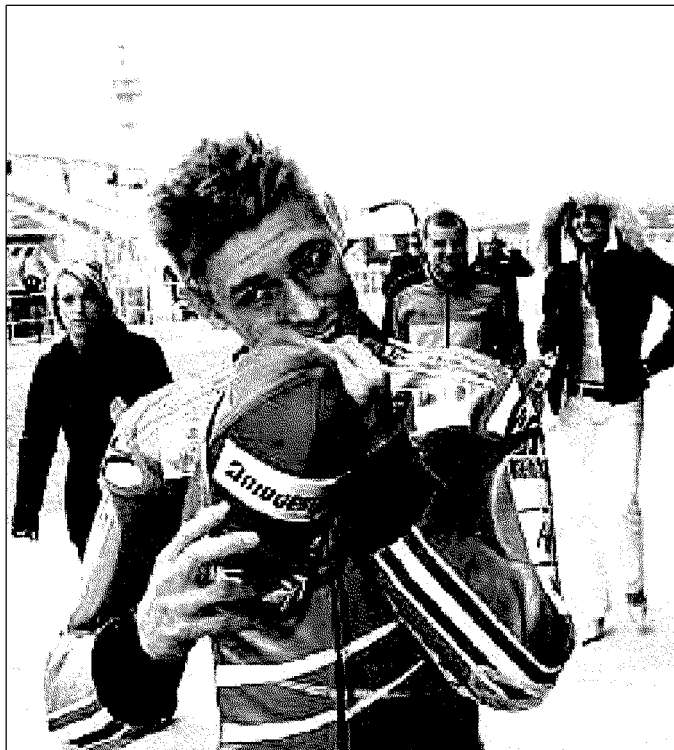


“Il Motomondiale è importante perché dà visibilità. Ma la cosa fondamentale è il prodotto”

Evitare le brusche frenate

La Ducati rallenta e mette in campo le strategie anticrisi

BOLOGNA - La regola della Ducati Motor? Prudenza, per evitare brusche frenate. Non è un consiglio di guida ai motociclisti, ma una strategia anti-crisi. Almeno nella casa di Borgo Panigale. “Il 2009 è un anno particolarmente complesso, stiamo cercando di avere un atteggiamento di prudenza e di rallentamento progressivo piuttosto che continuare a lavorare come abbiamo sempre fatto per poi dare frenate brusche in presenza di crisi improvvise”. Così, Alessandro Guella, direttore logistica di Ducati, ieri a Bologna a margine del meeting “L'imprenditoria bolognese si incontra in Ducati”, organizzato da Joinet-i-Faber, delinea le prospettive della storica azienda motociclistica bolognese e illustra le manovre messe in atto dall'azienda per far fronte alla crisi. “Rispetto alle crescite che ci immaginavamo in base ai dati 2007-2008, abbiamo dovuto necessariamente rallentare perché il nostro obiettivo non è soltanto produrre, ma cercare anche di avere una rete di vendita sana e, di conseguenza, stiamo seguendo con molta attenzione gli andamenti di mercato”, spiega ancora Guella. A suo giudizio, il 2009 sarà “un anno complesso anche sul fronte della fornitura. Molti dei nostri fornitori sono del settore automotive, quindi viviamo anche tutte le perturbazioni che non derivano dal nostro settore, ma anche dall'automotive che ha numeri decisamente più grandi dei nostri”. In un contesto più ampio di crisi, la produzione può anche essere spinta dai buoni risultati ottenuti nelle gare del Motomondiale? “Il Motomondiale in generale aiuta, perché dà una visibilità importante, poi i successi che Ducati ha rispetto alla sua dimensione sono straordinari, quindi sicuramente questo contribuisce - continua Guella - però serve anche un prodotto buono, valido e apprezzato, come quelli che negli ultimi anni stiamo avendo” grazie ai quali



Casey Stoner: pilota di punta della Ducati e principale rivale di Valentino Rossi con cui ha ingaggiato storici duelli

“stiamo riscuotendo buoni successi anche dal punto di vista del prodotto del mercato”. E sul risparmio dei costi Guella porta l'esperienza che dal 2001 sta interessando la casa motociclistica bolognese. “Attraverso uno strumento informatico come un portale web si riesce ad integrare una supply chain (catena di fornitura, ndr) che caratterizza più di 200 fornitori, e questo permette un risparmio del 10-15%”, spiega Guella. Sul portale si sviluppano “una serie di strumenti e moduli che permettono un'integrazione: per la gestione degli ordini, dei piani di consegna, dei trasporti, dei listini, delle non conformità, della contrattualistica o degli strumenti di venture banking che stiamo sviluppando in questo momento”, aggiunge il direttore. “Il risparmio lo vediamo sia in termini di cliente che di fornitore, entrambe le parti riducono quelli che sono i contatti diretti, via telefono, o le normali comunicazioni destrutturate: e-mail, fax, telefonate... In piu' si riesce a gestire

lo 'storico' delle transazioni”, spiega ancora Guella. Giovanni Lucantoni, direttore approvvigionamenti di Unipol, spiega invece come attraverso “l'esigenza di integrare e razionalizzare i processi di gestione e spedizione degli stampati delle società del Gruppo Unipol”, si sia arrivati “alla creazione di un unico magazzino, per tutte le società, affidandolo ad un unico fornitore per ottimizzare il servizio”.

