

Carrelli elevatori – La classifica dei primi 20 produttori

Questo mese vi proponiamo il risultato di un'indagine, pubblicata dalla rivista Modern Material Handling, relativa ai primi 20 produttori di carrelli elevatori, componente ormai indispensabile per la movimentazione dei materiali industriali.

L'analisi effettuata ha evidenziato un netto contrasto tra le vendite di carrelli elevatori nel corso del 2008: durante i primi tre trimestri infatti, le vendite hanno visto una crescita modesta ma comunque ragionevole, mentre nel corso del quarto trimestre sono crollate a seguito della crisi economica che ha investito diversi settori industriali.

Secondo le statistiche ITA relative al 2008, gli ordini di carrelli hanno avuto un calo su scala globale pari all'8%: negli Usa (-13%), in Europa e in Oceania (- 9%), in Asia (- 5%). L'unica regione a livello mondiale che non ha subito una flessione nelle vendite è stata l'Africa.

Tuttavia non è la prima volta che si assiste ad un crollo come questo del 2008: nel 2001, in termini di fatturato, il mercato globale era diminuito di quasi il 12%, risalendo poi nel 2003 con un balzo del 13% e continuando crescere proprio fino al 2008.

Nonostante il calo delle vendite registrato, per il futuro si intravedono i primi segnali di ripresa ed è opinione abbastanza diffusa che presto il mercato dei carrelli tornerà a crescere.

A dispetto dei recenti scossoni dovuti alla congiuntura economica globale, il ranking dei primi 20 produttori è rimasto pressoché invariato, soprattutto per quanto concerne le posizioni più alte in classifica.

Rank	Company	2007 rank	Fatturato 2008*	Brand	World headquarters
1	Toyota Industries Corp.	1	\$6.51 billion	Toyota, Raymond	Aichi, Japan
2	Kion Group	2	\$6.00 billion	Linde	Wiesbaden, Germany
3	Jungheinrich Lift Truck Corp.	3	\$2.98 billion	Jungheinrich	Hamburg, Germany
4	NACCO Industries	4	\$2.82 billion	Hyster, Yale	Cleveland, Ohio
5	Crown Equipment Corp.	6	\$1.82 billion	Crown, Hamech	New Bremen, Ohio
6	Mitsubishi Caterpillar Forklift	5	\$1.67 billion	Mitsubishi, CAT	Sagamihara, Japan
7	Nissan Forklift Corp.	8	\$1.17 billion	Nissan, Barrett, Atlet	Tokyo, Japan
8	Komatsu Utility Co.	9	\$1.15 billion	Komatsu, Tusk	Tokyo, Japan
9	Anhui Forklift Group	10	\$857 million	Heli	Hefei, Anhui, China
10	TCM Corp.	7	\$733 million	TCM	Tokyo, Japan
11	Nippon Yusoki Co.	11	\$723 million	Not available in North America	Kyoto, Japan
12	Clark Material Handling	13	\$495 million	Clark	Seoul, South Korea
13	Manitou	14	\$485 million	Manitou	Ancenis, France
14	Zhejiang Hangcha Engineering Machinery Co.	15	\$414 million	HC	Hangzhou, China
15	Doosan Infracore	12	\$363 million	Doosan Infracore	Seoul, South Korea
16	Hyundai Heavy Industries	16	\$224 million	Hyundai	Ulsan, South Korea
17	Rocla	17	\$182 million	Not available in North America	Järvenpää, Finland
18	Tailift	18	\$165 million	Tailift, World-Lift	Taichung, Taiwan
19	Combilift	19	\$130 million	Combilift	Monaghan, Ireland
20	Hubtex	20	\$98 million	Hubtex	Fulda, Germany

*Fatturato su scala globale nel corso dell'anno fiscoale 2008

Fonte: Modern Material Handling

Toyota rimane saldamente al primo posto con un fatturato di 6,51 miliardi dollari nel 2008, leggermente in calo rispetto ai 7,80 miliardi registrati nel 2007.

Il gruppo Kion (Nord marchio americano: Linde) segue al secondo posto con un fatturato che è sì sceso da 6,3 a 6 miliardi di dollari, ma che rimane comunque doppio rispetto a quello registrato da Jungheinrich, stabile al terzo posto con 2,98 miliardi.

NACCO Industries (Nord marchi americani: Hyster, Yale) ha visto incrementare il suo fatturato da 2,7 a 2,8 miliardi di dollari, ottenendo un risultato positivo ma non sufficiente per spostarsi dalla quarta posizione.

La top five è chiusa da Crown Equipment, che con 1,82 miliardi dollari ha sopravanzato Mitsubishi Caterpillar, sceso al sesto posto con 1,67 miliardi dollari.

Per ciò che concerne lo scenario futuro tra i diversi competitor, è opinione abbastanza diffusa che i grandi operatori tenderanno a crescere mentre i piccoli operatori avranno sempre più difficoltà a rimanere competitivi. Gli utenti finali infatti, richiedono sempre più spesso un pacchetto full service che comprenda anche l'assistenza lungo tutto il ciclo di vita del carrello. Proprio per questo motivo le aziende sono più propense a rivolgersi a grandi marchi che garantiscano stabilità nel tempo e una maggiore capillarità sul territorio. Quindi, a fronte di un extra costo all'acquisto, si preferisce puntare su un grande marchio in grado di risolvere più velocemente ed efficacemente eventuali problemi che si possono riscontrare durante l'utilizzo del macchinario. Risulta evidente come l'assistenza e il supporto post-vendita diventano sempre di più un elemento indispensabile per essere competitivi nel mercato.