

ALLA BASE DELL'AZIENDA DUE INGREDIENTI FONDAMENTALI: IL RIGORE TEDESCO E LA CREATIVITÀ ITALIANA

Con Bayernland la tradizione guida l'innovazione tecnologica

Vittorina Fellin

Nella zona di Vipiteno, comune a ridosso del confine austriaco e cuore del Tirolo meridionale, il formaggio è ancora un'istituzione. E non importa se chi lo porta in tavola è diventata ormai una delle aziende più importanti del settore a livello europeo, ciò che è significativo è che quel

1. Ampio assortimento di formaggi, burro e latticini
2. Tecnologia al servizio della logistica

prodotto sa esprimere ancora i valori legati alla tradizione e ha il sapore inconfondibile delle erbe di montagna. Forte di questi valori Bayernland è un'azienda all'avanguardia nel settore, che commercializza con grande dinamismo nei diversi canali distributivi italiani sostenuta da una logistica avanzata.

LA STORIA

Bayernland inizia la propria atti-

vità in Italia nel 1970 presso gli uffici della Latteria Sociale a Vapore di Vipiteno. Con i soci Molkerei Zentrale Bayern e Latteria Sociale, ha l'incarico di vendere i surplus di produzione lattiero-casearia della Baviera. Nei primi anni '70 vengono inaugurati a Vipiteno il magazzino e la nuova sede della società, che rimarrà tale, mentre negli anni successivi si comincia a mettere a punto la logistica sul territorio nazionale acquistando sedi, in provincia di Mantova prima e di Bergamo poi, per rifornire agilmente le diverse zone d'Italia.

Gli anni '80 sono determinanti per le scelte strategiche aziendali. La società punta sempre più sul marchio Bayernland e abbandona lentamente la commercializzazione di materie prime anonime. Nel 1998 l'azienda realizza il nuovo centro logistico di Verona, concentrando le funzioni logistiche delle filiali di Vipiteno, Sermide e Zingonia in un unico centro distributivo. La direzione e l'amministrazione rimangono però sempre a Vipiteno. Gli anni recenti sono gli quelli della creazione di alleanze e di partecipazioni strategiche che, in un mercato europeo sempre più competitivo e globalizzato, diventano fattore fondamentale di crescita

e di successo. In questo contesto, nel 2001, Bayernland Ag di Norimberga, player in Germania nel settore lattiero-caseario con un volume di 120.000 t di derivati del latte e un fatturato di circa 450 milioni di euro, e Bayernland srl Vipiteno siglano con Berglandmilch Linz, l'impresa lattiero-casearia più importante dell'Austria (circa 500 milioni di euro di fatturato e una lavorazione di 772.000 t di latte all'anno), una partecipazione societaria, facendola entrare nel capitale con una quota del 20%.

I PRODOTTI

Bayernland offre un ricchissimo assortimento di formaggi, burro e latticini, prodotti di qualità superiore che nascono nel rispetto di antiche ricette e dal latte di mucche che pascolano nei prati bavaresi. Con questo biglietto da visita, Bayernland da oltre 35 anni "coccola" anche il pubblico italiano con tante specialità, fedeli alle antiche ricette bavaresi, con un ottimo rapporto qualità/prezzo. Prodotti sani e naturali garantiti da rigidi controlli qualità presso i fornitori, un'offerta completa, che sa rispondere alle richieste di un mercato sempre più esigente. L'azienda ha circa 150 prodotti in portafoglio che commercializza con i marchi, Bayernland e Alpsilber, per un volume totale di produzione di 53.000 t e un fatturato annuo (dato 2008) che tocca i 108,2 milioni di euro.

LA LOGISTICA

L'azienda ha sempre mantenuto la proprietà nel territorio altoatesino, con problemi nel campo logistico. Pur con delle difficoltà,

è stata privilegiata la coerenza con i valori del territorio e dell'ambiente, che, per un prodotto fortemente legato alla tradizione alpina come questo, può diventare un fattore strategico. Le difficoltà sono state comunque superate grazie all'utilizzo delle tecnologie che hanno offerto indipendenza territoriale, temporale e tecnica. Oggi Bayernland riesce a garantire un ottimo servizio per tutti i canali distributivi, partendo da una piattaforma logistica all'avanguardia nell'interporto di Verona. L'intera penisola è rifornita, infatti, dal centro logistico di Verona, con trasmissione degli ordini online e una logistica agile e puntuale con consegne garantite entro 36/48 ore, isole comprese. Un centro di 3.200 mq, interamente climatizzato e tecnologicamente avanzato (fino a 1.500 bancali), con refrigerazione computerizzata e sistema gestionale evoluto Sap, per un dialogo diretto con il trade.

BAYERNLAND IN CIFRE

108,2 mio di euro	il fatturato 2008
150 circa	i prodotti della gamma Bayernland
53.000 t	il volume di produzione
3.200 mq	la piattaforma logistica di Verona



- Logistica avanzata
- Strategie partecipative



- Marcata concorrenzialità nel settore

Cosa fa BAYERNLAND

MISSION: soddisfare tutte le esigenze dei diversi canali di vendita presenti sul territorio nazionale

ATTIVITÀ: commercializzazione di prodotti lattiero-caseari della Baviera

STRATEGIA CONCORRENZIALE: servizi logistici all'avanguardia; assortimento di gamma; accordi strategici