



ARGO Tractors respetará la idiosincrasia de Landini y de McCormick

# NUEVA SOCIEDAD

El Grupo ARGO, que abarca varias e importantes marcas de maquinaria agrícola y plantas de producción en tres países europeos, ha llevado a cabo una reorganización empresarial que incluye la creación de la sociedad ARGO Tractors, SpA, encargada de la fabricación de los tractores Landini y McCormick.

ÁNGEL PÉREZ

La fortaleza de la nueva sociedad está directamente relacionada con su pertenencia a ARGO, un Grupo de empresas que trabajan por un proyecto concreto. La integración de los recursos y la especialización constituyen los fundamentos sobre los cuales basa su estrategia productiva y comercial, con seis marcas, plantas de producción en Italia, Francia y Alemania y una vocación industrial fuerte y única.

Argo Tractors, Spa tiene su sede en Fábbrico (Italia) y produce tractores con las marcas Landini y McCormick. Con el fin de incrementar la fuerza comercial de ambas marcas, en EIMA-Bolonia se anunció el lanzamiento de un plan estratégico de comunicación "muy exigente" que incluye varios proyectos, algunos de los cuales ya están en marcha.



**Un logotipo que quiere reflejar flexibilidad y dinamismo**

Pretende ser "simple e intuitivo" y ya puede observarse en la imagen corporativa vinculada a Landini y McCormick. El nuevo logotipo de ARGO Tractors "se propone como mucho más que una marca", según la empresa, y trata de expresar "una profunda renovación de imagen y de producto, capaz de evocar una idea de tecnología decididamente orientada a los desafíos futuros". Se ha elegido un tractor estilizado, reflejo de "flexibilidad, dinamismo y una fuerte individualidad", transitando por una colina que simboliza las Langas del Piamonte, enlace directo con los orígenes de la familia Morra, propietaria del Grupo. En la parte inferior, 'ArgoTractors', sobre un fondo completamente blanco, "con un estilo gráfico que expresa modernidad y proyección hacia el futuro".

## Renovación vía internet

Otro de los ejes clave de la estrategia de comunicación es la renovación de la página web del Grupo ARGO ([www.argospa.com](http://www.argospa.com)), con una profunda actualización de sus contenidos.

Sólo con acceder a la home se observa el cambio. El aspecto general es el de una página de última generación "con un idóneo estudio del aspecto emocional y de la elección de las imágenes", según destacan desde la empresa, "en línea con el objetivo de comunicar en modo claro y unívoco la dimensión internacional y global del grupo y su vocación de ofrecer una gama completa de máquinas para la agricultura".

La navegación resulta sencilla y ofrece información amplia, en cinco idiomas, sobre la estructura y las actividades del Grupo, con un menú accesible directamente desde la página de inicio, estructurado en 5 secciones: 'El Grupo' (presentación, misión, sedes, historia y estructura), 'ARGO en el mundo' (mapa interactivo con las plantas de producción, las filiales comerciales y los importadores), 'Las marcas' (breve reseña de las ocho que forman parte del Grupo, cada



una con su link de acceso directo a su respectiva web), 'Área Media' (noticias, novedades del grupo y de las empresas asociadas, archivo fotográfico con posibilidad de descarga) y 'Contactos' (dirección y plano de acceso). La renovada web se completa

con el área 'Parts', de acceso restringido, para la solicitud de piezas y recambios por parte de los usuarios que dispongan de la clave de acceso requerida.

La nueva sociedad ARGO Tractors también cuenta con su propio espacio en internet ([www.argotracors.com](http://www.argotracors.com)). Se puede acceder, bien directamente, bien a través de la web del grupo en el apartado 'Las marcas' pinchando sobre el logotipo de Landini o sobre el de McCormick.

El diseño es similar y forma parte también de la nueva política de comunicación e imagen del grupo. Cuenta con espacios dedicados a las diferentes marcas y profundiza sobre la gama de producto. Además, ofrece también información sobre financiación (ARGO Finance), tractor pulling e incluso publica ofertas de empleo para los interesados en trabajar para la empresa.



Reforzar los valores de la empresa para alcanzar los objetivos de desarrollo trazados por el negocio empresarial constituyen las bases del nuevo proyecto, que estará dirigido en todas sus fases por el nuevo Responsable de Comunicación y Marketing, Ruggero Cavatorta (37 años), licenciado en Economía y Comercio y con once años de experiencia en el departamento de Marketing de otro importante grupo

industrial. "La imagen de la empresa, en función de la nueva estrategia comunicativa, será analizada y desarrollada en relación a su función como productor de tractores con importancia mundial. También la comunicación comercial y promocional surgirá de los valores contenidos en la misión empresarial, en el respeto del 'carácter' y las peculiaridades de las marcas Landini y McCormick. Se valorizará así la tra-

dición centenaria de nuestras marcas," explicó Cavatorta.

En poco más de 10 años, el Grupo ARGO ha triplicado los volúmenes de producción, con 2 000 empleados, 4 plantas productivas, 27 gamas de productos, 8 filiales comerciales en el mundo e importadores en distintos mercados. Dos de sus marcas de referencia, Landini y McCormick, se han situado en una posición preponderante en el sector de los tractores, no sólo en el mercado italiano sino también en la escena internacional.

Con la nueva estrategia de comunicación anunciada se pretende reforzar ese papel. Los primeros proyectos son la presentación del nuevo logotipo ARGO Tractors y la actualización de las páginas web del propio Grupo ([www.argospa.com](http://www.argospa.com)) y de ARGO Tractors ([www.argotracors.com](http://www.argotracors.com)).