

El Grupo Kverneland inicia una nueva etapa dirigida a obtener un mayor crecimiento orgánico

DESARROLLO CONSOLIDADO

El Grupo Kverneland inicia una nueva etapa empresarial con el objetivo de lograr un mayor crecimiento orgánico. La unificación del servicio de recambios en un Almacén Central, situado en Metz (Francia), y la renovación del 70% de la gama de producto, que se focalizará en las marcas Kverneland y Vicon, figuran entre las primeras medidas adoptadas.

ÁNGEL PEREZ
Metz (Francia)

Las numerosas adquisiciones de empresas efectuadas durante la última década convirtieron al Grupo Kverneland en uno de los 'grandes' del sector de la maquinaria agrícola a escala internacional y al mismo tiempo le obligaron a aplicar una estrategia de consolidación de todas las operaciones,

Ingvald Løyning,
Presidente y
Director General
del Grupo
Kverneland.



que supusieron la incorporación de un amplio abanico de marcas, productos y fábricas.

Ahora, se da por finalizada esa etapa y se abre otra cuyo objetivo principal es un mayor crecimiento orgánico. La nueva estrategia tiene cuatro pilares, según explica el Presidente y Director General, Ingvald Løyning: "gama de producto competitiva, mayor proximidad con los distri-

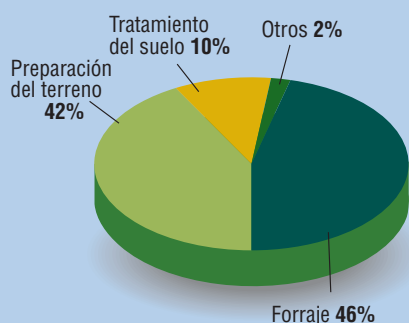
buidores, mejora de la operatividad y búsqueda del liderazgo en mercados clave".

El Grupo quiere ser fuerte a escala global, pero tiene claro que para ello "necesitamos ser fuertes en nuestro principal mercado", que es Europa Occidental, la zona donde se encuentran las fábricas. No obstante, otro de los retos es reforzar su presencia en los mercados CEE y CIS,

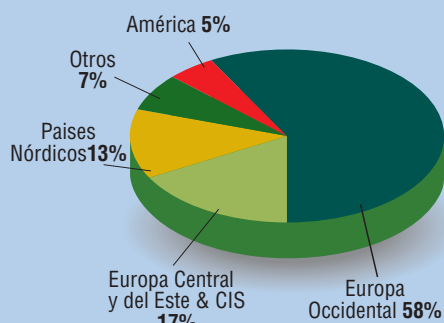
PRINCIPALES DATOS DEL GRUPO KVERNELAND

Fundación	1879
Volumen de negocio en 2007	504 millones € (98% fuera de Noruega)
Empleados	2 650 (80% fuera de Noruega)
Cuota de mercado en Europa Central y CIS (preparación del suelo y forraje)	15-20%
Marcas	Kverneland, Vicon, Taarup, Accord, Rau

DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS EN 2007 SEGÚN EL TIPO DE PRODUCTO



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS VENTAS EN 2007



debido al papel relevante que está comenzando a tomar el sector agrícola en el Este europeo.

La Conferencia de Prensa Europea organizada para presentar los nuevos planes de futuro tuvo lugar en Metz (Francia), donde la compañía inauguró oficialmente, el pasado 22 abril, el nuevo Almacén Central de Recambios.

Se encuentra en Metz (Francia) y fue inaugurado oficialmente el 22 de abril

NUEVO ALMACÉN CENTRAL DE RECAMBIOS

La definitiva consolidación de todas las compañías, marcas, fábricas y productos adquiridos durante la última década comenzó a ser una realidad en 2006, cuando el Grupo Kverneland decide centralizar en un solo almacén el servicio de recambios, que hasta ese momento contaba con dos puntos estratégicos, en Giessen (Alemania) y Orléans (Francia). El nuevo Almacén Central se encuentra en Metz (nordeste de Francia), inaugurado oficialmente el pasado 22 de abril. "El motivo principal para el traslado es mejo-

rar nuestro servicio posventa", afirmó el Director de Posventa, Magne Svendsen.

Después de trabajar con otras empresas, el Grupo Kverneland ha confiado finalmente los servicios logísticos a la filial de Caterpillar especializada en este cometido (Caterpillar Logistics Services, Inc). "Es un socio global con fuerte presencia en numerosos países. Además, goza de una amplia experiencia y nos permitirá obtener muy buenos rendimientos", explicó Magne Svendsen.

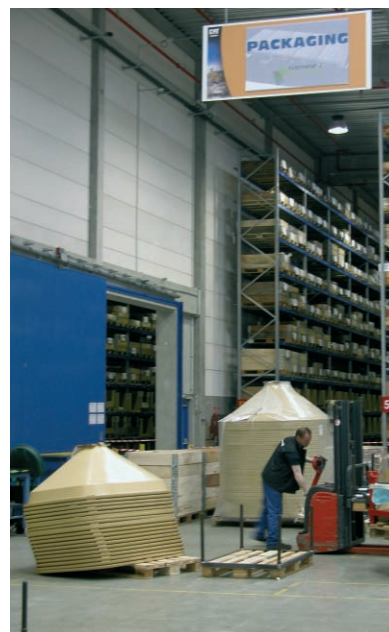


PRINCIPALES DATOS DEL ALMACÉN DE METZ

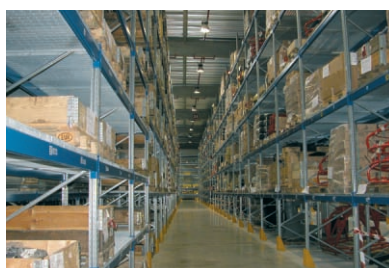
Instalaciones	15 000 m ² (posibilidad de ampliar 9 000 m ² más)
Empleados	35 - 60
Recambios almacenados	60 000
Pedidos	660 000
Envíos	180 000

FÁBRICAS

- Klepp (Noruega). Arados.
- Soest (Alemania). Equipos de Siembra.
- Modena (Italia). Gradas, fresadoras y trituradoras.
- Les Landes Génusson (Francia). Cultivadores y gradas.
- Kerteminde (Dinamarca). Segadoras de discos y rastrillos.
- Geldrop (Holanda). Empacadoras, encintadoras y segadoras de tambores.
- Nieuw Vennep (Holanda). Segadoras de discos, pulverizadores y abonadoras.



Magne Svendsen, Director de Posventa del Grupo Kverneland.



El acuerdo es por diez años y el valor de la operación alcanza los 35 millones de euros. La inversión total realizada por el Grupo Kverneland es de 3.6 millones de euros y espera reducir costes por valor de 1.2 millones de euros anuales. En las amplias instalaciones de Metz, además del Grupo Kverneland, que cuenta con 15 000 m², se ofrecen

servicios logísticos a otras importantes multinacionales pertenecientes a distintos sectores industriales.

“Con el nuevo Almacén Central de Recambios esperamos mejorar la calidad del servicio,

mediante la aplicación de sistemas dirigidos a mejorar la eficiencia del trabajo, reduciendo los intervalos de tiempo desde la recepción de los pedidos y contando con un servicio de transporte ágil y efectivo en todos los mercados,” señaló el Director de Posventa.

El traslado a las nuevas instalaciones en Metz de todo el material existente en Giessen se completó a finales de noviembre de 2007 y desde Orléans el pasado mes de febrero. *“El proceso se ha culminado con éxito, en tiempo y costes. También alcanzaremos nuestros objetivos sobre el servicio y la flexibilidad,”* dijo Magne Svendsen.

Los responsables del Grupo Kverneland y de Caterpillar Logistics cortaron la cinta inaugural.



El Grupo diseña una nueva estrategia con dos canales de distribución

LAS MARCAS DE REFERENCIA SERÁN KVERNELAND Y VICON



Arild Gjerde, Director de Ventas y Marketing del Grupo Kverneland.



Las numerosas adquisiciones realizadas años atrás han provocado la 'convivencia' en el Grupo de un amplio abanico de marcas. Kverneland, Vicon, Taarup, Accord y Rau ofrecen una extensa gama de producto especializada en maquinaria para la preparación del suelo, recogida y tratamiento del forraje, siembra, abonado y equipos de tratamiento.

Los responsables de la compañía han decidido aprovechar el prestigio adquirido por sus dos marcas de referencia, Kverneland y Vicon, para utilizar su nombre en todos sus productos. Cada una de ellas tiene su propio canal de distribución. Una red para Kverneland y otra diferente para Vicon.

Por ahora, se abre un periodo de transición en el que las máquinas comercializadas bajo marca Accord o Taarup incorporarán también el logotipo de Kverneland, por encima y a mayor tamaño. Lo mismo sucederá con los

modelos Rau, que mostrarán también en posición dominante la imagen de Vicon. En marzo de 2009, aprovechando la celebración de la gran feria francesa SI-MA, culminará el proceso y la totalidad de la oferta de producto se comercializará exclusivamente bajo las marcas Kverneland y Vicon. No obstante, en Innovagri Show, que tiene lugar también en Francia el próximo mes de septiembre, se realizará un prelanzamiento.

El Director de Ventas y Marketing del Grupo, Arild Gjerde,

explicó que con esta nueva estrategia se persigue "reforzar el valor y el beneficio de quienes confían en nosotros y, al mismo tiempo, mantener una línea de producto más 'comprensible'. Además, fortalecerá nuestra imagen de marca en los mercados que estamos presentes para tratar de obtener un mayor beneficio."

Esta nueva política de marca llega acompañada de una importante renovación de la oferta de producto, que a finales de 2008 será del 70-75% de la gama.



Ramón Carnasa, Director General de Kverneland Group Ibérica

“El traslado a Metz no ha afectado a la operativa de entrega del recambio”

Aunque su llegada al cargo no se ha producido hasta el 1 de mayo, la inauguración oficial del Almacén Central de Recambios supuso, prácticamente, el estreno de Ramón Carnasa como Director General de Kverneland Group Ibérica. A pesar de su juventud, acumula más de una década de experiencia en la compañía donde ha asumido diferentes responsabilidades.

Después de la visita a este nuevo Centro de Distribución, ¿cuál es su impresión?

Teníamos información sobre cómo se estaba desarrollado el proyecto. El hecho de poder ver el resultado de ese trabajo realizado y ver que han llegado a cumplir los compromisos prometidos me hace sentir contento porque corresponde con el resultado que esperábamos.

En términos prácticos, ¿cómo se traduce de cara a las redes de ventas?

El resultado que se puede apreciar es que el movimiento de Giessen a Metz no ha afectado a la operativa de entrega del recambio, es decir, en la distribución nadie percibió que se estaba trasladando un almacén central regulador de recambios. Es un éxito haber conseguido que Metz sea totalmente operativo antes de su inauguración oficial. De cara al futuro, habrá temas que se irán afrotando, como las mejoras en las entregas o en cuanto a la logística del propio recambio, porque el funcionamiento de este centro está pensado para me-



Ramón Carnasa, delante del nuevo Almacén Central de Recambios en Metz.

jorar lo que veníamos haciendo con Giessen.

La puesta en marcha del centro de Metz va a estar muy cerca en el tiempo con la reestructuración de la política de marcas. ¿En que medida puede influir sobre el servicio de recambio?

Los dos canales de distribución comparten muchas piezas de recambio. A partir de ahora, el nuevo Almacén de Metz va a facilitar más las cosas porque vamos a poder compartir todavía más piezas, con lo cual se agilizará este proceso. Mejoraremos la eficiencia y los usuarios de nuestras máquinas podrán tener un mejor servicio.

El nuevo Almacén constituye un mejor servicio para los distribuidores. ¿Cómo les van a concienciar e insistirles en que el servicio no finaliza solamente con la entrega del recambio desde la fábrica?

Hay una parte del proyecto global de recambios que se completa con la actividad del centro de Metz, pero hay otra parte de la operativa de recambios que queda vinculada a las empresas filiales del grupo, como es nuestro caso, y es un proyecto que todavía no está 'vivo', es decir, no está en manos de la distribución: es lo que llamamos el *Dealer Portal*. Para que un cliente final reciba la pieza cuando corresponde nosotros tenemos que hacer muchas cosas, pero el broche final lo pone el distribuidor que, muchas veces, se ve forzado por la necesidad del usuario.

¿Considera que también es positiva para España la nueva estrategia de marca?

Creo que sí, le da a nuestro mercado aquello que inicialmente se quitó. Es decir, inicialmente las marcas importantes que manejábamos desde Kverneland Group Ibérica eran Kverneland y Vicon. Esto era hace aproximadamente 15 años, y aunque Vicon no formaba parte de nuestra empresa, era una de las marcas que verdaderamente tenían peso en el



Ramón Carnasa junto al Presidente del Grupo, Ingvald Løyng.

↙ **LA NUEVA ESTRATEGIA DE MARCA ES POSITIVA PARA EL MERCADO ESPAÑOL, LE DA AQUELLO QUE INICIALMENTE LE QUITÓ** ↗

mercado. La implementación de este cambio de política de marca va a ser muy bien recibido por la distribución. Ahora se les vuelve a dar, con lo cual, para nosotros, la implementación de este cambio de marca va a ser prácticamente automático y va a ser muy bien recibido por la distribución.

Aunque oficialmente tuvo lugar el 1 de mayo, la inauguración oficial del Almacén de Recambios de Metz (22 de abril) supuso su 'estreno' como Director General de Kverneland Group Ibérica. ¿Alguna sensación especial?

La mayoría de los compañeros del Grupo presentes en el acto me conoce desde hace tiempo y me dan muchos ánimos, me apoyan y me dan ese aporte que me hace falta para seguir batallando en la tarea que se me ha encomendado. Me congratula que mis compañeros estén de acuerdo con lo que se ha decidido por parte del Grupo.

¿Se ha trazado algún objetivo a nivel personal con este nuevo reto?

Mi intención inmediata es mantener la línea de actuación de los últimos años. Algo parecido a lo ocurrido con la distribución, cuando se cambió de Giessen a Metz, que nadie notó nada. ■