

El Presidente del Grupo Same Deutz-Fahr, Vittorio Carozza, visita España para celebrar los 40 años de presencia en nuestro mercado e inaugurar las nuevas instalaciones de la filial en Tres Cantos (Madrid)



40 AÑOS EN ESPAÑA

El Grupo Same Deutz-Fahr ha celebrado, en un corto espacio de tiempo, dos importantes hitos: por un lado, en el pasado año su 80 Aniversario y ahora en España sus 40 años de presencia; con tal motivo llevó a cabo una Convención con su red, contando con la presencia del Presidente del Grupo, Vittorio Carozza, y de Aldo y Francesco Carozza, Vicepresidentes, y Andrea Bedosti, Vicepresidente Ejecutivo y Adams, responsable de Cosechadoras y del resto de productos de la "Full Line", entre otros.

JULIÁN MENDIETA
Madrid

La celebración coincidió con la inauguración oficial de las nuevas instalaciones en Tres Cantos, quedando así unidas en un mismo edificio Deutz Motor y Same Deutz-Fahr Iberica, S.A.

Javier Seisdedos, Director General de la filial española, tomó la palabra presentando a las diversas personas que venían de Treviglio (Italia) para unirse a este importante acto. A continuación, una vez que se abrió la rueda de preguntas para los medios, **agrotécnica** planteó lo siguiente a D. Vittorio Carozza:

¿Puede ampliar las informaciones sobre la expansión del Grupo en diversos mercados y, asimismo, la consecución por tercer año consecutivo del primer puesto en el mercado italiano?

La pregunta es extensa. Lo primero es indicarle que lo que estamos buscando es un posi-

cionamiento estratégico de gran solidez, y así estar adecuadamente preparados para los próximos años donde vislumbramos un mercado realmente muy competitivo.

Una de las primeras cosas es mantener y desarrollar nuestra cuota de mercado, a la vez que nuestros productos se adaptan a los requerimientos relacionados con la alta potencia y que en Europa aún es para nosotros una cuota baja, y tenemos que trabajar para aumentar nuestra cuota de mercado como en unidades vendidas. En otras áreas donde nos estamos moviendo son Rusia, China e India, pero para esto precisamos tener una posición sólida y fuerte en Europa, y en este cuadro de actuaciones la filiales, como en el caso de España son unos pilares extremadamente importantes, y de esta forma, todos los beneficios que estamos obteniendo de nuestra política comercial de nuestras filiales son destinados al desarrollo de estos nuevos objetivos empresariales.

Hablando de China, vamos a centrarnos en nuestra política para este mercado. Estamos ubicados en Dailan, que está aproximadamente a una hora de avión al norte de Pekín, y como Deutz Motor hemos hecho un acuerdo con la FAW, que es un gran grupo industrial que hace motores diésel, camiones y automóviles, y hemos adquirido el 50% de la división motorística con Deutz AG, contemplando en dicho acuerdo el poder llegar a tener hasta un 60%.

Esta fábrica tiene una parte completamente nueva, dotada de máquina y herramienta de última generación. Todas estas premisas nos han motivado hacer anexa una fábrica de tractores, y ya una vez teniendo el problema de los motores resuelto, es mucho más sencillo llegar al producto final, pero también hay que pensar que no sólo es importante producir, sino también vender, y estamos ya haciendo



Vittorio Carozza, Presidente del Grupo Same Deutz-Fahr.

EL GRUPO HA CONSEGUIDO, POR TERCER AÑO CONSECUTIVO, EL LIDERAZGO DEL MERCADO ITALIANO

hablamos de potencias entre 100 y 120 CV de la gama Explorer. Somos conscientes de que es una empresa complicada la que estamos ahora mismo abordando y sabemos que es difícil, pero creemos que estamos en el buen camino para llegar a las metas planteadas, y con esto puedo decirle que en el año 2009 saldrán los primeros tractores de la cadena de montaje producidos en China, y en este mes de marzo prácticamente ya tendremos lo que son los edificios prácticamente terminados.

Y respecto a la fabrica de cosechadoras, que fue un verdadero reto ponerla a nivel de productividad en un corto espacio de tiempo, ¿cuáles son sus expectativas?

Sobre las cosechadoras la decisión del Grupo, una vez que se retomó la decisión de incluir las cosechadoras de una parte de nuestra *Full Line*, fue entrar de

ventas a través de las grandes cooperativas chinas, y estamos consiguiendo unas condiciones realmente satisfactorias.

Estamos seguros de que vamos a hacer un buen trabajo en un corto espacio de tiempo en el mercado, y de esta manera, en las instalaciones de China, no sólo haremos un producto competitivo para este mercado, sino también para el resto del mundo;

Energías alternativas

Respecto al empleo de combustibles de origen vegetal, Deutz AG proporciona motores que permiten su empleo al 100%. Quiero remarcar con esta respuesta que nuestro Grupo ha sido pionero en el empleo de los biocombustibles, de hecho tenemos nuestro B100 que quiere decir tractores con capacidad de usar carburante de origen vegetal al 100%. La inquietud que tenemos en la empresa por el empleo de uso de esto combustibles se pudo comprobar en la Agritechnica con la presentación de productos con uso de biocombustibles.

Espacios Verdes

No tenemos pensado meternos de manera importante en el sector de la jardinería, aunque tengamos algunos modelos que puedan ser empleados en trabajos comunales, nuestro negocio son los tractores, las cosechadoras, etc.

Creemos firmemente en el sector agrícola, posiblemente más que el pasado, y creemos que la capacidad de crecimiento que podemos tener es alta. Prevemos que el sector agrícola todavía va a crecer más, tiene una perspectiva muy buena, sobre todo mediante los productos no alimenticios, vía biodiésel o biocombustible. Ahora mismo se está abriendo una posibilidad de negocio para el agricultor muy buena y este segmento de actividad primaria en este caso va a crecer más y ahí es donde nosotros queremos dedicarnos.

Ya hemos visto todo lo que ha sucedido con la crisis de la Bolsa, hay una reducción de la economía ahora mismo y esto va a impactar en la economía real. Cuando llegue este momento de crisis el negocio agrícola va a aguantar mejor esta bajada. El problema es cómo responder a la demanda que hoy se tiene, y lo que se quiere ahora mismo es el equilibrio entre aumentar la producción sin causar problemas de stock en el futuro. Ahora tenemos una cartera que nos permite gran actividad en los próximos meses.

una manera fuerte y firme en este mercado, y aunque en el pasado tuvimos una mala experiencia y no queremos en absoluto repetir los errores anteriores, tenemos como meta en estos próximos tres años más que vender en grandes cantidades, vender menos pero con más rentabilidad. Estamos buscando máquinas fiables y clientes solventes, vender las máquinas con un mar-

gen adecuado para la compañía. Una vez que consigamos meter en la cabeza del concesionario esta idea de vender a clientes fiables y vender con un margen razonable, se puede lograr el objetivo de vender 500-600 máquinas en los próximos cuatro años y plantearnos en alcanzar las 1 000 unidades en los próximos años.

En la propia fábrica de Zupanja (Croacia) ya se ha invertido

en un horno de pintura que tiene esa capacidad de producción: se ha ido por delante para cuando el mercado lo vaya demandando tener la capacidad, en concreto, de pintar las máquinas que es un factor bastante limitante en la producción de cosechadoras.

El doctor Bedosti, como responsable de Ventas, me comentó en secreto que el mercado de máquinas en Italia el pasado año ha sido muy duro, muy difícil, grandes grupos competidores de ustedes han caído un 15%, que son cantidades importantes. Sin embargo, ustedes han mantenido un horizonte de ventas bueno, y este año están ya en primer puesto. ¿Ha tenido que recurrir a 'echar' dinero al mercado o ha sido compitiendo duramente con otras marcas?

El Grupo ha conseguido por tercer año consecutivo el liderazgo del mercado italiano. Ya no es una situación coyuntural puntual, ya que se está manteniendo en el tiempo, y todo esto teniendo en cuenta que es el único mercado en Europa que ha tenido una flexión en sus ventas, principalmente en el segmento de tractores de campo abierto, pero si nos referimos a tractores fruteros y compactos se han mantenido las ventas respecto al 2006. Para mantenernos en esta posición hemos incidido en tres puntos importantes: hemos aumentado nuestra participación en fruteros y compactos de manera importante aunque el mercado ha caído; hemos captado nuevas concesiones que han aportado ventas; y hemos incrementado significativamente las ventas y la penetración en los tractores de alta potencia mejorando nuestra cuota de mercado.

Sumando estos tres puntos, nos ha permitido estar por tercer año consecutivo en el puesto de cabeza. La previsión para este 2008 es que el resto de Europa 'tire' de Italia para llevar al merca-



2007 FUE, EN GENERAL, UN BUEN AÑO PARA LA COMPAÑÍA CON UN INCREMENTO DE LA FACTURACIÓN DEL 5%



Agricenter

El Agricenter es una idea que se ha desarrollado hace dos años y que viene englobado dentro de la política o de las líneas que va a seguir el Grupo para incrementar la facturación de recambios. El Agricenter, además de esa venta directa de recambios, es un medio para hacer comprender al concesionario la importancia que tiene el ser ordenado, el ser profesional en la manera de disponer de todo el recambio de cara al cliente final. El Agricenter está destinado a accesorios y a tiras de alta rotación, y es una manera de sacarle más rentabilidad al m² lineal porque detecta lo que rota más y sobre eso trabaja, no sobre las piezas de lento movimiento. En líneas generales, se trata de utilizar accesorios y utilizar la marca StarT que contiene diversos accesorios sólo de los tractores Same. En FIMA presentamos también como novedad importante, con una gran acogida entre los agricultores el nuevo lubricante SDF.



Vittorio Carozza saludando a Javier Seisdedos.

do italiano a esta misma línea, que es lo que se espera del resto de países que están en ligero crecimiento.

¿Podría adelantarnos el balance económico del año 2007?

Este año, a nivel de España, ha habido un crecimiento de un 10% en la facturación. A nivel de Grupo, se ha producido un incremento de un 5% de la facturación, y en Deutz AG el aumento

es de un 30%, a fecha de 30 de septiembre. Como cotiza en Bolsa no se pueden dar más datos de los que están alineados con el regulador de la Bolsa de Alemania. En resumen, ha sido en general un buen año. En tractores el incremento esperado es de un 5-6%; en motores, la fuerte demanda que ahora mismo existe va a hacer que se incremente significativamente la facturación de Deutz AG.

La convención

Posteriormente a la rueda de prensa se llevó a cabo la Convención de Concesionarios de Same Deutz-Fahr Ibérica, con la intervención del Presidente del Grupo, que supo hacer llegar de manera directa y personal –sentimental podríamos decir– de los planes y proyectos futuros, de una compañía que ha sabido capear en el tiempo, los cambios de un sector en continua evolución.

La manera y la forma de decir todo esto, al igual que las intervenciones de Javier Seisdedos y Andrea Bedosti, hicieron su efecto en una red que

sabe que se encuentra en buena dirección, y que su futuro, como dijo su Presidente, abarca de desde París a Shangai, como una manera de decir que el futuro no tiene límites. Para el resto de esta celebración, el equipo de Same Deutz-Fahr Ibérica se empleó a fondo dirigidos por el Director de Marketing, Miguel Ángel Menéndez.

40 años de vida en una filial es un logro importante pero es más aún la proyección de futuro que se vio de forma directa y para ello nada mejor que las palabras de su Presidente... 40 años más por delante y después... desde Paris a Shangai, queda mucho camino por realizar. ■



Javier Seisdedos, Director General de Same Deutz-Fahr Ibérica.