

LODOVICO BUSSOLATI
Consejero Delegado

FRANCO ARTONI
Vicepresidente Ejecutivo de Ventas
Corporativas, Marketing y Posventa



Lodovico Bussolati y Franco Artoni son las dos nuevas, y jóvenes, caras al frente del Grupo Same Deutz-Fahr. Meses después de sus respectivos nombramientos, EIMA sirvió de escaparate para su presentación a nivel internacional.

agrotécnica aprovechó la cita para realizar esta entrevista, en exclusiva, en la que se analiza la situación actual de la empresa y los planes de futuro.

“Vivimos una situación del Grupo estable y de gran proyección”

JUIÁN MENDIETA / ÁNGEL PÉREZ
Bologna (Italia)

Han transcurrido varios meses desde su llegada a los cargos actuales, ¿Qué impresiones han percibido en este periodo?

(Bussolati) Todo ha sido muy positivo, para nosotros representa también una gran oportunidad, trabajamos en una compañía muy unida, fuerte, con mu-

cho potencial de crecimiento. Vemos el futuro con mucha serenidad y confianza.

¿Cómo se está comportando el año 2010 para el Grupo Same Deutz-Fahr a nivel global?

(Artoni) Recordemos que venimos de un 2009 muy difícil. Este año las cosas están marchando un poco mejor para el Grupo,

con un importante incremento del número de pedidos. Durante esta época de dificultades hemos aprovechado para salvaguardar la capacidad financiera de nuestros concesionarios reduciendo los niveles de stock en un 15%. Hoy en día tenemos una red de ventas sana y fuerte, con un stock más bajo y un número de pedidos muy elevado, así que para nosotros el año va bien.

¿Cómo observan la evolución de los mercados europeos según las diferentes regiones?

(A.) En Europa del Este el mercado esta muy difícil. Pero en términos generales observamos señales de recuperación. En la primera parte del año en Italia, Alemania y Francia se han producido caídas importantes, pero en los últimos meses las condiciones del mercado son netamente mejores, sobre todo en Alemania. Para el año próximo, en Europa esperamos un crecimiento del 5%.

¿Y en el norte de África?

(A.) Estos países están muy condicionados por las subvenciones de sus respectivos Estados. En Marruecos tenemos una posición muy fuerte, somos líderes de mercado aunque la reducción de los subsidios está comenzando a tener su efecto negativo, lo cual se puede observar en los últimos meses y para el año próximo se puede mantener esta tendencia.

Sobre Australia...

(A.) Es un continente que no ha sufrido el problema de la crisis mundial. La economía australiana va muy bien y el mercado ha crecido en 2008 y en 2009. Este año se está produciendo una ligera flexión en torno al 10%. Nosotros contamos con un

nuevo importador muy fuerte con el que esperamos trabajar muy bien. Las previsiones globales del mercado para el próximo año hablan de una leve caída del 5%.

¿Qué planes tienen para Mercosur?

(A.) El continente sudamericano está creciendo mucho. Tenemos alguna participación notable, como un 10% en Chile, pero no estamos presentes en todos los países y este es un tema que estamos discutiendo en la empresa, el tener una mayor presencia en términos de recursos humanos y probablemente también en términos de localización de nuestros productos. En estos momentos estamos en fase de discusión.

En los últimos días se esta observando una caída del valor del real brasileño. ¿Esto puede afectar a sus planes para América de Sur?

(A.) No cambia nada. Nuestros intereses para América del Sur no son a corto plazo. Si finalmente decidimos entrar en este mercado nuestro proyecto no puede estar condicionado a las oscilaciones del cambio de la divisa.

Uno de los mercados clave a nivel global y en el que el Grupo Same Deutz-Fahr tiene



TENEMOS UNA RED DE VENTAS SANA Y FUERTE, CON UN STOCK BAJO Y UN NÚMERO DE PEDIDOS MUY ELEVADO

una presencia importante desde hace tiempo es India. ¿Qué planes tienen al respecto teniendo en cuenta que en este país cuentan con instalaciones productivas?, ¿puede servir de punta de lanza para su expansión a otros países?

(B.) Como bien dice, nosotros ya participamos en India con satisfacción. Tenemos una presencia importante en un nicho de mercado que es muy amplia (entorno a los 50 CV) con especificaciones técnicas que nuestros competidores no están en condiciones de poder ofrecer. Nuestra misión no es esencialmente 'India por India', nuestra planta en Ranipet desarrolla un producto



global para determinados mercados y que abre oportunidades de negocio en países que demandan un bajo nivel de prestaciones técnicas. El Grupo está muy satisfecho con su inversión en India.

Hace varios años tomaron la decisión de volver a apostar por el mercado de las cosechadoras. Comenzaron con una oferta modesta y con el tiempo están ofreciendo producto de elevadas prestaciones. ¿Siguen decididos a seguir apostando por este segmento del mercado con el desarrollo de nuevos productos?



(B.) El negocio de las cosechadoras está en el centro de nuestra atención y es nuestra intención dedicar recursos exclusivos a este segmento. Hemos invertido y seguiremos invirtiendo para mejorar la capacidad productiva en Croacia y nuestra intención es reforzar el equipo para afrontar el mercado. Nos sentimos seguros con la calidad y fiabilidad que ofrece el producto y estamos invirtiendo en un equipo exclusivamente dedicado a la venta y promoción del producto. Recientemente hemos aprobado un proyecto comercial importante de inversión. Nuestro objetivo en el segmento de las cosechadoras es doblar la facturación de dos años y medio.

En este sentido la incorporación a la empresa de Angelo Benedetti será verdaderamente importante...

(A.) Ángelo es el mayor experto a nivel europeo en este campo y nos beneficiaremos mucho de su amplia experiencia. Precisamente junto a Ángelo Benedetti estamos creando el equipo específico de trabajo que mencionaba anteriormente.

Siguiendo con cosechadoras, ¿cómo se encuentra su acuerdo con la empresa argentina Vasalli?



 **NUESTRO
OBJETIVO EN EL
SEGMENTO DE LAS
COSECHADORAS ES
DOBLAR LA
FACTURACIÓN DE DOS
AÑOS Y MEDIO** 

(A.) Nuestro acuerdo continúa en los términos que se viene desarrollando desde hace varios años. Creo que ambas partes hemos hecho las cosas bien. La de la cosechadora rotativa es una tecnología complicada, el producto ha debido pasar en los últimos años una serie de pruebas para adecuarlo a las peculiaridades específicas del territorio europeo. Estamos contentos porque el proyecto sigue adelante cumpliendo las etapas previstas y a partir de la próxima campaña estamos en condiciones de ofrecer el producto ya completamente preparado.

Otro producto por el que han apostado es la vendimiadora. ¿Cómo van las cosas?

(B.) Nuestro acuerdo con Ero es muy bueno, porque nos permite ofrecer una máquina con

características técnicas muy específicas. Hemos vendido ya un cierto número de unidades, superior a nuestras previsiones iniciales, que han tenido mucho éxito. Para el año que viene creemos que podemos llegar a vender entre quince y veinte unidades. Hay que tener en cuenta que nuestra máquina se dirige a un perfil de cliente muy elevado, ya que ofrece muy altas especificaciones. Precisamente por este motivo podemos encontrar alguna dificultad para expandirnos en el mercado español.

¿Qué puede suponer para ustedes la adquisición del 100% de Laverda por el Grupo Agco?

(B.) Para nosotros puede suponer una oportunidad de crecimiento. Debemos observar cuál es la política comercial del Grupo Agco y cuál es la estrategia que seguirán con la marca Laverda. No obstante, independientemente de este acuerdo o de cualquier otro que puedan protagonizar nuestros competidores estamos seguros de que nuestro proyecto no se verá condicionado.

(A.) Nuestros planes desde hace tiempo son ofrecer una línea completa de producto y no van a verse alterados por este tipo de acuerdos.

Parece que se ha extendido una moda por la que los grandes grupos están adquiriendo empresas especializadas en el recambio. Ahí están los casos de John Deere con Vapormatic y el reciente de Agco con Sparex. ¿Qué planes tienen ustedes al respecto?

(A.) Nosotros pusimos en marcha nuestro proyecto Agricenter, por el que ofrecemos recambios para toda nuestra gama de producto. Esta iniciativa nos ha permitido fidelizar el cliente y ampliar las posibilidades de ne-

gocio de nuestra red de concesionarios con una marca específica para ello. Por este motivo no tenemos intención de adquirir ninguna otra empresa, ya que colaboramos con especialistas en este segmento que nos sirven productos que distribuimos a través de nuestra marca. Seguramente la decisión de ofrecer una full line y sus correspondientes soluciones de recambio serán fundamentales en el futuro.

En los últimos meses se están produciendo diferentes movimientos en el sector, tanto a nivel empresarial como directivo. ¿Bajo qué prisma lo observan?

(B.) Hoy en día vivimos una situación del Grupo estable y sólida. Hemos reestructurado la compañía desde el punto de vista gerencial y contamos con un equipo que la conoce profundamente, ya que lleva muchos años trabajando en ella. Así que no tenemos problemas de adaptación ni necesitamos periodos de aprendizaje, por lo que desde el primer momento puede poner a su disposición los conocimientos adquiridos durante muchos años de trabajo.

La participación estratégica en Deutz Ag ha representado un acierto formidable. Hemos observado cómo en los últimos años los motores han cobrado un protagonismo preponderante en términos de costos, comple-



jidad y su adaptación a los tractores. Por ello, nuestra participación estratégica en Deutz Ag nos ha situado en una posición ventajosa. En 2008 y 2009 la empresa sufrió los efectos de la crisis en el segmento de motores, pero en este 2010 ha mostrado un crecimiento formidable. Estamos hablando de una producción de motores un 50% superior a la del año precedente. También es importante que Deutz Ag ha desarrollado una gama de motores muy buena que permite al Grupo Same Deutz-Fahr estar ya en condiciones de responder a la exigente legislación que está entrando en vigor durante estos años en Europa, que para nosotros es un mercado fundamental. Esto no significa que suponga una renuncia a nuestra expansión en otras regiones, pero es un dato cierto que para nuestra compañía el mercado europeo repre-

Objetivos comerciales

El día previo a la apertura de EIMA, el Grupo Same Deutz-Fahr celebró en su propio stand una conferencia de prensa en la que explicó los cuatro objetivos que se ha trazado desde el punto de vista comercial.

El primero es consolidar la presencia en Europa, con el objetivo de llegar a una cuota del 15% hasta el 2013 en la UE-27. Para este mismo año quieren también que el 25% de la facturación proceda precisamente de mercados ajenos al europeo. En este ambicioso proyecto puede jugar un papel importante América Latina. El tercer reto es recuperar la presencia en el mercado de cosechadoras reforzando aún más la imagen de la histórica marca Deutz-Fahr con un equipo exclusivo dedicado a su expansión. Y, por último, excelencia y servicio, dos conceptos que a su juicio son decisivos en la agricultura del futuro, que requiere una excelencia en el área de la posventa y el recambio en el que seguirán invirtiendo de forma decidida.





senta el 85% de la facturación por lo que debemos estar siempre muy bien posicionados con una estrategia muy clara.

¿Qué han aportado como novedoso en esta EIMA 2010?

(A.) En nuestro stand se pudo observar el esfuerzo que ha hecho el Grupo Same Deutz Fahr para adecuar la gama de producto a las exigencias actuales. Es el resultado de la percepción de la nueva visión estratégica. Somos el fabricante de tractores que mayor número de novedades presentó.

(B.) Hemos prestado también una especial atención a nuestra oferta de máquinas para cultivos especializados, la más amplia existente en el mercado, con una oferta de fruteros que incorpora cinco nuevos modelos además de nuestra línea de vendimiadoras. También se puede destacar el nuevo tractor oruga. La extensión de la transmisión continua ha supuesto otra innovación importantísima ya que nos ha situado como líderes de este mercado, con modelos en el segmento de los 100 CV que pueden incorporar esta transmisión, que ha sido desarrollada íntegramente por el Grupo. De es-

te modo, el Grupo Same Deutz Fahr ha podido presentar una gama de tractores con transmisión continua desde los 100 hasta los 260 CV, y podemos anunciar que dentro de dos años presentaremos un modelo que alcance los 360 CV.

¿Qué suponen hoy en día para el Grupo Same Deutz Fahr los siguientes conceptos: fiabilidad, calidad, tecnología y precio?

(B.) Son cuatro pilares del éxito para cualquier fabricante de tractores. Nuestra tradición se basa en estar en todo momento muy cerca del agricultor para satisfacer sus necesidades, y esto nos obliga a tener en mente en todo momento estos cuatro puntos que para nosotros son un 'tormento cotidiano'.

¿Qué papel juega el precio de venta en una situación tan particular como la que atraviesan los mercados en los últimos años?

(B.) Los dos últimos años, algunas empresas han renunciado a subir los precios con el fin de mantener su cuota de mercado, publicando tarifas, sobre todo en la primera mitad del año, que te-

nían su influencia posterior en el mercado. Nuestra posición en este sentido es diferente. Intentamos no apelar al precio para defender a toda costa la cuota de mercado. Trabajamos para que nuestro producto cumpla los cuatro puntos aludidos anteriormente, y eso requiere un cierto precio que nos permita disponer de un margen con el que mantener las inversiones que permitan mantener los niveles de calidad y fiabilidad. Pensamos que nuestra clientela entenderá esta política. Nuestra política interna de precios no contempla una bajada de tarifas a todo coste, y preve- mos para 2011 una necesidad de un leve reajuste al alza del 2% como consecuencia del aumento del precio de las materias primas, lo cual afectará a todos los fabricantes.

Ustedes son fabricantes de ciertas partes que son esenciales en el tractor, ¿se plantean la posibilidad de su venta a otras empresas?

(B.) Nuestra estrategia no contempla la venta de componentes clave a otros productores de tractores, queremos concentrar nuestros esfuerzos en desarrollar estos componentes tan importantes para tener una cantidad de producto mayor y teniendo el control del *know-how* para poder asegurar al cliente final que el producto que adquiere es el que verdaderamente explicamos.

¿Cómo se consigue mantener los costes en la producción sin ir en detrimento de la calidad?

(B.) Este es uno de los objetivos prioritarios de cualquier fabricante. No hay una respuesta única, son una serie de engranajes que hay que poner en marcha. Es una combinación de diversos elementos como una 'atenta gestión cotidiana', la eficiencia productiva y el equilibrio en las inversiones en general y en I+D.

El Grupo Same Deutz-Fahr prevé cerrar 2010 con un volumen de ventas “similar” al del año pasado, a pesar de la caída del mercado europeo de tractores



CRECIMIENTO DESDE TREVIGLIO

La nueva dirección del Grupo Same Deutz-Fahr está convencida de que el crecimiento ya ha comenzado. El incremento continuado de los pedidos, que han aumentado un 13% en los nueve primeros meses, hace prever un volumen de ventas para final del ejercicio “similar” al de 2009.

El plan de reestructuración iniciado por el Grupo Same Deutz-Fahr para hacer frente a un periodo de fuerte decrecimiento en los mercados da sus primeros resultados. Desde el primer trimestre de 2010, los pedidos están aumentando de manera continua, con un incremento del 13% en los primeros nueve meses de 2010 con relación al mismo periodo de 2009. Esta tendencia permite prever para el Grupo un volumen de ventas en 2010 similar al de 2009, en contraposición a lo que sucede en el mercado de tractores agrícolas, que en Europa experimentado una caída media del 15%.

Otro de los propósitos del plan era acercarse más al cliente final, atendiendo las exigencias específicas para cada mercado. Esto ha llevado al Grupo a complementar la gama de tractores con nuevos modelos, como los nuevos modelos especialistas para frutales y viñedos.

La respuesta del mercado ha sido rotunda: hasta el 30 de septiembre la cartera de pedidos ha experimentado un crecimiento de un 34 % con relación al mismo periodo de 2009, porcentaje que llega hasta un 52% para el mercado en Italia. Este resultado permite a la compañía prever un aumento del volumen de ventas total en los primeros meses de 2011.

El citado plan contempla también nuevos criterios de gestión. Se ha prestado una especial atención a la gestión de stocks y a la optimización del capital circulante, introduciendo nuevos criterios de programación para la producción y la gestión de las existencias. Además, se han efectuado importantes cambios en la dirección, incorporando profesionales ‘de la casa’, para garantizar continuidad a la vez que innovación.

Todo ello ha permitido reducir los costes fijos en unos 50 millones de euros anuales y ha conseguido que la gestión haya dado beneficios. La reducción de los costes no ha afectado al área de I+D, donde las inversiones han aumentado con relación al volumen de ventas, y han pasado del 2.4% de 2009 al 3% de 2010. En este área trabajan 230 personas, de las cuales 161 están en la sede central de Treviglio (Italia), siendo la mayoría licenciados y con una edad media de 33 años. En ella, durante 2010, se han efectuado importantes inversiones en tecnología, pudiendo citar la incorporación de una cámara semi-anecoica, bancos de prueba especiales para las transmisiones de variación continua y otros equipos que permiten efectuar internamente todo

tipo de operaciones, incluso las más complejas y decisivas.

La producción se ha redistribuido y las dos fábricas europeas de tractores funcionan “a pleno rendimiento”, afirman desde la compañía. Para 2011, se prevé que la fábrica de cosechadoras de Croacia, en la que se han internalizado muchos componentes estratégicos, aumente su producción en un 50%. Para el centro productivo en India, que concluirá este año con un aumento de la producción en un 72% con relación a 2009, se prevé un rendimiento neto de aproximadamente el 10% y, para 2011, el crecimiento de su cartera de pedidos.

Este avance de resultados y las valoraciones fueron realizadas por los principales directivos del Grupo en Bologna, durante la jornada previa a la apertura de EIMA, en una conferencia de prensa organizada en el propio stand de la compañía, donde presentaron varias novedades e innovaciones tecnológicas, entre las que destacan:

- Transmisión con variación continua SDFT5100.
- ‘Precision Viticulture’.
- Nueva gama de tractores especiales para frutales y viñedos.
- Nuevo tractor de 260 CV.
- Tractor con techo fotovoltaico.
- Tractor de 600 CV.