

FRANCO FUSIGNANI

*Consejero Delegado y Presidente
de New Holland Agriculture*



Franco Fusignani, nuevo Presidente y Consejero Delegado de New Holland Agricultural Equipment S.p.A. Compartirá el cargo con el de Consejero Delegado de CNH International. Entró en el Grupo Fiat, en 1970, como ingeniero, y su trayectoria en la compañía es muy amplia, ocupando puestos en diferentes actividades industriales y comerciales. Ahora centrará sus esfuerzos en desarrollar el crecimiento de New Holland Agriculture en todo el mundo.

A 3 meses de acabar el año, ¿cuáles son las previsiones a nivel global de New Holland para el año 2010?

Ya que la tendencia a la baja en Europa y en los países CIS se compensa con el crecimiento obtenido en Latinoamérica e India, junto a un moderado avance en Norteamérica, podemos estimar que será un año 'plano' en cuanto a las ventas en la industria global comparado con el año anterior. Sin embargo, nosotros, en New Holland, observamos el futuro con confianza y somos optimistas a largo plazo con el sector agrícola y el negocio de New Holland.

“Continuaré impulsando aún más el crecimiento de la marca a nivel mundial”

En 2010 Mercosur ha tenido un crecimiento increíble, sobre todo en Brasil y Argentina, y en Brasil principalmente propiciado por la política de *Mais Alimentos* en la que también se ha incluido las cosechadoras. Según sus previsiones, ¿cree que el crecimiento en 2011 seguirá en la misma tendencia?

En efecto, la economía y el agronegocio en esta región están mostrando un fuerte crecimiento en los últimos años. Esta región se está convirtiendo en una poderosa exportadora en el sector agrícola.

Brasil trabajó para salir de la crisis antes que otros países con una serie de medidas del Gobierno para impulsar la economía y crear nuevas líneas de financiación para la agricultura, especialmente para la especialización agrícola. Este año, el PIB crecerá por encima del 6% y para 2011 se espera que la economía mantenga un crecimiento significativo. Pero tendremos que observar los resultados de las elecciones y si el nuevo Gobierno dedicará una atención especial a los productores agrícolas.

En Argentina a pesar de los altos impuestos a la exportación de productos agrícolas, la fortaleza de la agricultura puede dar excelentes resultados a corto plazo.

Por lo tanto, creemos que América Latina tiene una fuerte vocación agrícola, y, por eso, vamos a mantener las inversiones en esta región. De hecho, a principios de este año celebramos la apertura de nuestra nueva fábrica de cosechadoras en Sorocaba (Brasil), donde se produce la

CR9060. Esta es la tercera fábrica donde se fabrican modelos de la serie CR, ya que también producen en Zedelgem (Bélgica) y Grand Island (Nebraska, USA)

New Holland ha sido el único, de los tres grandes grupos, en incorporar las vendimiadoras a su *Full Line*, y ahora también la incorporación de posibi-

lidad de usarse también en la recolección de aceituna; al margen de los mercados europeos –Francia, Alemania, Portugal, Italia, España, etc.– ¿Piensan usar su red global para la introducción de estas máquinas en mercados como el de EEUU, México, Argentina y Brasil? Porque en Chile sabemos que ya están presentes...



En Estados Unidos ya estamos vendiendo máquinas para olivar a través de nuestro distribuidor local. Estamos estudiando la introducción progresiva de este producto en otros países de Latinoamérica como Brasil y Uruguay a través de la red local, después de la positiva introducción mostrada en Chile y Argentina con las vendimiadoras.

Estamos seguros de que los buenos resultados cosechados en las dos últimas campañas en España/Portugal, Marruecos, Túnez... y el elevado número de unidades vendidas a grandes contratistas y oleicultores, dará lugar a nuestro crecimiento en este sector, que es uno de los más prometedores del sector agrícola.

Hemos tenido la oportunidad de ver nuevas gamas de productos, donde la inversión ha sido, de hecho, importante, ¿cuánto ha supuesto esta inversión sobre el nivel porcentual de ventas?

CNH cerró el año 2009 con una importante mejora de la liquidez respecto al año anterior. Una parte de ese *cash flow* generado fue necesaria para mantener las inversiones en la innovación de nuestros productos, como las series de tractores que acaban de ser presentadas en Turín, así como las que se irán conociendo a lo largo de 2011. Cabe destacar que alrededor de un 2.5% de los ingresos de CNH se destinan a I+D.

La situación en Europa sigue con cifras preocupantes en sus volúmenes de ventas, y aunque en ciertos mercados se ven indicios de una pequeña recuperación, ¿cómo están lastrando esta coyuntura en sus previsiones y en los resultados finales?

A pesar de la tendencia a la baja de la industria en los últimos 18 meses, New Holland ha sido capaz de crecer en el mercado de Tractores (1.1%) y en el de Cosechadoras (2.2%), manteniendo nuestra posición en el de Forraje. Hemos conseguido estos resultados gracias a las buenas cifras alcanzadas en algunos mercados europeos importantes. En Italia, nuestros registros han crecido un 2.9%; en Francia un 3.7%; en Alemania, país que tradicionalmente demanda productos de elevado nivel, el crecimiento es del 2.2% y vamos a llegar a la cuarta posición en el mercado. Gracias al constante crecimiento del último año, New Holland es la primera marca en Alemania a pesar de no tener producción local en el país.

Nuestras previsiones son que el negocio agrícola se mantendrá estable en Europa durante el tercer trimestre de este año, mientras que el cuarto se empieza a reflejar una lenta recuperación. Esta es una señal positiva que nos permite estar seguros de que la demanda de equipos comenzará a crecer de nuevo.

La inversión que han llevado a cabo para cumplir la Tier IV es muy importante, ¿no cree que está desproporcionada en referencia a la incidencia de nuestro sector en comparación con otros como son camiones, autobuses, etc.?

El impacto en nuestro negocio ha sido compensado gracias a la alianza con Fiat Powertrain Technologies y el desarrollo de la tecnología SCR, que es la mejor solución probada en el mercado, ya utilizada por 150 000 vehículos en el sector industrial. Ningún competidor en el negocio agrícola ha probado sus motores a una escala tan grande, ni puede demostrar a sus clientes todos los beneficios de esta solución basada en una experiencia tan dilatada. La tecnología SCR reduce el consumo de combustible y los costes de mantenimiento y mejora la potencia y el tiempo de respuesta del motor. Por ello, hemos anunciado ahora que utilizaremos únicamente la tecnología SCR para cumplir con la directiva Tier IV. Hoy en día, tenemos la más amplia gama de producto con motor Tier IV, 20 modelos de tractores y seis modelos de cosechadoras.

Norteamérica y Europa están en situación de ralentización, ¿qué evolución esperan para el bienio 2011-2012?

En Norteamérica, donde la economía agrícola ha sido muy positiva con relación a los precios de



los productos básicos incluidos el sector ganadero, el mercado de tractores ha respondido en la misma medida. La reacción de New Holland ha sido ofrecer la nueva generación de tractores de alta potencia T8 y T9 y la ampliación del segmento de potencia en la multi-premiada T7 AutoCommand, que ha sido igualmente positiva debido al crecimiento de la necesidad de equipos más potentes. Además, la introducción del nuevo pulverizador autopropulsado New Holland Guardian™ será otro elemento de nuestra fortaleza en el apoyo a nuestros clientes. Es importante destacar que la clave para crecer en este segmento es disponer de una poderosa red de distribuidores. Dicha red ha sido y sigue siendo esencial para nuestro éxito, a medida que avanzamos en nuestra oferta de producto con mayor potencia y el fortalecimiento



de nuestra posición en el mercado norteamericano.

El segmento de los tractores de alta potencia esta en constan-

te crecimiento y representa más de 35% del mercado de tractores europeo, mientras que hace solo 9 años era el 19%. Con nuestras nuevas gamas T7, T8 y T9, presentadas hace dos semanas en Turín, estamos preparados para definir el nuevo concepto de agricultura extensiva. Por otra parte, la serie T7 AutoCommand y el T6090 nos ayudarán a mejorar nuestra cuota en este segmento.

CARLO LAMBRO

Vicepresidente de New Holland Europa

“La agricultura del Mediterráneo tiende a seguir sufriendo”

Las perspectivas de los diferentes mercados que componen su área de responsabilidad están teniendo una evolución ante la actual situación muy desigual, ¿qué factores al margen de las economías están influyendo en esta desigualdad?

En Europa hay tres áreas geográficas en las que varios factores influyen en la tendencia del mercado. Dinamarca y los países escandinavos son los primeros mercados en superar las dificultades económicas gracias a sus condiciones agronómicas que favorecen el crecimiento. El segundo área está representada por los principales mercados, como Francia, Alemania y Reino Unido, donde las señales de lenta recuperación están vinculadas a la tendencia favorable de precio en los productos básicos, en particular los cereales. La agricultura del Mediterráneo tiende a seguir sufriendo debido a la organización agrícola de países como Italia, España o Grecia. En este escenario cabe mencionar a Polonia, independientemente de las condiciones generales económicas y agronómicas. La UE sigue subvencionando el negocio agrícola y los agricultores cada vez más abandonan la tecnología del Este de Europa y eligen productos importados.



Un tema importante es la financiación, ya que ésta marca unos ratios importantes a la hora de las ventas: ¿CNH Capital impulsará el leasing y el renting en aquellos mercados que están maduros para su empleo?

CNH Capital ofrece ya una gama más amplia de apoyos financieros para distribuidores y clientes finales, que últimamente ha sido enriquecida con nuevos planes de alquiler de cosechadoras y grandes equipos. Se ha puesto en marcha ya en Francia y próximamente se hará en otros mercados europeos. Esto ha sido posible gracias también al excelente valor residual de nuestras cosechadoras.

India, Turquía, quizás China, ¿cómo definiría el futuro de New Holland en esos mercados en un corto/medio plazo teniendo

do en cuenta que ya están con plantas fabriles en algunos de estos países?

En India y China el futuro de New Holland es prometedor; en los últimos años hemos invertido mucho para ser capaces de asumir los retos y oportunidades que ofrecen estos mercados.

En India hemos celebrado recientemente la producción del tractor 150 000 y los planes de expansión de la fábrica siguen su curso. Tenemos la intención de duplicar la producción de nuestras instalaciones situadas cerca de Nueva Delhi, en un plazo de dos años así como el desarrollo de nuevos productos, el fortalecimiento de nuestra red de distribuidores para responder a las crecientes necesidades de maquinaria agrícola en el

subcontinente indio y la demanda de exportaciones de tractores. Con un crecimiento del PIB que muestra signos alentadores, a medio plazo creemos que la agricultura india estará en una fase de expansión y la mecanización puede realmente impulsar el crecimiento en el sector.

China es un mercado clave para New Holland. Tenemos una fábrica en Shanghai, mediante jointventure, y otra en Harbin, al noroeste del país. En China nos estamos centrando en el desarrollo y la modernización del sector industrial, mejorando la capacitación técnica, ampliando nuestra experiencia y con un eficaz servicio postventa. El país, uno de los mercados con mayor crecimiento del mundo, requiere cada vez más

una tecnología fiable, motores eficientes y los mejores fabricantes para el desarrollo sostenible y productivo de la agricultura. Nosotros tenemos los medios y recursos para seguir contribuyendo al crecimiento del sector y aumentar nuestra presencia.

El negocio de New Holland en Turquía es una historia de éxito que comenzó en 1923 cuando el 1er tractor de marca Fiat entró en el país. Desde 1967 tenemos una fábrica en Ankara, mediante jointventure. La lealtad de nuestros clientes es el mejor beneficio de la marca, líder entre los agricultores tanto en tractores como en cosechadoras. Siete de cada diez cosechadoras en Turquía llevan la marca New Holland y en los últimos 5 años ha habido una tendencia hacia tractores de mayor potencia con una media por modelos de 65 CV. En este país esperamos consolidar aún más nuestra posición a través del lanzamiento de nuevos productos que nos permitirá reforzar la lealtad de nuestros clientes para seguir ofreciendo la maquinaria y los servicios que necesitan.

EITD4000F fabricado en la planta de Ankara ha sido un gran éxito en Europa: en solo unos meses se han vendido más de 800 unidades, y solo en la Península Ibérica se ha llegado a las 250, lo que representa el 13% de las ventas.

La tecnología de la incorporación de la urea a los nuevos motores no es nueva, ya que autobuses y camiones la emplean, ¿va a costarles un esfuerzo extra, no tanto a las redes sino a los clientes finales, darse cuenta de los efectos bonancibles y necesarios de esto?

Con el sistema SCR la eficiencia en la combustión también optimiza el consumo de combustible y reduce los costes de mantenimiento. Según los test realizados por la DLG, esta solución ofrece una reducción del consumo del 10% en el segmento de nuestro T7000, donde en el nivel Tier III tuvimos un excelente punto de par-



tida. Las máquinas SCR son una inversión garantizada y rentable. Por cada euro gastado en AdBlue nuestros clientes obtienen hasta 3 euros de ahorro en combustible en el caso de la serie T7. New Holland ayudará a nuestros clientes a adoptar la tecnología SCR durante un periodo transitorio. Todos los distribuidores autorizados de New Holland también ofrecerán AdBlue en contenedores de varios tamaños con el fin de satisfacer las necesidades de todo tipo de agricultor.

Usted es un hombre 'de la casa' desde hace 40 años, con importantes responsabilidades en diferentes áreas y mercados –agrícola, construcción–, en julio de 2009 fue denominado máximo responsable de equipos de construcción, en un momento realmente duro de este mercado, ahora con su nombramiento, parece que se ha convertido en una especie de 'bombero' no sólo para apagar

incendios sino para revitalizar la 'reconstrucción', dada su amplia experiencia en diferentes mercados y así mismo por el conocimiento del Grupo. ¿Qué medidas piensa tomar a corto y medio plazo?

En mi papel de Consejero Delegado y Presidente de CNH International puedo decir que las condiciones del negocio de equipos de construcción en nuestros mercados internacionales (no se consideran Europa, Latinoamérica y Norteamérica), están todavía lejos del nivel 2007/2008, pero en comparación con el año pasado observamos señales de recuperación en todos los países. Sin embargo, y gracias a las tendencias positivas mantenidas incluso durante el período de crisis, en los dos últimos años en algunas zonas de Asia/Pacífico y China los mercados crecieron entre un 43 y un 64%. Por supuesto, la crisis nos ha obligado a nosotros y a nuestros competidores la aplicación de

planes de acción especial para el corto plazo y la revisión de nuestra estrategia a medio y largo plazo. A corto plazo trabajamos duro con nuestra red en apoyo de actividades al por menor y de este modo reducir los niveles de stock que es una de nuestras prioridades. Para el medio y largo plazo estamos trabajando con el fin de focalizar nuestras inversiones dando prioridad a los mercados con mayores perspectivas de crecimiento y que pueden ofrecer más oportunidades futuras.

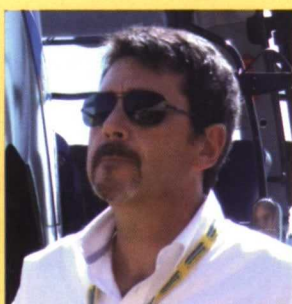
Todas las acciones se implementan gracias a la reorganización completada el pasado año por la cual el negocio de equipos de construcción en los mercados internacionales han sido asignado a CNH International, la creación de una estructura específica y un equipo dedicado a los mercados de alto crecimiento, como ya se hizo en 2007 con nuestras marcas agrícolas, lo que nos permite aprovechar mejor nuestras ubicaciones en los países claves en los que estamos presentes. No cabe duda de que esta ha sido una de las decisiones clave que ofrece resultados positivos hoy en día y que nos permite aumentar nuestra presencia en los mercados.

En New Holland Agriculture continuaré impulsando aún más el crecimiento de la marca a nivel mundial. Vamos a seguir mejorando nuestra oferta de productos con las principales características en cuanto a emisiones de los motores, confort en el puesto de conducción y tecnología accesible. Contamos con una red plenamente dedicada que abarca 2.800 concesionarios y 100 importadores en todo el mundo, capaces de ofrecer una línea completa de productos: tractores desde 20 a 500 CV, desde cosechadoras convencionales a modelos de rotores, desde picadoras de forraje a equipos de empaquetado, desde telescopicas a vendimiadoras, nuestra red es también capaz de garantizar su apoyo y ofrecer los mejores servicios, como Parts & Service y Top Service. ■

MIRCO ROMAGNOLI

Director General de New Holland en España y Portugal

"El excelente resultado es consecuencia de la gran labor de 4 años"



En lo que va de año, ustedes han experimentado un aumento de la cuota de mercado en la Península Ibérica pese a la dura situación. ¿Qué piensan poder añadir de aquí a final de año y, sobre todo, cuánto 'esfuerzo económico' ha costado conseguir esto?

El excelente resultado alcanzado en toda la línea de producto es la consecuencia de la gran labor realizada en los últimos cuatro años, con una inversión para el desarrollo de la red de concesionarios y su expansión, además de varios exitosos lanzamientos de nuevos productos, como el T7000 AutoCommand y el TD4000F, que han contribuido en gran medida a que un número mayor de clientes elija New Holland. Puede que usted recuerde nuestra exposición profesional de productos y servicios en la última FIMA. Buena prueba de todo ello es nuestro crecimiento constante en los últimos cuatro años y las fuertes inversiones que hemos hecho que han sido reconocidas por este crecimiento continuo.