

Growing Closer Together

È il nuovo motto e il nuovo logo di Hyundai Construction Equipment. In un'intervista esclusiva il Dr. Hubertus Muenster ce ne spiega il significato

La visita al quartier generale europeo di Hyundai Construction Equipment a Tessenderlo (Belgio) è stata l'occasione per conoscere il nuovo Sales and marketing Director Dr. Hubertus Muenster che ci ha parlato non solo dei nuovi prodotti, investimenti, partnership e strategie, ma anche dell'importanza che riveste il mercato italiano per il costruttore coreano.

Iniziamo dalla nuova Serie A sulla quale Hyundai CE sta scommettendo molto. Per quale motivo continua a essere così apprezzata dagli utilizzatori?

“Abbiamo continuato a implementare questa serie e ad oggi abbiamo convertito quasi tutti i modelli nuovi, il che significa che disponiamo di macchine dotate di nuove soluzioni tecnologiche e conformi allo Stage V in termini di emissioni. Nello sviluppare questa nuova Serie, ci siamo concentrati molto sull'operatore, un'attenzione chiaramente visibile nell'ampia cabina, progettata con criteri ergonomici per migliorare il comfort. E' dotata di un joystick elettro-idraulico, un sedile a sospensione pneumatica e di bracciolo completamente regolabile per ridurre al minimo gli sforzi dell'operatore. Abbiamo sviluppato nuove soluzioni anche in termini di sicurezza, come ad esempio il nuovo sistema di monitoraggio avanzato AVVM, che offre all'operatore una visibilità a 360° e IMOD, un sistema di rilevamento degli oggetti in movimento che segnala la presenza di persone o oggetti a meno di 5 metri dalla macchina. Le macchine della nuova Serie A vengono vendute in tutta Europa e riscuotono un grande successo. All'appello mancano solo i mini-escavatori, in quanto stiamo convertendo tutti modelli precedenti, un processo che si concluderà nel 2023 e al termine del quale avremo completato l'intera gamma di macchine della Serie A”.

Come sta andando il mercato italiano?

Il mercato italiano è stato quello che ha registrato la crescita più importante durante lo scorso anno, e si attende una crescita solida nel corso del 2022. La nuova Serie A è stata accolta con grande successo



in Italia: le agevolazioni consentite da Industria 4.0 sono state indubbiamente uno dei principali booster di questa crescita, che continua a consolidarsi. Ma dobbiamo dire che in tutta Europa il marchio Hyundai sta raccogliendo ampi consensi.

Driver di innovazione tecnologica

Parliamo ora di propulsioni alternative. Come si sta muovendo Hyundai in questo ambito?

Hyundai Construction Equipment fa parte del Gruppo Hyundai Heavy Industries Group, azienda leader a livello mondiale che sviluppa soluzioni avanzate che vanno dalla costruzione navale e offshore alla gestione intelligente dell'energia, dalle costruzioni alla movimentazione, promuovendo “tecnologia e qualità” come valore fondamentale del gruppo. La nostra casa madre costruisce petroliere che trasportano GNL (gas naturale liquefatto), portando energia ovunque serva. Questo per sottolineare come Hyundai sia impegnata nel costante sviluppo di energie rinnovabili e la sfida è quella di creare idrogeno verde, come annunciato dal CEO di Hyundai Heavy Industries Holdings Kisun Chung durante la Conferenza Stampa che si è tenuta al CES Las Vegas che ha segnato una nuova era. L'idrogeno diventerà senz'altro una delle parole chiave nel futuro di Hyundai, infatti, non pensiamo solo di progettare e realizzare macchine alimentate con questo combustibile ma vogliamo diventare uno dei principali players nel settore dell'idrogeno al mondo, alimentando l'intera filiera, dalla produzione alla distribuzione alla gestione. I nostri dealer in futuro potrebbero noleggiare ai



Dr. Hubertus Muenster



Le macchine per l'Europa? Sono su misura

Il Local Modification Customisation Project recentemente varato da Hyundai ha preso vita nel nuovo Customisation Center ubicato nei pressi del Porto di Anversa: qui fino a poco fa arrivavano le macchine completamente assemblate dalla Corea, per essere poi spedite nei vari Paesi Europei. Da poco Hyundai importa macchine solo parzialmente assemblate, che vengono personalizzate secondo gli ordini che provengono dai vari dealer: in UK, per esempio, vanno per la maggiore escavatori con il mono braccio, mentre in Italia si predilige il braccio articolato. In questo modo non solo si assecondando le richieste del mercato ma è possibile ridurre lo stock e rispondere più in fretta agli ordini, il processo di consegna. Al Local Modification Customisation Project lavora un team dedicato di oltre 20 persone.

clienti non solo escavatori, ma anche stazioni di ricarica, trasformandosi così in fornitori globali di prodotti e servizi. Per quanto riguarda l'elettrico stiamo lavorando a un mini-escavatore che verrà presentato al prossimo Bauma.

Digitalizzazione in primo piano Parlando di soluzioni digitali, quali sono quelle adottate da Hyundai per le macchine della nuova Serie A?

Questo è un altro elemento chiave che Hyundai ha tenuto in considerazione nel corso della realizzazione della nuova Serie A. La digitalizzazione sta prendendo sempre più piede nel settore delle macchine movimento terra, in quanto rappresenta un valido supporto non solo per l'operatore ma per tutti gli attori in gioco. Per questo, la nuova Serie A presenta diverse soluzioni all'avanguardia come l'HI-MATE, un sistema di gestione remota sviluppato da Hyundai che, da qualsiasi posizione, fornisce accesso a informazioni in termini di assistenza e diagnostica, nonché i dati di consumo della macchina. Questo nuovo sistema è stato presentato durante lo scorso Bauma, all'interno di uno stand completamente dedicato a soluzioni digitali. Anche per il prossimo Bauma presenteremo diverse tecnologie all'avanguardia volte ad incrementare la sicurezza, la gestione e il controllo delle macchine. Sarà per Hyundai un vero e proprio evento focalizzato sulle nuove tecnologie e sulla digitalizzazione; abbiamo investito grandi risorse per incrementare l'offerta di soluzioni innovative perché

Ulsan: investire in tecnologia

Hyundai Construction Equipment (HCE) investirà nei prossimi quattro anni circa 200 miliardi di KRW nel suo stabilimento di Ulsan (sud est della Corea del sud) la principale base di produzione, per rafforzare la competitività nel mercato globale delle macchine movimento terra, espandere la capacità e ottimizzare il processo di produzione. Si tratta del più grande investimento da quando HCE è stata scorporata da Hyundai Heavy Industries (HHI) e lanciata come società di nuova costituzione nel 2017. L'investimento si concentrerà sulla massimizzazione dell'efficienza produttiva attraverso

una revisione delle sue linee di produzione obsolete e quindi meno efficienti e l'espansione della capacità produttiva per macchine movimento terra, come escavatori e pale gommate. Una volta semplificato, il nuovo processo di produzione dovrebbe contribuire a ridurre i tempi di produzione e i costi logistici, portando a un aumento della redditività annuale di circa 17 miliardi di KRW. Successivamente, HCE prevede di installare nuove apparecchiature ed espandere le linee di assemblaggio esistenti, che dovrebbero aumentare la capacità annuale dell'impianto di 4.800



unità e portare il totale a 14.400 unità all'anno. "Credo che rafforzare la competitività del nostro stabilimento di Ulsan sia il primo prerequisito affinché il Gruppo possa raggiungere l'obiettivo di diventare uno dei primi cinque attori mondiali nel mercato delle

macchine movimento terra", ha affermato Choi Cheol-gon, CEO di HCE, capo del Global Production Innovation Center, aggiungendo: "L'investimento consentirà una produzione efficiente di macchine movimento terra presso HCE ed elevare la competitività del marchio a un nuovo livello".

Costruire il futuro

"Hyundai Heavy Industries Group è diventato il più grande costruttore navale del mondo negli ultimi 50 anni. Ora, diventerà "Costruttore del Futuro", creando nuovi valori per l'umanità". Sono le parole di un visionario Kisun Chung, CEO di Hyundai Heavy Industries Holdings, che parla della visione futura del Gruppo. "Nei prossimi 50 anni, diventeremo il miglior "Future Builder" del mondo e creeremo

una nuova crescita più sostenibile, più intelligente e più inclusiva, qualcosa che non abbiamo mai visto prima". Un assaggio di questo percorso è avvenuto allo scorso CES di Las Vegas in cui Hyundai ha presentato parecchie innovazioni dalla tecnologia di navigazione autonoma di Avikus, alla tecnologia dei sistemi di trasporto e propulsione a idrogeno liquido, alla robotica intelligente.



Hyundai Doosan Infracore e Hyundai Construction Equipment stanno pianificando di commercializzare robot di

costruzione intelligenti e relativi servizi di piattaforma entro il 2025 con l'obiettivo di realizzare cantieri senza operatori.

vogliamo andare oltre ed essere riconosciuti non solo come produttori di macchine movimento terra ma anche come fornitori di servizi tecnologici innovativi. Vogliamo inoltre essere sempre al fianco del cliente e raccogliere le sfide del futuro: capire quali saranno le esigenze future dei clienti e fornire delle macchine in grado di soddisfare le esigenze del domani. Questa nuova filosofia che prevede un stretto rapporto con i clienti e con i concessionari, ha portato alla nascita di un nuovo slogan: "Growing closer together", un nuovo senso di appartenenza alla famiglia Hyundai che abbraccia e supporta tutti gli attori per poter crescere sempre più ed essere maggiormente competitivi sul mercato.

Quanti dealer avete in Europa?

Per quanto riguarda la Divisione Construction Equipment, abbiamo circa 90 Dealer in tutta Europa, ma è un numero che è destinato a crescere. Grazie alla nuova filosofia e ad una comunicazione più incisiva, alla nuova Serie A e alle nuove soluzioni tecnologiche, oggi abbiamo una rete di Dealer qualificati e motivati che stanno ottenendo ottimi risultati. Abbiamo anche molti potenziali Dealer interessati a diventare distributori ufficiali della macchine Hyundai, perché riconoscono l'elevata qualità dei prodotti e pertanto ci chiedono l'opportunità di collaborare con il nostro marchio. Questo interesse ci rende estremamente orgogliosi e ci fornisce la possibilità di espandere sempre più il nostro network. L'Italia da questo punto di vista ha fatto enormi progressi: oggi contiamo circa 13 Concessionari estremamente qualificati che



hanno ottenuto grandi risultati in termini di vendite. In questo ultimo anno, la rete di Concessionari italiani si è arricchita di due nuove realtà: G&G Macchine, in provincia di Bologna, e General Cars, che ha sede in provincia di Varese. Siamo molto soddisfatti dei Dealer italiani perché sono cresciuti molto rapidamente ottenendo ottime performance. Uno di questi è CT Macchine, in Sicilia, che in breve tempo è passato da 10 a più di 60 macchine vendute in un anno, con un ulteriore incremento previsto per l'anno in corso.

Quali strumenti propone Hyundai ai propri Dealer per essere costantemente connessi con la sede Europea?

Hyundai supporta i propri Concessionari attraverso dei WEBINAR, in cui facciamo dei corsi di formazione. Qui a Tesserlo abbiamo anche un edificio dedicato alla formazione del personale e dei concessionari. Teniamo corsi di aggiornamento sui prodotti,



L'idrogeno di Hyundai al Bauma

Al Bauma (24-30 ottobre 2022, Monco di Baviera) Hyundai presenterà tra l'altro il concept HW155H di un escavatore gommato alimentato da una cella a combustibile a idrogeno. La tecnologia delle celle a combustibile a idrogeno è più compatibile con le macchine da costruzione rispetto alle batterie ioni-litio correntemente impiegate nei mini-escavatori elettrici.

A differenza di un escavatore gommato convenzionale, dove un motore diesel alimenta una pompa idraulica per spingere la macchina, l'escavatore a idrogeno è dotato di una cella a combustibile montata nella parte posteriore

della sovrastruttura per generare energia elettrica.

L'energia elettrica alimenta la pompa idraulica per spingere la macchina alla maniera convenzionale.

“Nei prossimi mesi, HCE (Hyundai Construction Equipment) continuerà a sviluppare e a perfezionare questa tecnologia perseguendo l'obiettivo Hyundai di guidare la transizione a un futuro post

carbonio”, dicono in Hyundai. “Le nostre proiezioni mostrano che in futuro i veicoli alimentati a celle a combustibile avranno un miglior rapporto costo-efficacia rispetto ai veicoli elettrici a batteria o ai veicoli diesel. E siamo convinti che l'idrogeno sarà in prima linea fra le energie rinnovabili nel lungo termine. Vogliamo sfruttare questo potenziale e renderlo disponibile agli utenti in soluzioni orientate alla vita reale.”



sui nuovi sistemi tecnologici e corsi di vendita, post vendita e marketing. Stiamo incrementando varie soluzioni in modo da essere sempre più al fianco dei nostri Concessionari, li supportiamo attraverso pubblicazioni nel nostro sito, condividiamo con loro il nostro programma di produzione, in modo che possano essere costantemente aggiornati anche in merito alle tempistiche di fabbricazione e spedizione. Abbiamo inoltre un sistema gestionale che ci consente di verificare in tempo reale le prestazioni dei Concessionari e fissare di volta in volta nuovi target.

Strategie e integrazione

Quali sono le strategie di Hyundai dopo l'acquisizione di Doosan?

Hyundai ha comprato una realtà, Doosan Infracore, più grande. Un chiaro segnale di quanto Hyundai sia determinata a investire più che mai nel settore delle costruzioni. E siamo solo all'inizio di un viaggio in cui l'Europa sarà uno dei mercati chiave. Ma l'acquisizione evidenzia che il mercato delle costruzioni continuerà a essere fondamentale anche nel portafoglio Hyundai, pur nella differenziazione dei marchi e delle organizzazioni di vendita. Continueremo quindi ad avere due marchi, anche se per alcune tipologie di prodotto ci saranno sinergie produttive su piattaforme comuni, e due differenti reti di concessionari. Una strategia già attuata da Hyundai nel mondo dell'automotive con il brand KIA e che si è dimostrata vincente.

Il brand Hyundai è iconico, ma dobbiamo farlo brillare ancora di più nel settore delle costruzioni in modo che sia riconosciuto come marchio leader in Europa. Per migliorare la nostra eccellenza in termini organizzative abbiamo puntato molto sulle persone, introducendo una nuova Divisione, Key Account Business Establishment, con un responsabile dedicato, incaricato di cogliere in anticipo le richieste del mercato in modo che vi sia una crescita parallela costante, sia per noi che per i nostri dealer. Abbiamo inoltre aumentato l'organico di circa il 20% per perseguire l'obiettivo del nostro motto, Growing closer together: abbiamo bisogno di più persone sul campo, abbiamo raddoppiato l'organico in Francia, abbiamo potenziato la forza vendita in Germania, e stiamo continuamente investendo nell'organizzazione, migliorando i nostri processi interni, velocizzando le procedure, introducendo maggior trasparenza sui tempi di consegna. Tutto questo, insieme all'eccellenza del prodotto che offriamo, ci aiuterà a trasformare i nostri obiettivi in realtà”.