

LA MULTINACIONAL ORGANIZA UN FESTIVAL EN EL SUR DE ESPAÑA PARA MOSTRAR SUS PRODUCTOS E IDEAS DE NEGOCIO

El grupo Manitou exhibe su potencial en Huelva ante cerca de 1.200 invitados

El grupo Manitou ha organizado un evento inédito con el conjunto de sus socios y colaboradores del 29 de mayo al 1 de junio en Punta Umbría, Huelva, llamado "The Festival". Una primicia mundial que ha logrado reunir cerca de 1.200 asistentes y donde han coexistido numerosas conferencias, mesas redondas y una gran zona de exposición de 12.000 metros cuadrados de superficie.

Alex Blas.
Redacción Vida Rural.

Es toda una primicia tanto por la diversidad de invitados como por el tono y el estilo, pero el mensaje es preciso y para todos –explica Jean-Christophe Giroux, director general del grupo Manitou–. Después de tres años muy difíciles, ha llegado el momento de compartir nuestras convicciones y nuestra visión de futuro. Estamos orgullosos de nuestra actividad y queremos movilizar a todos nuestros socios y colaboradores en una nueva etapa de la aventura», matizaba Giroux antes de comenzar el evento.

Y sus palabras no se quedaron cortas. La compañía realizó una exhibición de sus productos ante cerca de 1.200 invitados, procedentes de ochenta países, –entre usuarios, concesionarios, proveedores, banqueros, analistas financieros, periodistas, etc.–, para compartir con todos ellos la visión del grupo y definir cómo "crecer juntos". «El lema "crecer juntos" es a la vez una oportunidad y un objetivo, y es necesario que todos los actores de esta gran película sean conscientes de



cuáles son sus papeles respectivos –agregó Giroux– así es cómo se interpreta este "Festival", que vamos a vivir como una auténtica plataforma de intercambio y de adhesión a una ambición común».

El evento se articuló en torno a diversos actos: una convención inaugural plenaria donde se desarrolló la visión, estrategia y retos de la compañía con la implicación de los altos directivos del grupo; catorce conferencias sobre temas específicos animadas por expertos profesionales; veintiuna mesas redondas para que los asistentes pudiesen cambiar impresiones sobre temas de interés general; una zona de exposición de 12.000 metros cuadrados; una convención de proveedores; una conferencia de prensa y por último una exhibición nocturna de máquinas en una hacienda cercana.

Visión, retos y estrategia

El concurrido acto inaugural tuvo lugar entre pantallas, espectáculos de luces y sonido y presentaciones y entrevistas a los altos directivos de la compañía. Las primeras palabras de Jean-Christophe Giroux fueron destinadas a aportar datos sobre la compañía, recordando que el grupo Manitou se encuentra presente en 120 países a lo largo del mundo, con 1.400 distribuidores, veinticuatro filiales comerciales, ocho centros de producción (todos ellos en Francia), una plantilla alrededor de 3.000 personas (el 40% de ellas fuera de Francia) y más de

“YO SOY KUBOTA”

Ignacio Gómez Hortelano

*10 veces Campeón
de España de arada

Ignacio Gómez Ramos

*1 vez Campeón
de España de arada

**“Hace tiempo utilicé otras marcas,
pero ahora tengo cuatro tractores Kubota”**



Gracias por vuestra confianza, Campeones.

“En mi opinión, las ventajas de Kubota incluyen un precio razonable, una maniobrabilidad excelente y un servicio de confianza.”

“Estoy especialmente encantado con el pequeño radio de giro y el inversor hidráulico que facilita el cambio rápido y fácil del sentido de la marcha.”

Consulte la Red de Concesionarios en:
www.kubotatractores.es



Kubota®

Kubota da 2 años de garantía (sin límite de horas)

cuatrocientos modelos entre las cinco marcas (Manitou, Gehl, Mustang, Loc y Edge) que componen el grupo. «Somos una compañía con una cifra de negocio de 1.100 millones de euros en el último ejercicio y 1.300 millones previstos para este año, y cuyos objetivos son duplicar el negocio, compartir nuestro proyecto con todo el mundo y escuchar y aprender juntos, ya que el grupo Manitou somos todos», matizó Giroux.

La compañía se distribuye en tres mercados distintos; construcción, industria y agricultura, bajo tres divisiones diferentes; maquinaria para manipulación de terrenos irregulares, máquinas compactas y maquinaria para manejo industrial, así como tres áreas de conocimientos especializados; diseño, fabricación y distribución.

Tras esta breve presentación, el director general del grupo fue preguntado por diversos temas. Para empezar una pregunta esencial hoy día, la situación de la compañía en el presente, bajo la influencia de la actual crisis financiera internacional que estamos viviendo, a lo que contestó que tras haber pasado años muy malos, entre 2008 y 2010, «hoy día el grupo se está recuperando, siendo un orgullo el habernos mantenido durante estos años tan difíciles. Desde luego que lo que no te mata, te hace más fuerte».

«Ahora estamos viviendo una batalla diaria, pero gracias a todos los distribuidores estoy seguro que vamos a tener un gran éxito en el futuro» añadió Giroux. En cuanto a la compra de Gehl en 2008-2009, el director general fue bastante rotundo, indicando que el momento de adquisición de esta marca fue difícil, ya que la compañía no estaba preparada para una inversión tan grande como esa en los años que empezaba la crisis financiera, pero que era ahora, en el presente, «el momento de recoger



Más de 1.200 personas acudieron a esta cita en Punta Umbría el pasado mes de mayo.



Jean-Christophe Giroux, director general del grupo, durante el acto inaugural.



El equipo directivo del grupo Manitou durante una de las conferencias de prensa.

los frutos de esta inversión».

A continuación, Giroux confirmó, una vez más, que la compa-

ñía no estaba en venta a pesar de los rumores de los últimos años que vaticinaban la compra del

grupo Manitou por una multinacional de maquinaria agrícola, «los accionistas –los cuales más del 60% corresponden a familiares de la primera generación de fundadores– no han dicho en ningún momento que esta compañía tiene que ser vendida, no son más que rumores». Y en relación a cómo se siente siendo el director general de una compañía aún mayoritariamente familiar, respondió que no se siente diferente, y que de hecho, su meta es mantener siempre el equilibrio y la objetividad que puede dar una persona ajena a la familia.

Por último, Giroux definió en pocas palabras lo que significa para él el grupo Manitou y la estrategia para el futuro de la compañía, «mi ambición, al igual que la de todo el grupo, es ser la referencia del sector. No queremos ser ni los líderes ni los expertos, sino la referencia en construcción de maquinaria y material de manipulación industrial, agrícola y de construcción». Para concluir el acto inaugural, todos los grandes directivos de la compañía fueron subiendo uno a uno a presentarse y hablar unos minutos ante el abarrotado salón de actos del Hotel Punta Umbría de Huelva. Entre ellos, Fabrice Beslin, director de la división de manipulación industrial, que destacó que la fiabilidad para Manitou es muy importante, ya que «no es ni mucho menos azar. Para nosotros, fiabilidad es el resultado del trabajo de muchos años de experiencia acumulada. No solo se trata de calidad, sino de cumplir con los objetivos que tienen los clientes y los distribuidores».

El "Festival Lane"

Una de las mayores atracciones de este evento ha sido la zona de exposición de 12.000 m² llamada "Festival Lane". En ella se exhibieron el conjunto de máquinas para construcción, industria y

agricultura a lo largo de más de 600 metros, de las tres marcas más importantes del grupo: Manitou, Gehl y Mustang. Además, esta zona de exposición se distribuía y organizaba en torno a los cinco valores corporativos que tiene la compañía: liderazgo, actividad centrada en el cliente, anticipación, diferencia y responsabilidad.

Primero, en cuanto al liderazgo, el conocimiento de los mercados y de las necesidades de mantenimiento permite al grupo ofrecer una solución máquina - accesorios - servicio acorde con las necesidades del cliente, gracias a su amplia gama de productos.

Además, desde la concepción hasta la entrega de una máquina, los equipos del grupo Manitou dedican una especial importancia a la calidad. La formación de los técnicos del servicio postventa, la rapidez de entrega de las piezas de recambio o la documentación contribuyen a la imagen de fiabilidad del grupo. Como fabricante, el grupo Manitou pone a disposición de su red de concesionarios un nivel de calidad determinado mediante cuatro etiquetas de certificación: One, Pro, Pro + y Expert.

El segundo de los lemas que se podía leer en el recorrido de la zona de exposición fue el referente a la actividad centrada en el cliente. El evento "The Festival" ha sido una ocasión más para dialogar con el conjunto de socios y colaboradores (clientes, concesionarios, vendedores, proveedores, etc.) y recopilar sus puntos de vista sobre el uso que actualmente se da a los productos y sobre sus futuras necesidades de acompañamiento. Con frecuencia, hay mejoras y productos que son una respuesta directa a exigencias expresadas por los clientes. Por ejemplo, Gehl y Mustang han desarrollado una gama más amplia de accesorios para aumentar la necesidad de com-

unidad y de facilidad de uso, como la carretilla telescópica compacta MT 625.

También bajo el lema de anticipación, se englobaban las soluciones basadas en el "Think Green": máquinas adecuadas y adaptadas para ser respetuosas con el medio ambiente. Otro elemento clave es la oportunidad de anticiparse a los cambios normativos con la elección de los motores que equiparán las máqui-

nas del grupo. Se trata de recurrir a los mejores socios comerciales para ofrecer la solución más adaptada en función de las aplicaciones del cliente, como la carretilla telescópica MLT 840 que incorpora un motor John Deere, o la MT 625, carretilla telescópica compacta, que funciona con un motor Kubota. Además, se han expuesto tres nuevos conceptos futuristas: una carretilla de mástil, una carretilla telescópica con

chasis fijo y una plataforma automotriz. Anticiparse a las tendencias en términos de diseño y de evolución en los productos también es hacer gala de una escucha activa y de una comprensión de las necesidades del cliente a través de una ergonomía innovadora y optimizada.

En cuanto al lema de diferencia, el grupo proyecta una política donde sus equipos desarrollan respuestas adaptadas para sus necesidades específicas, especialmente en los nuevos mercados, donde se identifican motores de crecimiento como en minas y canteras, medio ambiente o mercados petroleros, ofreciendo soluciones específicas de máquinas y accesorios.

Por último, bajo el lema de responsabilidad, la compañía sigue políticas de "Safety first", ya que no importa en qué parte del mundo se utilicen los productos del grupo, todos ellos han sido concebidos según las normas de seguridad internacionales y garantizan una mantenimiento y un acceso a los componentes con total seguridad, según indica la



En la muestra se expuso maquinaria de las tres marcas más importantes del grupo.



Con una superficie total de 1.200 metros cuadrados, el "Festival Lane" ha sido una de las mayores atracciones de este evento.



El nuevo manipulador telescópico MLT 840 115PS, indicado para explotaciones agroganaderas de tamaño medio-grande.

compañía. Por otro lado, cuando es preciso, el grupo Manitou recurre a la profesionalidad de socios comerciales con calidad y fiabilidad en sus productos. El acuerdo cruzado Manitou y Terex o Gehl con Yanmar, Manitou y Tanfield, o incluso la fabricación de la nueva gama industrial MI en la fábrica Hangcha, son buenos ejemplos de ello.

Con independencia de la edad o del modelo, los equipos de piezas de recambio tienen capacidad para suministrar piezas originales. Inaugurados hace menos de cinco años, los dos centros logísticos del grupo (uno en Estados Unidos y otro en Francia) seguirán ofreciendo el mismo servicio con el paso del tiempo. Además, la organización del grupo Manitou se centra en el cliente con una Dirección Comercial y de Marketing transversal, dedicándose al mismo tiempo a promover la experiencia para cada línea de productos (plataformas, carretillas telescópicas, almacenaje, etc.). «Una organización creada para

poder integrar nuevas líneas de productos en el futuro sin comprometer su funcionamiento general», aseguran desde la compañía.

Posición y nuevos productos para el mercado agrícola

La población mundial en el año 2050 –según estimaciones de la FAO– llegará a la cifra de 9.000 millones de personas, de modo que las actividades alrededor del sector agrícola van a cobrar vital importancia en los próximos años, y el grupo Manitou lo tiene muy presente. El sector agrícola en la compañía representa una parte importante en las ventas totales del grupo a final de cada ejercicio –el 33% del total–, especialmente en estos últimos tiempos de crisis financiera, donde el mercado agrícola se ha mostrado bastante más estable que el de la construcción.

Dentro del mercado de maquinaria para agricultura –según cifras presentadas por el grupo

durante la conferencia “The agricultural markets and the Manitou group: facts and perspectives” realizada en el evento–, existe una relación directa entre los tractores y las telescópicas vendidas en un determinado país. De tal forma que normalmente el número de ventas de telescópicas para agricultura es del 7% del total del mercado de maquinaria. Así, por ejemplo, en Francia –uno de los cinco países con mayor número de ventas de tractores, y por ende de mayor importancia a nivel europeo en el mercado de maquinaria agrícola, junto con Reino Unido, Alemania, Italia y España– en el año 2011 se vendieron 2.724 telescópicas y un total de 37.836 tractores, lo que hace justo el 7% del total.

La venta de esta maquinaria de manipulación para agricultura se da principalmente en los mercados llamados por la compañía “maduros”, que hoy en día se compone por los mercados de Europa Occidental, con un total de 25.683 unidades vendidas –el

67% del total de ventas–, después en los mercados “semi-maduros” que se encuentran en Norte América, Europa del Este y Rusia, y por último los mercados “emergentes”, es decir, Brasil, India y China. En cuanto a cuota de mercado en el mercado europeo de telescópicas, Manitou obtiene el 38% del total de cuota de mercado en Francia, seguido de un 25% en Reino Unido y del 20% en Alemania.

Respecto a la venta de minicargadoras y cargadoras articuladas de las marcas Gehl y Mustang, la compañía arrojó cifras interesantes. Las minicargadoras vendidas en Estados Unidos representan el 50% del total de ventas mundial, donde Gehl y Mustang tienen un 14% de cuota de mercado, mientras que en Europa sólo representan un 10% del total. En cambio, el caso de las cargadoras articuladas es al contrario, en Europa sus ventas significan un 50% del total mundial –y cuya cuota de mercado para Gehl y Mustang es de un 4%– y la de Estados Unidos de un 8%.

En el marco de estas jornadas, el grupo ha dado a conocer los productos nuevos para el mercado agrícola de la compañía, los manipuladores telescópicos MLT 840 115PS y MLT 840 137PS, especialmente indicados para explotaciones agro-ganaderas de tamaño medio-grande y con una capacidad de trabajo de 1.000 horas al año. Las prestaciones más características son la posibilidad de una mayor productividad, mayor confort en la cabina, nuevo diseño, realineamiento semi automático de las ruedas, salpicadero con pantalla de información digital, sistema de refrigeración con sistema de autolimpieza regulable, caja de cambios M-Shift con cinco velocidades y modo automático, bomba con cilindrada variable controlada eléctricamente (hasta 180 l/ min) y nuevo joystick JSM. ●