

Primera visita a España del nuevo Vicepresidente de Marketing para la 'Región II', Mark von Pentz

JOHN DEERE CUIDA EL MERCADO IBÉRICO

El nuevo Vicepresidente Senior de Marketing y Apoyo al Producto de Deere & Company para la 'Región II', Mark von Pentz, visitó España poco tiempo después de su nombramiento y tuvo oportunidad de conocer FIMA '06, una feria que le sorprendió gratamente por su envergadura y profesionalidad.



El Consejero Delegado de John Deere Ibérica, S.A., Germán Martínez, junto a Mark von Pentz durante la cita con la prensa en el Salón 'Presidencia' de Feria de Zaragoza.

El nuevo Vicepresidente Senior de Marketing y Apoyo al Producto de Deere & Company para Europa, África y Oriente Medio, Mark von Pentz tuvo la oportunidad de firmar en el Libro de Oro de FIMA tras in-

formar sobre los planes actuales y futuros de la compañía, que en este 2006 celebrará el 50º aniversario desde su llegada a Europa.

Mark von Pentz se mostró gratamente sorprendido por el elevado nivel de profesionalidad que pudo observar en FIMA, un certamen "muy bien organizado y con unos stands modernos". A su juicio,

"el número de visitantes habla por sí mismo" y refleja la vitalidad de la exposición. El directivo alemán reconoció que FIMA "es más profesional que muchas ferias que se celebran en Estados Unidos" y subrayó que la cita de Zaragoza "se ha ganado con creces un espacio propio en la rotación de ferias europeas".

En la conferencia de prensa ofrecida por Mark von Pentz es-



Mark von Pentz tuvo la oportunidad de firmar en el Libro de Oro de FIMA.

tuvieron presentes Germán Martínez, Consejero Delegado de John Deere Ibérica, S.A., y Federico Fitch, de John Deere Credit. El nuevo Vicepresidente Senior subrayó que España "es uno de nuestros principales mercados". "Es importante destacar que somos la única compañía que tiene una planta de producción en este país", recordó. "Una planta de alta tecnología que suministra al resto de fábricas que el Grupo tiene repartidas por todo el mundo", añadió.

Importancia creciente

La Unidad Comercial española sigue ganando protagonismo dentro del panorama europeo de Deere & Company. Prueba de ello es la visita a la feria de la Vicepresidenta de Comunicación Corporativa de Deere & Company, Frances B. Emerson, acompañada por los responsables para la Región II de Relaciones Públicas, Dr. Oliver Neumann, y Marca Registrada, Alketa Vaso. También, coincidiendo con la celebración de FIMA, tuvo lugar en Zaragoza la reunión semestral del Comité de Marketing de la Región II de Deere & Company, con la asistencia de un total de 25 directivos de distintas unidades comerciales y factorías John Deere



50 años en Europa

2006 es un año muy especial para John Deere en Europa, ya que celebra el 50 aniversario desde su llegada a los mercados del 'viejo continente'. Por este motivo, la compañía está preparando, para el próximo mes de septiembre, un magno acontecimiento que reunirá a representantes de todas las redes de ventas europeas.

En su repaso a la actualidad de Deere a nivel global, Mark von Pentz aseguró que "la primera preferencia" para la empresa son lo que denomina como "regiones en expansión", y en especial los mercados centro y sudamericanos, donde cuenta con varias plantas productivas.

En otros países más desarrollados, el próximo "salto cualitativo", según el directivo, será la "utiliza-

ción de los sistemas de alta tecnología". En este sentido, destacó también la importancia que tiene para John Deere poder ofrecer motores más eficientes y adaptados a las futuras normativas sobre emisiones.

El Plan Renove para tractores aplicado en España también fue objeto de valoración por parte de Mark Von Pentz. "Programas similares se llevan a cabo en otros países y su objetivo es estimular el mercado. Suponen también un apoyo para el pequeño agricultor". Germán Martínez completó esta opinión solicitando el apoyo de todos los agentes del sector y se mostró partidario de su extensión a toda la maquinaria agrícola.



Zona de pruebas

John Deere Ibérica tuvo en la parte central del Pabellón 7 uno de los stands más grandes del certamen y en el exterior una zona de pruebas donde demostró el funcionamiento de algunos de sus productos, incluidos los dirigidos a la agricultura de precisión. "Disponer en el interior de la feria de una exposición estática y en el exterior poder realizar demostraciones prácticas es lo ideal y muy efectivo, sobre todo para los productos de nuestra división AMS", afirmó Germán Martínez.