



Emanuele Cesari
di Toyota

**"I PROBLEMI DEI CLIENTI?
ADESSO LI RISOLVE LA NUOVA
DIVISIONE BUSINESS SOLUTIONS"**

LA LENTA RIMONTA DEL MATERIAL HANDLING

AUTOTRASPORTO

Governo promosso
dalle Associazioni

PIANO LOGISTICA

Le prime "linee guida"
presentate al Senato

FM LOGISTIC

Rete distributiva diretta
in Italia per il 3PL francese



GIUSEPPE BIANCO
ICAM - dir. commerciale



ANGELO MAINO
LINDE - dir. commerciale



STEFANO CAVEZZALE
VANDERLANDE - manager

Come stanno andando le vendite e quali sono le vostre previsioni nel breve periodo?

Nel complesso il mercato è ancora in una fase stagnante, la quale ci vede impegnati nello sviluppo di una grande quantità di offerte (+35% rispetto al 2009) con un ritorno poco soddisfacente. Si registrano quindi scarsi risultati dovuti a carente domanda reale, con conseguente minore acquisizione di ordini per mancanza di liquidità. Le mie previsioni o le mie speranze per quest'autunno sono di un lieve e graduale miglioramento della domanda.

Linde Italia ha ottenuto un incremento del 35%, assestandosi su una quota di mercato del 9% circa. In realtà il mercato avverte un certo risveglio, ma rimane ancora limitato e la situazione economica non si può certo considerare florida. Sicuramente la Legge Tremonti ha dato un considerevole aiuto all'economia italiana, ma - all'indomani della sua scadenza - si avvertono già forti titubanze da parte delle aziende per i nuovi investimenti.

Le realtà della distribuzione dei beni stanno guardando oltre la crisi, tastando il terreno e valutando il ricorso all'automazione. L'intuizione che questo periodo sia quello giusto per riorganizzarsi è ormai comune. Tuttavia gli scenari futuri sono ancora per tutti di difficile messa a fuoco e non di rado notiamo che i clienti rimangono incerti nel compiere il passo, tendendo a rimandare la decisione oppure a ridimensionare in basso le prospettive.

Che interventi avete effettuato per far fronte alla crisi?

Di fronte a questo scenario abbiamo puntato sulla concretizzazione di strategie commerciali definite dopo dettagliate analisi della situazione del mercato; con l'obiettivo di impattare l'attuale congiuntura ed essere pronti ad agganciare la ripresa di cui stiamo cominciando ad avvertire i primi timidi segnali. Le aree commerciale e marketing hanno lavorato con impegno al progetto di ampliamento e miglioramento della rete di vendita.

A marzo di quest'anno abbiamo inaugurato una nuova filiale. La sede a Colturano (Milano) ha il vantaggio di poter penetrare direttamente il mercato dell'hinterland milanese, area geografica nevralgica e con un forte potere d'acquisto per antonomasia, con la sua concentrazione di head quarter di grandi aziende e la forte presenza di realtà ancora trainanti, nonostante la recessione.

Abbiamo seguito la strategia di stabilire un rapporto più ampio coi clienti; specialmente nel nostro settore non è sufficiente tagliare sui costi e quindi sui prezzi, ma è molto più importante instaurare un dialogo di fiducia con il cliente, con il quale si possa trasmettere il reale valore aggiunto di una realtà come Vanderlande. Inoltre studiamo con più accuratezza e offriamo volentieri soluzioni scalabili, con una base di partenza ragionevole.

Quali trend inediti sta evidenziando il mercato?

Al momento la situazione di mercato non sta ponendo in evidenza particolari trend inediti.

Per quanto riguarda il mercato italiano dei carrelli c'è da rimarcare che il 2010 rappresenta un anno di stravolgimenti: l'accorpamento di marchi importanti, tra cui anche gli altri due marchi del gruppo Kion - Still e OM - stanno creando un po' di instabilità. Questi cambiamenti porteranno infatti un evidente assestamento delle reti di vendita/assistenza di queste Case, con la perdita per alcuni clienti del proprio dealer di riferimento.

Il mercato chiede ai nostri clienti maggiori flessibilità e velocità di servizio. Nell'ambito della distribuzione dei beni all'utilizzatore finale questo porta - specialmente dove si fa picking - a un graduale abbandono della movimentazione su pallet, preferendo i sistemi tipo miniload. Vanderlande ha già visto questo trend nel Nord Europa e, avvalendosi dell'esperienza maturata, può accompagnare i suoi clienti verso scelte consistenti e ben orientate. >