

El tractor, a través de las marcas Landini, McCormick y Valpadana, es el eje de su actividad

RESULTADOS POSITIVOS DEL GRUPO ARGO

La filosofía productiva de ARGO en los últimos dos años ha estado siempre orientada al reposicionamiento del Grupo y a las inversiones sobre el núcleo de negocio más tradicional, los tractores.



Al final de 2010 la gama de productos era muy diversa. Al margen de los tractores de las marcas Landini, McCormick y Valpadana, se venían produciendo cosechadoras con la marca Laverda, y maquinaria para forraje de la marca Fella. En 2010, Laverda y Fella fueron, en parte, cedidas, lo que permitió a ARGO disponer de una nueva ener-

gía financiera y reposicionarse en su negocio de tractores, con nuevos recursos económicos para invertir.

En 2011 se afrontó una nueva actividad de investigación y desarrollo, con una mayor eficiencia en los procesos productivos y con la adquisición completa de Emme-Gj, empresa que realiza la cabina y la plataforma de los tractores.

En 2010 y 2011 se llevó a cabo una profunda metamorfosis, que ahora está dando los primeros resultados positivos en términos de aumento de órdenes de compra, premiando el mercado la nueva política. Al tiempo, se maduró el posicionamiento y se volvió a beneficios, que repercutieron tanto en la red como en los usuarios que creyeron en las marcas del Grupo. Éstos, cada vez más, identifican el 'azul' de Fábbrico (Italia) como un sinónimo de fiabilidad y concreción y lo contemplan como un partner ideal para trabajar en términos de elevada relación beneficio/costo, en un ámbito de producto especializado.

Gracias a la robustez de los productos, Landini se ha ido convirtiendo con el tiempo en sinónimo de tractor "bueno para todas las estaciones," pudiendo ser empleado en las zonas de trabajo más dispares, en campo



abierto, recolección, transporte, trabajos comunales...

Otra marca del Grupo, McCormick, se ha ido alzando como un producto de alto nivel, enfocado tanto a su empleo en pleno campo, como al transporte por carretera, ámbito en el cual también se reflejan, parcialmente, los especializados isodiamétricos de ArgoTractors con su marca Valpadana.

Valpadana, anteriormente considerada como una sociedad subsidiaria independiente, entra ahora, a nivel global, en ARGO, como consecuencia de la fusión, con una división de la cual la unidad de producción estaba separada operativamente. Gracias a tal decisión se han podido madurar nuevas economías de escala a nivel industrial, ampliando nuevos horizontes de comercialización y de exportación.

A pesar de la crisis que están sufriendo los mercados más importantes del mundo, hay un objetivo claro. El aumento que ha experimentado en el año 2011 la demanda de tractores, ha permitido que las cifras de negocio del Grupo sean de 500 millones de euros – aproximadamente 650 millones de dólares

al día de hoy (20/1/2012) (1.30 dólares por euro) con una venta cercana a los 18.000 tractores. En Fábrica están convencidos de que, gracias a la nueva gama Landini, con las potencias que van de 80 a 120 CV, y con el nuevo McCormick X60, podrán superar fácilmente estas cifras, permitiéndose incluso el desarrollo de nuevas versiones que pronto desembarcarán en el mercado.

■ Acuerdos estratégicos

Según Ruggero Cavatorta, responsable de Marketing del Grupo ARGO no produce solamente para sí misma ya que, sobre la base de su modelo Mistral, construye para New Holland los modelos T3000. Con Massey Ferguson también existe un acuerdo para la fabricación de tractores de cadenas. Igualmente a final de 2010 se firmó un acuerdo con el grupo coreano Daedong que permite distribuir, tanto en el mercado italiano como en los principales mercados europeos, EEUU, Canadá y Sudáfrica, tractores con las marcas Landini y McCormick, una lección de apoyo y colaboración con Daedong para adaptar-



Ruggero Cavatorta, responsable de Marketing del Grupo ARGO.

se rápidamente, sin esfuerzo, al escenario comercial emergido por la reciente crisis económica y que les permite posicionarse en nuevos segmentos de mercado. Otro acuerdo comercial en mercados estratégicos es la *joint venture* en Brasil 'Lamont' entre Landini y Montana, sociedad que comercializa tractores desarrollados específicamente para la agricultura de Mercosur y con la marca Landini.

■ Tecnología en evolución

La respuesta que ha tenido que dar el Grupo a la crisis se basa en dos puntos importantes como es la innovación tecnológica y el potenciamiento de su red comercial. Nuevos mercados asiáticos como el filipino están ya dando un óptimo retorno. Son estados individuales, con nuevos importadores para países estratégicos como Turquía, Australia, Nueva Zelanda y Portugal, al igual que en Suramérica.

Desde el punto de vista de la tecnología, se están llevando a cabo importantes esfuerzos que se concentran en un nuevo tractor de campo abierto, con potencias comprendidas entre 55 y 110 CV, con nuevas transmisiones power shift y con variación continua. Equiparán a la gama de media y alta potencia. ■

