

## RICCARDO ANGELINI

Director General de New Holland Agriculture en España



“Seguimos creyendo que el negocio agrícola es bueno, sano, válido y rentable”

El Director General de New Holland en España, Riccardo Angelini, tiene clara la estrategia que debe seguir la compañía este año. Las directrices serán *“renovar el espíritu de los concesionarios, renovar la gama de tractores de hasta 100 CV, capitalizar el trabajo ya hecho en 2011 respecto al Tier IV, y recuperar la importancia clave que tiene la recolección en New Holland”*.

JULIÁN MENDIETA  
MADRID

Es muy consciente de las dificultades del mercado de la maquinaria agrícola en la actualidad, pero sabe cómo hacerles frente. *“2012 va a ser un año complicado. Otra vez estaremos en el límite de los 10 000 tractores, la competencia seguirá siendo*

## Un profesional amable con las ideas claras

Riccardo Angelini es el responsable, dentro de CNH, de New Holland Agriculture en España, desde enero de 2011, aunque estaba ligado a otros puestos desde 2007. Pero anteriormente, desde noviembre de 1999, ha estado presente en distintas áreas en el grupo: CNH Bélgica, Iveco, Fiat Auto, para volver de nuevo al sector agrícola en abril de 2005, en CNH Inglaterra, y desde 2007 a CNH Maquinaria Spain, en su marca New Holland para ocupar la Dirección General.

Angelini asume esta responsabilidad en momentos difíciles, sin que esto haya sido óbice para aumentar su penetración en el mercado a la vez que se introducían nuevos productos en las líneas de tractores, cosechadoras y equipos de recolección

para vid y aceituna, sin perder el liderazgo en empacadoras gigantes. Se podría juzgar en un principio que es una persona tímida e introvertida...

¡ni mucho menos!, nos descubre una personalidad amable, pero firme, con las ideas claras del momento y de la situación, eso sí, hablando lo justo y concreto; nunca habla en primera persona, sobre todo pensando en la labor de equipo, pero ese anti-divismo, no quiere decir que no sea firme en sus planteamientos.

Afronta un reto importante, en la que él se marca sus metas en la seguridad que es en los momentos duros, cuando se tiene la oportunidad de demostrar sus planteamientos gerenciales.



muy fuerte y los márgenes serán menores. Por eso tenemos que elegir muy bien a los Partners con los cuales trabajar", comentó el directivo en entrevista.

El pasado mes de noviembre, New Holland celebró una reunión con sus concesionarios en Turín. "Fue allí donde iniciamos el trabajo de renovación del espíritu de los concesionarios y donde sentamos las bases de la trayectoria que deberá seguir la red a partir de ahora. Queremos potenciar e invertir en los que vean el negocio agrícola como una oportunidad. No podemos permitirnos tener socios de trabajo que no consideren a New Holland y al negocio agrícola como apuesta de futuro", continuó Angelini.

A su parecer, los concesionarios deben ser tratados

unos concesionarios ya están trabajando en esta línea, otros siguen acostumbrados a ser los instrumentos de llegada al mercado, y esto no lo podemos permitir. Necesitamos gente involucrada, motivada y determinada a conseguir el éxito de la marca. Veo muy positivo tener esta actitud".

### Producto

Angelini destacó la inversión realizada en motorizaciones Tier 4 y en la tecnología SCR. "Hemos entrado en el año con producto y tecnología nueva y seguiremos invirtiendo para alcanzar una posición de liderazgo". Desde su punto de vista es importante "capitalizar el trabajo realizado" y continuar la renovación de la gama de tractores, siguiendo ahora por el segmento de menos de 100 CV con las series T4, T5, TD5, además de la nueva serie T6, las cuales entrarán en el mercado a lo largo de 2012.

Desea también devolver a la maquinaria de recolección la importancia que siempre ha tenido en la marca. "Aunque en los últimos dos años perdimos un poco de cuota de mercado, nuestro ADN es recolección, y por ello somos la única marca en ofrecer en todas nuestras máquinas motores Tier 4 con tecnología SCR. Le devolveremos la importancia clave que merece", aseguró.

### Formación

Otro de los temas tratados durante la entrevista fue la formación de la red de ventas. Para el directivo, este tema sigue siendo un capítulo importante en la estrategia a seguir por New Holland. "Estamos desarrollando dos trabajos importantes: uno, la formación puramente técnica dirigida a la introducción de nuevos pro-

como socios. "En New Holland no consideramos a los concesionarios como un simple instrumento de llegada al cliente final, por ello nuestra intención desde hace varios años es tratarles como socios. Sin embargo, no todos muestran la misma capacidad para aceptar lo que esto significa. Ser socio es dar una contribución activa en el desarrollo del negocio y supone una dedicación total de los recursos. En la actualidad al-

ductos; y otro, intentar dar un cambio generacional a los concesionarios", explicó.

Según Angelini, "la introducción de la tecnología Tier 4 y del SCR, es un paso fundamental, difícil de digerir por parte de los concesionarios. Tenemos un plan de formación técnico comercial muy potente. Son muchas horas de formación y muchos recursos los que tenemos presupuestados en el plan de trabajo de este año".

Asimismo, para conseguir el cambio generacional, New Holland cuenta desde el mes de diciembre con un nuevo responsable de desarrollo de red. "Es una persona que viene del mundo del automóvil y que tiene una visión moderna y mucho más desarrollada de lo que es la gestión del concesionario. Tenemos muy claro que la forma de gestionar concesionarios es un punto de trabajo fundamental", comentó.

## ■ Proyecto piloto

Desde el mes de noviembre, New Holland tiene en marcha un proyecto con seis concesionarios piloto, dirigido a conseguir implementar procesos y funcionamientos modernos en la red de distribución que mejoren la rentabilidad del concesionario y refuercen su relación con la marca. La duración de este proyecto será de un año y para su desarrollo cuenta con personal tanto de la compañía como de una consultora alemana externa. "Sólo han pasado dos meses y ya tenemos muy buenos resultados. Consideramos esta experiencia la base para sentar procesos de funcionamientos sólidos en las concesiones. Poco a poco nuestra red tendrá que asumir dichos procesos. Contará con nuestro apoyo y estará estimulada por los resultados positivos

## “Queremos potenciar e invertir en los concesionarios que vean el negocio agrícola como una oportunidad”

*que alcanzaremos durante este año con los seis concesionarios piloto", explicó.*

A su favor, cuenta con las nuevas generaciones de concesionarios. "Los jóvenes están más abiertos a estos cambios, tienen más ganas de reformar el negocio. Sin embargo muchas concesiones están aferradas al antiguo funcionamiento. El pasado no va a volver. Es algo que tenemos que asumir. La realidad ha cambiado pero también se presentan nuevas oportunidades", subrayó.

New Holland cuenta con una asociación de concesionarios, cuyo gerente es, desde abril de 2011, Juan Carlos Muñoz, que puede ayudar a estimular en estos cambios de la gestión del negocio. "Estamos en una nueva fase porque tenemos la oportunidad de tratar temas mucho más concretos y puntuales, dándoles soluciones más directas. En lugar de quejarnos de la caída de la rentabilidad y del mercado tenemos que buscar la forma de solucionar los problemas", afirmó.

Por otra parte, se refirió a la contribución de la asociación para conseguir que la comunicación con los concesionarios sea mejor y más fluida.

## ■ Precios

Uno de los aspectos que más preocupa a los agricultores cuando deciden comprar maquinaria agrícola es el precio. Según Angelini, New Holland va a tratar de mantener los precios estables respecto a los del año pasado porque considera que la situación del país no puede asumir una subida importante, aunque una cierta subida será inevitable debido al incremento de tecnología que llevan sus productos y a los mayores costes en mano de obra y materia prima. Según sus datos, el IPC se elevó al 3.3%, pero la variación de la renta de los agricultores bajó un 0.7%, por lo que el valor del dinero ha disminuido un poco, aunque no tanto como en otros sectores.

"Nuestros concesionarios son conscientes del esfuerzo que representa tener una gama desarrollada a estos niveles. En la reunión que tuvimos con ellos en Turín vieron de primera mano la nueva tecnología y recibieron explicaciones de nuestros técnicos e ingenieros sobre los cambios que llevan incorpora-





dos los nuevos productos. Sin embargo, es difícil entender el esfuerzo económico que ha supuesto. Es complicado porque son cifras astronómicas. Lo que más me preocupa es que el cliente entienda y valore que nuestros productos incorporan la tecnología del futuro”.

### ■ Financiación

Angelini opina que la única solución que hay en la actualidad es recurrir a financieras extranjeras como BNP u otras grandes entidades bancarias. “Hay que cambiar el modo de pensar. Reestructurar donde invertir nuestros recursos económicos. Ahora estamos funcionando bien. Un 50% de nuestro producto está financiado por CNH Capital, junto a BNP o Banesto. No obstante, estamos muy lejos de países como Francia, donde el 80% de la maquinaria está financiada. Eso significa que tenemos espacio

para mejorar y que hay oportunidades de mercado”.

Hemos lanzado campañas en maquinaria de recolección con resultados visibles. Es parte de nuestra estrategia para volver a ser líderes en el mercado de cosechadoras y para mantenernos en el de empacadoras gigantes y en el de vendimiadoras. Estamos trabajando para que la propia marca tenga un peso importante en la decisión de financiar, sin depender de un tercero. Los bancos no tienen en cuenta muchos aspectos porque no conocen el negocio. Queremos un banco de agricultores y para agricultores. Nadie mejor que ellos para valorar un uso o una explotación”.

### ■ Fiat Industrial

Riccardo Angelini también valoró el cambio que se ha producido en el Grupo con la creación de Fiat Industrial. A su parecer, “hemos ganado en credibilidad internacional y crediticia. Nos da más armas y fuerza para presentarnos al mundo externo como grupo industrial absolutamente relevante. A priori parece que se hizo para que Fiat Auto fuera más fuerte, pero en realidad fue para que Fiat Industrial tuviera una base más sólida. Ahora somos el tercer grupo a nivel mundial en el ámbito

industrial, el tercer fabricante de motores mundial para aplicaciones industriales y las perspectivas de crecimiento son muchas y evidentes”.

### ■ Estrategia de negocio

Respecto a las joint venture que en algunos países New Holland está llevando a cabo con marcas como Semeato y Kverneland afirmó que el objetivo es “cubrir las necesidades de los clientes, bien mediante producción directa interna, bien mediante acuerdos con posibles proveedores”. Entiende que se trata de acuerdos temporales que buscan resolver competencias internas para ser competitivos, pero la finalidad es llegar a hacer ‘en casa’ todos los productos que vende la marca. “Existen acuerdos y seguirán existiendo, sobre todo en el panorama internacional, pero el corazón del negocio es fabricar maquinaria de cualquier tipo. Hemos dado un paso determinante de cara al futuro con la presentación de nuestras soluciones Tier 4”.

También se refirió a la importancia del mercado español para la marca. “Es uno de los más importantes para nosotros por múltiples aspectos. Las vendimiadoras y las empacadoras gigantes que aquí se venden tienen un peso específico en el total del mercado europeo”.

El objetivo de Angelini ahora es transmitir tanto a sus concesionarios como a su equipo interno todas estas medidas. “Hay que seguir invirtiendo en lo que es agricultura. Seguimos creyendo que el negocio es bueno, sano, válido y rentable. Merece la pena trabajarlo porque es lo que sabemos hacer y lo que queremos hacer. Todavía tiene muchas alegrías que darnos en el futuro. Hay mucho trabajo por hacer pero también muchas satisfacciones por recibir”, auguró. ■

## FIMA 2012

New Holland participará una vez más en FIMA con un amplio stand en el que presentará todas las novedades que ofrece la marca. “Hemos tenido problemas con el espacio, porque tenemos demasiadas novedades. Nos falta espacio para exponer. Por un lado las cosechadoras y la gama de tractores de más de 100 CV es relativamente nueva, salió el año pasado. Por otro lado está la renovación de la gama de tractores de menos de 100 CV. Los T4 estarán disponibles en dos versiones, una más básica y otra más equipada. También tendremos la nueva gama T5 y la nueva TD5 todas ellas con motores Tier 4. Para España significa un cambio completo de la oferta de producto. La introducción del T6 completa la total renovación de nuestra gama”.