



Incontri
produzione



Emak: una riflessione sul mercato

di Paolo Milani

Il motor europeo soffre e la media continentale indica un calo delle vendite del 22% nel 2009. L'Italia è tra i paesi meno penalizzati, con un -13%. Ne abbiamo parlato con Stefano Slanzi, vice direttore generale di Emak e neo presidente di Comagarden.

Nel 2009 il mercato europeo della motocultura hobbistica ha "bruciato" circa un quarto delle sue vendite e si accinge a chiudere l'anno con un calo del 22%. Una brusca caduta che richiederà almeno 4 anni di sviluppo per far tornare le vendite ai livelli del 2007.

Per saperne di più abbiamo incontrato **Stefano Slanzi**, vice direttore generale di **Emak** ma soprattutto neo presidente di **Comagarden**, il gruppo dei **Costruttori Macchine Garden** all'interno di **Unacoma**.

UN MOMENTO DIFFICILE

GreenLine: La carica di presidente di **Comagarden** è caduta nel momento più difficile?

Stefano Slanzi: È proprio vero. La perdita c'è stata, è stata grave, c'è ancora, ma la fine del tunnel si inizia a vedere. Anche se

permanono dei segni di incertezza. Volendo guardare il bicchiere mezzo pieno, possiamo dire però che non tutti i mali vengono per nuocere: **la crisi ha obbligato le aziende a mettere mano in modo più deciso e più serio ai propri problemi, che col vento in poppa tendono a essere trascurati.** La qualità, il servizio, l'efficienza, la riduzione dei costi: la crisi ha spinto le aziende a ripensare alle strategie e alle modalità operative.

GreenLine: Dalla scenario che ha illustrato in occasione della conferenza stampa di apertura di **ExpoGreen**, emerge un'Italia meno "malata" di altri Paesi europei?

Stefano Slanzi: In effetti l'Italia ha presentato quest'anno un andamento leggermente migliore rispetto ad altri Paesi centro europei. **L'Italia chiuderà il 2009 con un**



Stefano Slanzi, neo presidente di Comagarden e vice direttore generale di Emak.

-13%, contro una media europea di -22% o rispetto al -17% della Germania e al -18% della Francia.

Forse perché l'Italia, insieme alla Spagna, è entrata in crisi un po' prima: nel 2007 e nel 2008 noi non siamo cresciuti, contrariamente agli altri Paesi europei.

GreenLine: L'Inghilterra è il Paese che ha reagito meglio alla crisi. Come mai?

Stefano Slanzi: L'Inghilterra ha il mix prodotto più povero del continente. Ha il maggior numero di giardini ma sono di piccola estensione: ciò comporta un utilizzo elevatissimo di macchine elettriche e la fortissima incidenza della grande distribuzione sul totale del fatturato. Le 4 insegne più importanti vendono il 70% dei volumi totali. La Francia è esattamente il contrario: ha lo stesso numero di giardini dell'Italia (7 milioni) ma con una dimensione media quasi doppia: noi 300 mq, loro 500 mq. La grande estensione fa sì che nei centri brico francesi l'offerta spazi dal rasaerba elettrico al trattorino da 3.000 euro: un'ampiezza di gamma che sposta il valore unitario verso l'alto.

Se guardiamo i volumi, l'Inghilterra è il mercato più importante, seguito da Germania e Francia. Ma se analizziamo a fatturati la classifica si inverte: prima la Francia seguita da Germania e Inghilterra.

GreenLine: Quali sono le aspettative per il 2010?

Stefano Slanzi: Noi ci aspettiamo qualche segnale di miglioramento. Sia a livello

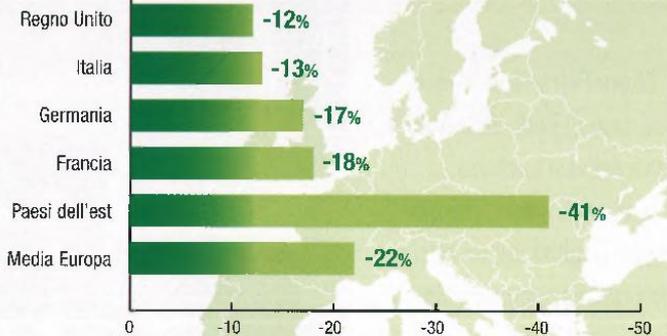


“Nel nostro settore c'è il detto *The economy makes mix e and the weather makes the quantity*. le quantità sono più legate alle condizioni meteorologiche che determinano l'uso delle macchine mentre le buone condizioni economiche spostano gli acquisti verso l'alto di gamma.”

Stefano Slanzi, presidente di Comagarden

LA MOTOCOLTURA IN EUROPA

(in quantità)



Fonte: Comagarden da dati delle Associazioni di categoria internazionali



Lo stand di Emak a Expogreen 2009.

Il Multimate, ultima novità consumer di Emak, e la motosega universale per uso privato Oleo-Mac GS370.



generale del mercato, sia a livello di Emak. Ma torneremo ai livelli precrisi in non meno di 3-4 anni.

C'è un dato positivo: nel 2009 le macchine hanno lavorato e ce lo dimostra il buon andamento delle vendite di ricambi e accessori. Sia in Italia sia in Europa.

THE ECONOMY AND THE WEATHER

GreenLine: Fortunatamente almeno la meteorologia ci ha aiutato nel 2009?

Stefano Slanzi: Sono d'accordo, anche se quest'anno abbiamo avuto la quarta estate più calda del secolo, dopo quella del 2003 che ha avuto un impatto devastante sul nostro mercato.

Nel nostro settore c'è il detto "*The economy makes mix e and the weather makes the quantity*": le quantità sono più legate alle condizioni meteorologiche che determinano l'uso delle macchine mentre le buone condizioni economiche spostano gli acquisti verso l'alto di gamma.

GreenLine: A proposito di prezzo, ci sembra che i rivenditori specializzati stiano correndo il rischio di svalutare l'offerta preferendo i "prodotti di prezzo" ai "prodotti di qualità". Cosa ne pensa?

Stefano Slanzi: È evidente che la crisi e il calo della domanda sono una grossa tentazione verso politiche di riduzione del prezzo. **Ma in presenza di una domanda non elastica è una scelta sicuramente sbagliata, perché portano solo alla riduzione della redditività dell'azienda,** con tutte le conseguenze del caso.

La crisi poi è caduta nel passaggio dall'Euro 1 all'Euro 2 e ha indotto molti a "spingere" i prodotti Euro 1 con operazioni promozionali. È una politica che Emak non ha percorso.

La guerra del prezzo con la grande distribuzione è una guerra persa: gli specializzati devono evitare questo tipo di scontro, puntando sulla diversità dell'offerta e sul servizio.