

MATERIAL HANDLING

Lo SBARCO di BAOLI nel MERCATO ITALIANO

■ A cura della Redazione

Il nuovo brand del Gruppo Kion coniuga competitività, affidabilità, qualità progettuale tedesca e service di prim'ordine. Ecco il piano del marchio che punta a conquistare importanti quote di mercato nel nostro Paese



L'Italia è il primo Paese dove i carrelli Baoli saranno distribuiti non da un importatore ma attraverso una società del gruppo Kion, la OM Carrelli Elevatori: "La genesi di questo piano è tutta italiana - spiega Angelo Zanotti (foto), amministratore delegato di OM Carrelli Elevatori -. Il mercato nazionale, nel quale operano molte PMI, presenta eccezionali prospettive di sviluppo per un brand come Baoli, capace di coniugare economicità e qualità"



Quando una realtà come Kion, Gruppo tra i leader nella logistica i cui marchi sono presenti in tutto il mondo con posizioni di vertice (*vedi box*) decide di agire, nulla viene lasciato al caso. Ed è per questo che il lancio in Italia di Baoli, un nuovo marchio che punta in particolare alle piccole e medie imprese, genera grandi aspettative. Un piano che promette di rivoluzionare il segmento di mer-

cato in cui si inserisce coniugando qualità del prodotto, competitività e un servizio di assistenza capillare ed efficiente.

Ma partiamo dall'inizio. Baoli è un marchio di carrelli elevatori nato in Cina nel 2003. Nel 2009 la società, che allora era specializzata nella realizzazione di carrelli termici e aveva una produzione di circa 1.000 macchine/anno, viene acquisita dal Gruppo Kion. Dietro

a quella che all'apparenza poteva sembrare solo una piccola acquisizione si nasconde un progetto molto ambizioso: applicare ad un impianto cinese la progettualità e le tecniche produttive più avanzate dell'industria tedesca. Per prima cosa Kion ha riorganizzato la produzione di Baoli adeguandola ai più moderni standard, e ampliato la gamma produttiva affiancando ai carrelli controbilanciati le macchine da magazzino. Il passo successivo è stata la commercializzazione del brand in tutto il mondo. Il percorso di internazionalizzazione è ancora in corso, ma Baoli è già presente in 5 continenti e 44 Paesi, con ben 236 tra distributori e dealers. E così, in pochi anni l'impianto produttivo di Jingjiang, provincia di Fujian, ha fatto uno straordinario balzo in avanti arrivando a impiegare 730 dipendenti, che producono circa 9mila macchine/anno. Sotto la guida di Kion, Baoli ha segnato numeri da record, basti pensare che

nel solo 2015 gli ordini mondiali hanno segnato una crescita del 22% rispetto al 2014, quasi il doppio rispetto alla crescita del mercato dei

carrelli elevatori nel suo complesso. Torniamo quindi al presente. L'ingresso nel mercato italiano non è solo una tappa del percorso di internalizzazione di Baoli, bensì il passo con il quale si vuole completare la trasformazione di un brand che è ormai una solida realtà a livello globale. L'Italia è infatti il primo Paese dove i prodotti Baoli saranno distribuiti e garantiti non da un importatore ma attraverso una società del gruppo, la OM Carrelli Elevatori, che sulla partita ha investito creando una divisione ad hoc ed impegnando una squadra di lavoro composta da alcuni dei suoi massimi dirigenti.

"La genesi di questo piano di sviluppo è tutta italiana", spiega Angelo Zanotti, Amministratore Delegato di OM Carrelli Elevatori. "Abbiamo scelto di avviare un progetto pilota perché il mercato italiano, nel quale operano molte PMI, presenta eccezionali prospettive di sviluppo per un brand come Baoli,



Massimo Marchetti, Head of Sales del nuovo brand: "Con Baoli portiamo in dote un'organizzazione, una rete, un brand e macchine di prim'ordine ponendoli a disposizione di quei clienti che sino ad oggi erano costretti a compromessi in termini di prestazioni, sicurezza, ergonomia e assistenza. Da oggi non sarà più così"

Numeri e carrelli

Queste le principali performance del gruppo Kion:

- 1** la posizione del Gruppo Kion nella classifica delle vendite in Europa (35% di market share). Nel mondo: 2° posizione
- 7** i brand detenuti (Linde, STILL, Baoli, Fenwick, OM STILL, Voltas e Egemin Automation)
- 100** i Paesi con presenza diretta
- 1.300** i punti vendita e/o service

“L'utilizzo di componentistica di prim'ordine e l'affidabilità dei processi produttivi assicurano, così come avviene per gli altri brand del Gruppo, l'affidabilità del carrello negli anni e quindi anche il valore dell'usato” - dice Marchetti



capace di coniugare economicità e qualità”. L'intuizione del management italiano è stata aggiungere a questo mix un ulteriore elemento: il know-how di una struttura come OM Carrelli Elevatori, che ha le competenze e la conoscenza del mercato indispensabili a lanciare con successo un nuovo brand. I carrelli Baoli saranno distribuiti in Italia da una rete di concessionari, “che hanno superato un severo processo di selezione”, spiega Zanotti. Ma non è tutto, i ricambi saranno

gestiti direttamente dal magazzino centrale di Rolo, i clienti potranno fare affidamento su un call center dedicato e la manualistica sarà interamente tradotta in italiano. E non dimentichiamo il supporto economico che il Gruppo può garantire ai clienti, finanziando operazioni di noleggio attraverso la sua finanziaria, “punti di forza, questi, sui quali nessun altro marchio value ha mai potuto fare affidamento” - dice Zanotti. L'obiettivo strategico è la conquista

“Puntiamo ad offrire l'essenziale, ma ben pensato”

Carta d'identità

Queste le referenze del brand Baoli:



- **2003**: l'anno di fondazione
- **2009**: l'anno di acquisizione da parte del Gruppo Kion
- **730**: i dipendenti (dato 2015)
- **52 milioni**: il fatturato (dato 2013)
- **9.000 macchine**: la capacità produttiva dello stabilimento di Jingjiang (Cina)
- **+26%**: la crescita registrata in Europa nell'ultimo anno
- **+22%**: la crescita registrata nel mondo nell'ultimo anno
- **44**: i Paesi con presenza diretta

Il sito di riferimento ufficiale è www.baoli.it

di quel vasto mercato di clientela interessata ad acquisire macchine affidabili ma ad un costo abbordabile, un segmento che cerca qualità ma senza avere la necessità di carrelli super accessoriati e iper tecnologici. “Puntiamo ad offrire l'essenziale, ma ben pensato” - dice Marchetti, Head of Sales del nuovo brand. Una ricetta semplice solo all'apparenza.

È proprio Massimo Marchetti ad accompagnarci a verificare di persona: i primi carrelli Baoli, caratterizzati da una allegra livrea azzurra, fanno bella mostra di sé a nostro uso e consumo nel piazzale antistante il quartier generale di OM Carrelli Elevatori a Lainate, nei pressi di Milano. Alla

prima impressione del cronista si presentano con una solidità e una maneggevolezza sorprendenti: “rappresentano la sintesi tra l'ingegneria e la tecnologia di un grande gruppo mondiale come il Gruppo Kion - commenta Marchetti - e il pragmatismo, l'attenzione ai costi tipici dei prodotti made in Cina”. Presso lo stabilimento di Jingjiang, dove vengono realizzati, “componenti, tecnologie, ingegneria di processo e linee produttive sono tutte a tecnologia made in Germany” - dice il nostro interlocutore. I manager del Gruppo hanno introdotto quelle modalità di progettazione, produzione e, da qualche mese, distribuzione, che hanno portato la società a scala-

Baoli propone una gamma completa di controbilanciati e macchine da interno: carrelli elettrici a tre e a quattro ruote da 15 a 50 quintali, termici da 15 a 50 quintali, transpallet e stoccatore.



re da tempo la classifica dei più importanti produttori globali: “la mentalità Kion ha permeato ogni fase delle attività Baoli, prima in Cina, ed oggi, gradualmente, nel mondo” - dice Zanotti.

L'obiettivo (e una nuova rete)

Baoli era già presente in Europa tramite una rete di importatori, per lo più piccole e medie imprese di prassi senza solide basi finanziarie. Troppo poco se l'obiettivo è la conquista di market share significativi e volumi di vendita adeguati grazie ad una strategia, un posizionamento di mercato e il sostegno di una rete commerciale degna di questo nome.

Lo scenario è completamente mutato circa un anno fa, quando il management di OM Carrelli

Elevatori, che al progetto stava già pensando da tempo, ha proposto a Kion di organizzare in modo nuovo, efficiente e strutturato la presenza di Baoli in Italia. “Si tratta di un progetto pilota che il Gruppo Kion intende estendere anche in altri Paesi, parte integrante di un piano di sviluppo mondiale con obiettivi molto ambiziosi”, rivela Zanotti, che nel progetto crede fermamente. Si tratta, a tutti gli effetti, di un superamento delle strategie sinora poste in essere basate sulla presenza, a livello mondiale, di 25 distributori e oltre duecento dealers: “non è in questione la presenza mondiale del marchio - spiega Marchetti - ma la qualità di questa presenza. La sua solidità, la sua preparazione, la capacità di porsi obiettivi ambiziosi”.



Caposaldo della strategia di OM Carrelli Elevatori è la creazione di una rete di dealer parallela a quella esistente: “al momento Baoli conta su dieci dealer, selezionati negli ultimi mesi - dice Lamberto Principi, Sales and Intralogistics Director - ma a fine 2016 saranno trenta ed entro il 2020 puntiamo ad arrivare a cinquanta”

Caposaldo della strategia di OM Carrelli Elevatori è la creazione di una rete parallela a quella esistente: “al momento Baoli conta su dieci dealer, selezionati negli ultimi mesi - rivela Lamberto Principi, Sales and Intralogistics Director - ma a fine 2016 saranno trenta ed entro il 2020 puntiamo ad arrivare a cinquanta. Si tratta a tutti gli effetti di una rete coesistente ma non concorrente con quanto già esiste, data la differenziazione dei mercati di riferimento dei diversi brand”.

Per Marchetti è la conferma della determinazione con cui il progetto viene portato avanti: “la rete è fondamentale: garantisce conoscenza del territorio, ricambi in pronta consegna, finanziamenti, assistenza pre e post-vendita. Tutte qualità che solo un'azienda con una presenza diretta può garantire”. OM Carrelli Elevatori, si fa carico dell'intera organizzazione e crea da zero una rete dedicata offrendo una serie di garanzie, quelle tipiche di soli grandi gruppi: “la nostra parola conta, e la nostra storia è lì a dimostrarlo - dice Zanotti - : quello che diciamo, facciamo. Oggi possiamo dichiarare senza tema di smentite che siamo di fronte a macchine di qualità, vendute ad un prezzo concorrenziale che resterà stabile nel tempo, indifferente alle oscillazioni dei cambi”.

Ricambi pronta consegna

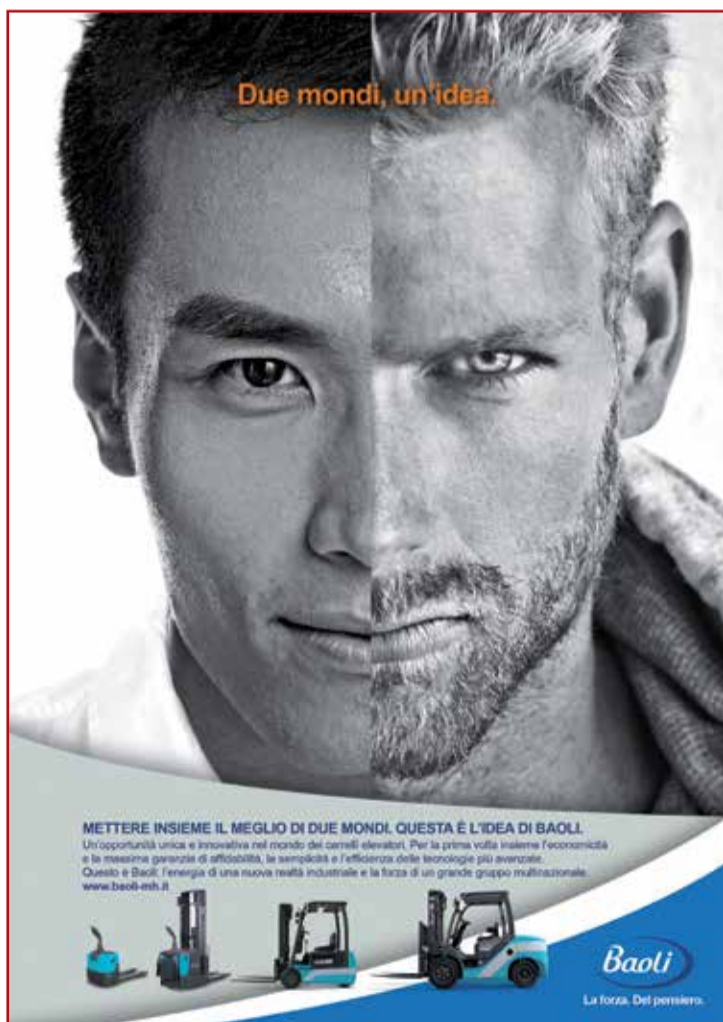
Garantita anche la completezza di gamma (sinora forte nei controbilanciati, dal 2015 Baoli ha iniziato a produrre anche la gamma da magazzino - NdA) e il supporto finanziario alla rete per sostenere il noleggio anche di flotte importanti. A domanda birichina del cronista relativa al fatto che, per i marchi cinesi, il valore dell'usato ha sempre rappresentato un problema, la risposta di Marchetti è pronta: “non è il caso di Baoli: l'utilizzo di componentistica di prim'ordine e l'affidabilità dei processi produttivi assicurano, così come avviene per gli altri brand del Gruppo, l'affidabilità del carrello negli anni e quindi il valore dell'usato.”

A Giovanni Culici, After Sales Director, spetta invece la responsabilità di assicurare il flusso dei ricambi: “presso il nostro magazzino dedicato di Rolo (nei pressi di Reggio Emilia, 10mila metri quadri coperti affidati all'operatore specializzato Urban - NdR) abbiamo già costituito l'intero stock in pronta consegna dei ricambi necessari. Tempi e livelli di servizio sono i medesimi assicurati sugli altri brand del Gruppo (sul magazzino di Rolo e la sua organizzazione vedi: “Tutta la nobiltà dell'umile ricambio” - Il Giornale della Logistica - luglio/agosto 2015). A Rolo converge anche la gestione della manualistica e di tutta la documentazione, certificati inclusi, ovviamente rigorosamente

in italiano, mentre è già attivo il sito all'indirizzo www.baoli.it.

Cose da grandi

OM Carrelli Elevatori, distributore in Italia dei marchi OM STILL e Baoli, si fa carico di implementare la strategia descritta. La società è leader in Italia nella produzione e distribuzione di carrelli elevatori, macchine da magazzino, trattori e sistemi per la logistica integrata. Con quasi cento anni di storia alle spalle, in Italia OM Carrelli Elevatori impiega circa 700 dipendenti diretti e può contare sulla più solida e capillare rete di vendita e assistenza presente sul territorio, composta da 6 filiali, oltre 70 tra concessionari e partner, 750 tecnici di assistenza e oltre 150 funzionari commerciali. Il 2015, così come il 2013 e il 2014, è stato un anno molto positivo per l'azienda, che ha visto il fatturato crescere fino a superare i 300 milioni di Euro. “Con Baoli portiamo in dote un'organizzazione, una rete, un brand e macchine di prim'ordine - conclude Marchetti - ponendoli a disposizione di quei clienti che sino ad oggi erano costretti a compromessi in termini di prestazioni, sicurezza, ergonomia e assistenza a causa di una maggiore attenzione ai costi. Da oggi non sarà più così”. Il reciproco impegno è di rivedersi tra un anno, cifre alla mano, per capire quanto il mercato avrà premiato questa strategia. ■



La creatività che accompagna il lancio del marchio Baoli in Italia (foto) intende rappresentare “il meglio di due mondi: lo spirito pragmatico e l'attenzione ai costi del modello cinese e l'assistenza, la tecnologia e la solidità di un grande gruppo mondiale (Gruppo Kion) con DNA occidentale” - dice Lorenzo Leri, Head of Marketing