

# RIVENDITORE AGRICOLA

AGRIparts

PROTAGONISTI • TECNOLOGIE • AFTERMARKET



## APPROVVIGIONAMENTI una storia infinita?

SU RITARDI E AUMENTO DEI PREZZI, LA PAROLA AI DEALERS



**M.A.C.**  
Un dealer sempre più 4.0

**MAD – Macchine Agricole  
Devoti e Razzini Devoti**  
Il futuro è nel servizio

In officina: cingoli  
un mercato interessante

**Zoomac**  
Obiettivo specializzazione





# SOLIDE BASI SU CUI COSTRUIRE IL FUTURO

Due aziende unite da una collaborazione ventennale. Da una parte un costruttore in grado di offrire una gamma centrata sulle esigenze dei clienti. Dall'altra un rivenditore capace di valorizzarne l'appeal commerciale. Le parole chiave? Concretezza e qualità

► di Alice Borsani

**“Cerchiamo** sempre di valorizzare la soluzione, non il problema.” Una regola, quella enunciata da Antonella Babini, al timone della CM di Lugo (RA), che nell'ultimo anno e mezzo ha guidato come un faro l'azienda specializzata nella produzione di elevatori e attrezzature per la movimentazione agricola e industriale. “La pandemia, purtroppo, non ci ha fatto sconti, soprattutto dal punto di vista personale – racconta Babini – ma questo non ci ha fermato, anzi: sono tanti i progetti in cantiere e le idee che abbiamo in programma di sviluppare nel prossimo futuro.”

A entrare nel dettaglio è la responsabile commerciale Martina Calini. “Il mercato è molto attivo, soprattutto in Italia e in Sud America, dove stiamo registrando il fermento maggiore.” Le opportunità, insomma, non mancano e CM è intenzionata a coglierle puntando sull'aggiornamento continuo dei prodotti e sulla proposta di tecnologie che aprano le porte a nuovi segmenti di business.

## LO SVILUPPO DI PRODOTTO

“Il nostro è un prodotto tutto sommato semplice, per questo è per noi fondamentale studiarlo in ogni minimo dettaglio e perfezionarlo costantemente con la selezione delle migliori materie prime e tramite la scelta di nuovi componenti, accessori e tecnologie per la parte idrau-



L'offerta di CM, azienda di Lugo (RA) guidata da Antonella Babini e Martina Calini, comprende: elevatori Duplex, Triplex, Quadruplex e relativi accessori; ruovesciatori; stringicarico; benne; contenitori, girafusti

## Approvvigionamento: anelli della stessa filiera

Il lavoro di squadra tra costruttore e dealer copre ogni aspetto della collaborazione, contribuendo a rafforzare la filiera anche in tempi difficili come quelli attuali. “Come tutte le aziende di produzione, anche noi stiamo subendo gli effetti dell'irreperibilità e dell'aumento dei prezzi di materie prime ferrose e non e dei particolari di assemblaggio – spiega Antonella

Babini di CM -. Fortunatamente, ci siamo mossi per tempo, a fine 2020, investendo in un magazzino che ci garantisce oggi di lavorare in tranquillità, garantendo la puntualità delle consegne”. Una realtà in controtendenza rispetto a una difficoltà che è invece generalizzata. “Quasi tutti i nostri fornitori, dal fabbro locale alla multinazionale hanno problemi

di approvvigionamento – conferma Luca Marchegiani -. È una novità per il settore, non abituato ai ritardi e neppure ai rincari. Per garantirvi vantaggio competitivo abbiamo sempre fatto grandi stock, sulla base di programmazioni accurate e questo, almeno nel caso delle forniture CM, ha evitato emergenze, ritardi o salti di prezzo ingiustificati.”

lica, spesso progettati insieme ai nostri fornitori, in grado di aumentare qualità e performance, senza intaccarne la competitività a livello di prezzo” sottolinea Calini. Il tutto con un occhio attento ai trend di mercato, per adattare l'offerta e

renderla sempre completa e attrattiva, come nel caso degli ultimi prodotti inseriti in gamma, la serie di stringicarico, sempre più richiesti per l'abbinamento ai sollevatori telescopici nella gestione dei bins.

## Al fianco degli agricoltori

Pontina Trattori srl e MRC srl sono le aziende della famiglia Marchegiani, guidate oggi dalla seconda generazione, rappresentata da Luca Marchegiani, figlio del fondatore, Arduino. Attiva nell'Agro Pontino, la realtà imprenditoriale con sede a Pontinia (LT) beneficia di un territorio molto prolifico, a vocazione multisettoriale dove trovano spazio la pratica di coltivazioni estensive, serre, viticoltura, frutticoltura (in particolare del kiwi, di cui la zona è il maggior distretto in Europa), floricoltura e anche coltivazione montana. Un business ampio ed eterogeneo, gestito da Pontina Trattori con lo sviluppo di competenze specialistiche interne e con un portfolio multi marchio, anche nello stesso segmento di attività, in grado di soddisfare una clientela particolarmente variegata e con esigenze tanto specifiche da poter essere difficilmente soddisfatte da un solo marchio. Le due aziende contano un totale di 30 addetti e cubano un fatturato consolidato che, nel 2020, ha toccato i 22,8 milioni di euro.



Luca Marchegiani di Pontina Trattori

### CON PONTINA TRATTORI UNA PARTNERSHIP WIN WIN

La collaborazione con Pontina Trattori, punto di riferimento per gli agricoltori e gli operatori dell'Agro Pontino (vedi box) è iniziata circa 20 anni fa. "Ci siamo rivolti a CM perché avevamo bisogno di elevatori per la movimentazione di derrate da frutticoltura del kiwi e da allora la collaborazione si è fatta sempre più stretta" – ricorda Luca Marchegiani, imprenditore di seconda generazione alla guida della concessionaria con sede a Pontinia (LT). Nel tempo infatti, la capacità di CM di offrire un prodotto caratterizzato da un rapporto qualità prezzo vincente e soprattutto centrato sulle esigenze dei clienti ha fatto diventare l'azienda fornitore unico di Pontina Trattori nel segmento degli elevatori. "Situazione anomala – commenta Marchegiani -, poiché



La collaborazione tra CM e Pontina Trattori, punto di riferimento per gli agricoltori e gli operatori dell'Agro Pontino, è iniziata circa 20 anni fa

la nostra strategia di fornitura prevede sempre la presenza di un'alternativa: loro non ci hanno però dato motivo di cercarla perché hanno abbinato all'innovazione continua dei prodotti la capacità di costruire, complice la nostra azione commerciale sul territorio, una percezione del marchio come espressione di massima qualità, risultato non scontato nel caso di un comparto di nicchia. E la prova è che spesso sono proprio i clienti a chiedere i prodotti CM."

### INNOVAZIONE: SERVE IL GIUSTO APPROCCIO

In tempi di boom del 4.0, a fare la differenza nella preferenza di un prodotto è anche il giusto approccio all'innovazione. "Il rischio è che un marchio, per aumentare l'appeal dei propri prodotti, proponga soluzioni tecnologiche troppo spinte che, invece di risolvere i problemi, ne creano di nuovi. Non è il caso di CM che, nel tempo, ha saputo innovare sviluppando soluzioni, anche di elettronica, concrete che risolvono problemi reali, scegliendo tecnologie mature che, una volta installate, non danno problemi".

Un esempio: il distributore elettroidraulico proporzionale lanciato nel 2019, basato sulla tecnologia load sensing e pensato per garantire maggiore efficienza e risparmio energetico agli elevatori idraulici dell'intera gamma.

### UN LAVORO DI SQUADRA

Una delle ragioni del successo del marchio di Lugo, secondo Marchegiani, va cercata nel fatto che CM abbia saputo standardizzare molto bene la produzione, mantenendo un buon bilanciamento dei prezzi e alzando gli standard qualitativi. "Spesso il cliente chiede personalizzazioni millimetriche circa i dimensionamenti o le altezze di installazione, e qui entriamo in scena noi: è infatti l'officina a personalizzare il prodotto a seconda dell'utilizzo in serra, sotto tendone o in campo aperto". "In questi casi – conferma Calini – cerchiamo di affiancare il rivenditore offrendo il nostro supporto e la consulenza tecnica necessaria a finalizzare l'intervento." Un lavoro di squadra che è il primo passo (e forse il più importante) per avviare un percorso di crescita condivisa.

Antonella Babini (a sinistra) e Martina Calini della CM di Lugo (RA)

