

Volumi in crescita dell'8% per il gruppo cuneese che nel 2024 guarda agli States. La nuova app MerloMobility fa toccare con mano un processo produttivo completamente rinnovato che valorizza ancora di più la relazione con i clienti.

Il gruppo Merlo chiuderà il 2023 con una crescita dei volumi di macchine prodotte e vendite vicino all'8 per cento. Si tratta di una crescita particolarmente significativa, soprattutto per il settore movimento terra, frutto degli investimenti fatti negli ultimi anni e rispettoso del piano industriale 2022-2025 che si è posto l'obiettivo dell'aumento della produzione da 8 a 10 mila macchine all'anno per dare risposta alle richieste del mercato.

Questa crescita è avvenuta nonostante un contesto globale sempre più complesso e fuori dall'ordinario, tra impennata dei prezzi energetici da un lato e strozzatura delle materie prime dall'altro. La guerra in Ucraina, il maggiore produttore di acciaio a livello europeo, ha avuto conseguenze importanti sul fronte delle materie prime e dell'energia, imponendo una profonda riorganizzazione a tutti i livelli. Allo stesso modo, anche inflazione e stretta monetaria con aumento dei tassi d'interessi hanno cambiato e reso più incerto lo scenario attuale. Iniziano a esserci segnali di rallentamento dell'economia e le aspettative per il 2024 sono molto prudenti.

In tale contesto Merlo non sta adottando una strategia difensiva ma, al contrario, sta investendo per aumentare la capacità produttiva e continuare a migliorare la qualità. La strada intrapresa dal gruppo Merlo da oltre un anno è segnata da una profonda digitalizzazione dell'intero processo produttivo.

"Ogni macchina che esce ha una carta di identità che la segue nell'intera vita utile, dal primo taglio della lamiera alla rottamazione finale – spiega l'Amministratore Delegato e Presidente del gruppo Paolo Merlo. Nella prima fase del processo produttivo la digitalizzazione si traduce in tracciabilità e qualità. In quella successiva la carta d'identità della macchina diventa lo strumento di dialogo tra l'azienda e il cliente finale grazie alla messa a disposizione di numerosi servizi. Il processo di digitalizzazione è partito da un anno e ad Agritechnica ci sarà il lancio del nuovo MerloMobility. L'App è però la manifestazione visibile che possiamo toccare con mano, ma attorno a questa c'è un intero processo produttivo trasformato e ci sono una serie di servizi che permettono un contatto e un dialogo continui tra noi e il cliente finale. L'app è il mezzo che mette in connessione i servizi di Merlo con l'end user, dall'assistenza da remoto all'estensione delle garanzie. "Ogni macchina che esce ha una carta di identità che la segue nell'intera vita utile, dal primo taglio della lamiera alla rottamazione finale. Nella prima fase del processo produttivo la digitalizzazione si traduce in tracciabilità e qualità. In quella successiva la carta d'identità della macchina diventa lo strumento di dialogo tra l'azienda e il cliente finale grazie alla

messa a disposizione di numerosi servizi. Il processo di digitalizzazione è partito da un anno e ad Agritechnica ci sarà il lancio del nuovo MerloMobility. L'App è però la manifestazione visibile che possiamo toccare con mano, ma attorno a questa c'è un intero processo produttivo trasformato e ci sono una serie di servizi che permettono un contatto e un dialogo continui tra noi e il cliente finale. L'app è il mezzo che mette in connessione i servizi di Merlo con l'end user, dall'assistenza da remoto all'estensione delle garanzie."

La nuova versione dell'app, disponibile dal 2024 affinata e migliorata, prevede profili differenziati per soddisfare sia privati che concessionarie o grandi compagnie di noleggio e migliora i servizi di diagnostica e campionamento dei dati con l'obiettivo di ottimizzare prestazioni, produttività e flessibilità.

Il Gruppo Merlo punta anche a rafforzare le sue quote di mercato oltreoceano, in particolare negli Stati Uniti dove, dopo dieci anni di presenza attraverso un importatore, verrà inaugurata a breve (a Charlotte, North Carolina) una filiale del gruppo.

"Abbiamo deciso di essere presenti in prima persona - spiega Paolo Merlo -, perché pensiamo che negli States i nostri telescopici abbiano ampie possibilità di crescere. Esporteremo l'intera gamma di prodotto e, in prospettiva, puntiamo ad avere quote di mercato vicine al 15%, paragonabili a quelle che abbiamo in Europa."

A gennaio Merlo parteciperà per la prima volta in diretta a 'World of Concrete', l'importante fiera di settore che si terrà a Las Vegas. Lo sbarco negli Stati Uniti è solo l'ultimo tassello di una presenza consolidata del Gruppo Merlo a livello internazionale, che si manifesta attraverso l'organizzazione diretta di sei filiali (in Francia, Germania, Inghilterra, Spagna, Polonia e Australia), una rete distributiva di oltre 80 importatori e 600 concessionari. Se più dell'80% della produzione viene esportato, la verticalizzazione produttiva fa sì che il 100% delle macchine e oltre il 90% dei componenti venga prodotto internamente: è questo controllo su tutto il processo produttivo che consente di sviluppare e proteggere il know how aziendale, a garanzia di una qualità nell'offerta che il mercato mondiale continua a riconoscere e premiare.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



© riproduzione riservata pubblicato il 9 / 11 / 2023