



### Mercato

Il mercato italiano dei mezzi di trasporto interni (Carrelli Elevatori), utilizzati per movimentare merci nei magazzini o all'interno di comprensori industriali, ha registrato una crescita del 100%, nel decennio 1994-2004, passando da 16.350 a 35.310 pezzi venduti in un anno.

Nel 2005 si prevede un incremento del 2,5 - 3%.

Anche lo scenario competitivo ha registrato grossi cambiamenti: nel 1990 si contavano 170 aziende, tra produttori e importatori, mentre nel 2004 si è arrivati ad un totale di 50 aziende attive sul mercato italiano.

Il fattore principale di questa riduzione è stata la globalizzazione, che ha portato i grossi gruppi internazionali ad assorbire molte aziende del settore.

Attualmente sono 6 i grandi gruppi che occupano l'80% del mercato italiano e il 90% del mercato mondiale: Linde (di cui fa parte OM Carrelli Elevatori S.p.A con marchio commerciale OM PIMESPO), Toyota, Jungheinrich, Nacco, MCF e Crown, mentre gli altri player hanno quote che vanno dallo 0,001 al 4,5%.

Sono però in arrivo nuovi importanti competitor asiatici, in particolare cinesi, che potrebbero cambiare l'assetto complessivo attraverso forti politiche di prezzo.

La diversa concezione del servizio offerto dalle aziende del settore, che propongono ora pacchetti "chiavi in mano" (mezzi e personale di manodopera), ha spostato l'attenzione degli acquirenti dalla qualità dei mezzi di trasporto ai margini economici che il pacchetto offre, aprendo così un varco alle nuove aziende che si presentano sul mercato con una qualità di prodotto non superiore alla media, ma con una forte leva sul prezzo sia del prodotto sia dell'intero servizio chiavi in mano.



### Risultati

Costruttore di carrelli elevatori e sistemi per la movimentazione interna da oltre mezzo secolo, OM Carrelli Elevatori è leader di mercato in Italia con una quota del 18,1% (fonte:WITS) e un tasso di crescita del fatturato del 4,9% (il doppio del mercato) nel 2004 rispetto all'anno precedente.

La chiave di questi risultati è legata al continuo sviluppo dei prodotti, al radicale rinnovamento dei processi produttivi e degli stabilimenti (ad oggi due, per una superficie complessiva di 137.000 metri quadrati e una capacità produttiva di 22.000 unità), all'adeguamento delle strutture logistiche e alla crescente capillarità della rete di distribuzione, che vanta 30 concessionari e 6 filiali dirette nella sola Italia.

L'obiettivo per il triennio 2005/2007 è di raggiungere una quota di mercato del 25% in Italia e del 5,5 in Europa, mantenendo sostanzialmente costante tasso di crescita a livello nazionale e investendo in maniera consistente per accrescere la posizione sul mercato europeo.

### Storia

OM Officine Meccaniche nasce a Brescia nel 1917. Agli albori della sua attività fabbrica autovetture e nel 1933 entra a far parte del gruppo FIAT, sodalizio che si protrarrà fino al 1992.

Nel 1937 nasce la divisione Carrelli che produce mezzi per il supporto logistico dell'esercito.

Nel dopo guerra OM scrive la storia del trasporto in Italia producendo autobus e autocarri mentre nel 1951 mette a punto il primo carrello elevatore a combustione termica. Nasce intanto a Luzzara la PIMESPO (Piccola Industria Meccanica sul Po), azienda produttrice di carrelli da magazzino che sarà acquisita da OM nel 1981.

Dopo un periodo come Fiat Carrelli Elevatori - IVECO, che va dall'apertura del polo di Bari (1970) all'uscita della IVECO, la società diventa nel 2002 parte del gruppo Linde come OM Carrelli Elevatori Spa.



### Prodotto

OM Carrelli Elevatori è presente sul mercato dei mezzi di trasporto interni con due diverse famiglie di prodotti: i carrelli controbilanciati, suddivisi in base all'alimentazione energetica in elettrici e termici, e i carrelli magazzinieri, classificati in base alla funzione in trasportatori e stoccatori.

I carrelli controbilanciati sono mezzi di movimentazione che si interfacciano con i mezzi logistici esterni, come camion e treni. Sono usati prevalentemente per operazioni di carico e scarico merci e sono adatti al trasporto su

strada grazie alla speciale gommatura che permette di affrontare anche l'asfalto.

I carrelli magazzinieri, invece, sono utilizzabili esclusivamente nella movimentazione delle merci all'interno dei magazzini, da e verso gli scaffali, grazie alla loro struttura ottimizzata per compiere manovre in spazi molto ristretti.

Dalle due famiglie base è stata sviluppata un'offerta che si articola in 340 varianti diverse, in base alla portata (si va dalle 0,8 alle 50 tonnellate), l'altezza di sollevamento, che può arrivare fino a 16 metri, la gommatura, le dimensioni e la tipologia di guida.

La completezza della gamma proposta da OM Carrelli Elevatori garantisce soluzioni per ogni necessità logistica,



assicurando cicli lavorativi ottimizzati che soddisfano le richieste del cliente.

Il fattore competitivo determinante però in questo mercato è oggi quello fornire ai clienti un prodotto che rappresenti una risorsa e non un costo: i carrelli elevatori utilizzati presso le strutture del cliente devono assolvere non solo i propri compiti, ma garantire cicli di funzionamento e un livello di affidabilità e sicurezza nettamente superiore rispetto al passato.

Per questo OM Carrelli Elevatori offre, con i propri prodotti, il servizio di post vendita SAFETY SERVICE, che garantisce le performance del prodotto agendo su due livelli: un servizio specifico di riparazione, in caso di avaria del mezzo e un servizio periodico di manutenzione preventiva, che mantiene il mezzo efficiente.

A completare l'offerta, infine, OM Carrelli Elevatori propone un servizio di noleggio dei propri mezzi, il SAFETY RENT, che consente sia il noleggio a lungo termine, al posto dell'acquisto, e quello a breve termine per permettere ai clienti di assorbire imprevisti o picchi stagionali.

### Sviluppi recenti

Negli ultimi quattro anni OM Carrelli Elevatori ha lanciato 15 nuovi prodotti e ne lancerà altri 5 alla fiera della Logistica di Hannover nel 2005.

Nell'arco di cinque anni, quindi, l'azienda ha rinnovato integralmente, sia in termini di funzionalità che di design, tutto il proprio parco prodotti.

Il progetto di rinnovamento messo in atto da OM Carrelli Elevatori è profondamente legato alla storia dell'azienda negli ultimi anni e ai nuovi sviluppi che l'ingresso in Europa ha portato nel mercato italiano.

Dopo l'uscita dal gruppo Fiat e l'ingresso nella nuova realtà della Linde, OM Carrelli Elevatori ha voluto cambiare la propria politica di sviluppo prodotto e coinvolgere nel processo anche il cliente, formulando così nuovi parametri e nuove caratteristiche di prodotto in termini di ergonomia, performance e design.

A livello normativo, l'ingresso in Europa delle aziende italiane ha imposto vincoli di sicurezza e di tutela dell'ambiente, che OM Carrelli Elevatori ha recepito e integrato nei propri prodotti, disegnando nuove linee le cui priorità sono la sicurezza dei mezzi all'interno degli ambienti in cui sono utilizzati e il basso livello di emissioni dei motori.

### Promozione

I numerosi passaggi di OM Carrelli Elevatori attraverso diversi gruppi proprietari hanno cancellato nel tempo la percezione del brand originario OM.

A partire dal 2001, l'azienda ha iniziato un'intensa attività di

comunicazione e recupero del brand storico OM, a cominciare dalla ragione sociale fino alla rivisitazione grafica del marchio, che in tutte le comunicazioni istituzionali viene presentato nelle due vesti: il marchio storico, posizionato in basso a sinistra, e il marchio nuovo in basso a destra, quasi a sottolineare un passaggio di testimone in cui non si perde la propria storia ma la si porta verso un nuovo futuro.

Un secondo passo importante è stato quello di legare, attraverso una intensa comunicazione presso i clienti, il marchio OM



con PIMESPO, dal momento che le due aziende che l'hanno originato erano ancora percepite come separate, quando di fatto sono un'unica azienda già dal 1981.

Recuperata la storia e l'unità del marchio, il progetto per il 2005 è quello di riposizionare e rilanciare il marchio a livello mondiale, per comunicare i nuovi valori dell'azienda.

La necessità di semplificare il brand per rendere più efficace la comunicazione ha portato l'azienda a valutare di riproporre solo più il marchio OM - dal momento che l'acronimo PIMESPO è troppo lontano dalle lingue degli altri paesi europei - rivisitato in una veste grafica completamente nuova, che manterrà alcuni elementi del passato, ma che sarà in linea con i nuovi valori di flessibilità e dinamismo alla base del brand.

In termini di comunicazione e promozione dei prodotti, OM Carrelli Elevatori si avvale da sempre di mezzi a più diretto impatto con i propri clienti: riviste di settore, brochure informative presso i concessionari, un sito internet ( HYPERLINK "http://www.ompimespo.it" www.ompimespo.it) che è stato completamente ridisegnato, presenza a fiere di settore e, recentemente, un accordo di partnership e sponsorship con Ducati Corse, con la quale OM Carrelli Elevatori condivide i valori-guida di tradizione e dinamicità.



### Brand Values

OM PIMESPO è il marchio che fa dell'energia, dell'impegno e della dinamicità tipicamente italiani la sua forza.

OM Carrelli Elevatori vuole proporre ai propri clienti prodotti "designed to work": mezzi affidabili e con un'innovazione sempre utile, cioè sempre volta a dare un reale valore aggiunto a chi li acquista.



Anche se il primo carrello elevatore commerciale è stato venduto in Italia nel 1951, la divisione carrelli elevatori in OM esiste dal 1937, quando è nata per fornire supporto e mezzi all'area logistica dell'esercito.

La prima edizione nel 1927 della gara automobilistica nota come Mille miglia è stata vinta da una vettura OM.

Nel 1991 OM Carrelli Elevatori è stata la prima azienda ad immettere sul mercato un carrello elevatore alimentato a corrente alternata.

Nella nuova stagione della celebre serie televisiva JAG - Avvocati in divisa è stato utilizzato un camion OM per girare una sequenza.