řešení a postupy, z nichž budou mít užitek jak výrobci automatizační techniky, tak její uživatelé.

Big data

Ačkoliv mnohé firmy v procesním průmyslu již několik desetiletí používají analyzy velkých objemů dat, nové nástroje, jejichž funkce je umožněna zvýšením výpočetního výkonu počítačů, dovolují přechod od do-

savadního využití především v prediktivní údržbě k optimalizaci ekonomických modelů v reálném čase. Na setkání se diskutovalo o mnoha příkladech a potenciálních oblastech implementace analýz velkých dat. Opět to jsou kybernetická bezpečnost a vysokorychlostní komunikace – základní předpoklady nejen využití velkých dat, ale také obecně pokračování postupu digitalizace v průmyslové praxi v procesním průmyslu i v energetice.

Zkušebnictví

Poslední projednávanou otázkou byly typové zkoušky. Členské asociace si vyměnily zkušenosti v této oblasti. Vzhledem k tomu, že jednotliví uživatelé mají různé požadavky, zkušebny používají různé postupy a mají rozdílné vybavení, shodli se členové NEWEC na tom, že u typových zkoušek zařízení je třeba stanovit jejich klíčové parametry a pro ně společné principy a podmínky zkoušek.

[Tisková zpráva NAMUR, prosinec 2018.]

(Bk)