

I trattori isodiametrici sono nati quali realtà prevalentemente nazionali per rispondere in maniera concreta alle esigenze delle aziende operanti in ambiti specialistici ubicate in aree collinari o montane. Là dove servivano mezzi più stabili dei trattori standard ma più versatili dei cingolati. L'isodiametrico ben fa fronte a tali necessità, tant'è che, lentamente, si è poi imposto anche all'estero. Dapprima in Europa, poi negli Stati Uniti e in tempi più recenti anche in Cina, in India e in Sud America. Un processo di crescita che ovviamente il Gruppo Bcs vuol vivere da protagonista e, magari, anche accelerare mediante il potenziamento della rete commerciale e distributiva, così da proporre i trattori lombardi a più ampie platee di agricoltori. Un obiettivo che però può essere raggiunto dando ulteriore slancio a tutte le aree operative del Gruppo e al quale sta lavorando da 17 mesi a questa parte l'amministratore delegato del Gruppo Martin Rosique, direttore anche delle filiali Bcs di Spagna e Portogallo. "Il piano strategico definito insieme alla Proprietà, spiega Martin Rosique, punta a rendere il Gruppo sempre più agile e reattivo alle esigenze dei vari mercati, così da poter rispondere tempestivamente a evoluzioni sempre più rapide e, al tempo stesso, meno lineari rispetto al passato. Nella implementazione di questo piano, un ruolo centrale sono chiamate a svolgerlo le persone, la vera chiave di successo di un'impresa e proprio per questo motivo si sono introdotte in azienda nuove procedure organizzative tese a massimizzare l'efficienza mediante l'introduzione di metodi di lavoro atti a coniugare le responsabilità del singolo con l'attitudine a lavorare in team. Parallelamente sono anche state inserite nuove figure professionali di alto livello in tutte le funzioni aziendali ridisegnando in primis l'organizzazione commerciale che ora vede separate nettamente le strutture dedicate al comparto agricolo e alla manutenzione del verde, i marchi Bcs, Ferrari, Pasquali e Ma.Tra, da quella indirizzata al settore industriale, il marchio Mosa. Le due divisioni operano in autonomia avendo quale meta comune quella di sviluppare e implementare secondo le specifiche esigenze delle rispettive aree di business le reti vendita e distribuzione locali. Anche quella italiana. Quanto sopra in un'ottica di miglioramento dell'attenzione ai distributori, parte integrante dell'organizzazione Bcs, facendo sì che ciascuno di loro possa avere un rapporto sempre



Martin Rosique, a sinistra, insieme al presidente del Gruppo Bcs Fabrizio Castoldi

Cammino di **GRUPPO**

Rendere il Gruppo Bcs un protagonista di settore a livello internazionale. Questo l'obiettivo assegnato all'inizio del mandato a Martin Rosique, amministratore delegato del Gruppo di Abbiategrasso. Il punto dopo quasi un anno e mezzo di lavoro

più stretto e diretto con il Gruppo relativamente a tutti gli aspetti, tecnici e commerciali. Si punta a farli sentire al centro delle politiche mediante risposte rapide alle loro richieste. Sono il più importante patrimonio del Gruppo e quindi è giusto che abbiano a disposizione tutti gli stru-

menti per operare al meglio sui rispettivi mercati". Obiettivi ambiziosi, ma in concreto cosa già si è fatto in questi 17 mesi? "Il bilancio è senza dubbio positivo. Si sta completando il passaggio da un modello di impresa prevalentemente concentrata sulla produzione a un altro più atten-

to al prodotto e allo sviluppo dell'attività commerciale e di servizio al mercato. Il 2017 ha inoltre visto un consolidamento dei risultati sotto il profilo dei fatturati accompagnato da una crescita significativa del margine operativo che permette a Bcs di rafforzare la propria solidità finanziaria senza dover ricorrere all'ingresso di capitali esterni. Si è inoltre confermata la vocazione internazionale del Gruppo testimoniata dalla quota del 60 per cento del fatturato indirizzata ai mercati esteri. L'export è vitale per Bcs, già presente in maniera più o meno importante in più di cento Paesi del Mondo e fortemente orientato a sviluppare la propria internazionalizzazione. Vi sono Paesi – come Germania, Francia, Cina, India, Spagna e Portogallo – in cui operano filiali dirette e in cui si può contare su una presenza forte e organizzata e altri - Messico, Cile, Perù e più in generale l'area dell'America Latina – in cui si sta lavorando per espandere le attività. Particolare attenzione è data a India e Cina per il loro grande potenziale di sviluppo e per la positiva accoglienza che i prodotti stanno riscontrando. L'obiettivo è quello di consolidare e far crescere la percentuale di export del Gruppo anche mediante lo sviluppo di nuovi prodotti come già si è fatto per esempio in Angola e in Russia, dove ora si è presenti con macchine modificate in modo da far fronte alle difficili condizioni



climatiche locali". A proposito di nuovi prodotti, quali novità? "L'innovazione fa parte del dna di Bcs e l'elettronica rappresenta la grande sfida del settore. Una tecnologia cui si è ritenuto opportuno dedicare investimenti specifici potenziando il settore di ricerca e sviluppo. Sono stati creati due nuovi laboratori, dotati di tutte le più moderne apparecchiature e strumentazioni necessarie sia per sviluppare soluzioni, sia per effettuare la più completa gamma di prove e test così da confermare anche sui modelli futuri quelle doti di affidabilità che rappresentano la caratteristica prima di tutte le macchine del Gruppo. I nuovi modelli ovviamente saranno in linea con le nuove normative definite a livello comunitario in tema di sicurezza ed emissioni, contenuto peraltro già in essere sui nuovi trattori 'K105' e 'L80', uno dei quali, il top di gamma K105, è anche stato il primo isodiametrico equipaggiato con un motore omologato in stage 3B. Nuovi modelli arriveranno sicuramente ma non è il caso di anticipare troppo la loro uscita visto che quest'anno ci sarà l'Eima".

© RIPRODUZIONE RISERVATA