L'INFORMATORE AGRARIO
DAL 1945
LIBERO, COMPETENTE, INNOVATIVO

informatoreagrario.it

New Holland annuncia la strategia per il 2021 e la sua fiera virtuale

Il 23 febbraio scorso, durante una conferenza stampa online riservata ai rappresentanti della stampa europea, **New Holland Agriculture** ha scoperto le sue carte e presentato la propria **strategia operativa** per il corrente anno

L'evento è iniziato con l'intervento del **brand president Carlo Lambro** (foto apertura) che ha svelato lo slogan dell'evento "Let's get it done … all_ways" che

sottolinea l’approccio pratico e la cultura del fare, valori che sono alla base dell’azienda. “Una sfida complicata – ha spiegato il numero uno di New Holland – alla quale non ci siamo mai sottratti, nemmeno durante questa pandemia da Covid-19”.

Tanti i temi toccati in oltre un’ora di diretta: dall’**andamento del brand nei mercati mondiali**, alla **strategia di sviluppo del business,** dai **prodotti in fase di lancio** e agli aggiornamenti degli stessi, fino alla novità assoluta di **Youniverse la fiera digitale del gruppo CNH** che aprirà i “battenti” in primavera.

Mercato mondiale

Come accadeva negli appuntamenti dal vivo anche questa volta la relazione di Carlo Lambro è iniziata con uno **sguardo agli andamenti in valore del brand giallo e blu nel 2020 nelle diverse aree del mondo.**

In **Nord America** buone le performance dei trattori che hanno totalizzato un +17%, trainate dal segmento compreso tra i 40 e i 100 CV cresciuto del 10%. La quota di mercato si è mantenuta stabile come quella delle mietitrebbie cresciute in valore dell’1%. Molto bene le attrezzature per la fienagione che hanno registrato un aumento dell’8%.

In **Sud America**, soprattutto in Brasile, gli alti prezzi delle materie prime e una forte spinta alla digitalizzazione con la conseguente maggiore produttività hanno spinto il segmento trattori ad una crescita del 4% mentre sono calate leggermente le mietitrebbie (-1%) e c’è stato un vero tracollo della parte fienagione scesa quasi del 20%.

Nell’area **AMEA (Asia, Medio Oriente, Africa)** il mercato di New Holland è cresciuto a doppia cifra nei comparti trattori e mietitrebbie e del 9% nell’area fienagione. Quote di mercato in crescita per mietitrebbie e fienagione.

In **Australia** e **Nuova Zelanda** gli incentivi fiscali governativi hanno stimolato gli investimenti di agricoltori e contoterzisti e generato una crescita del 13% per i trattori, del 23% per le mietitrebbie e di oltre il 30% per il settore della fienagione. Stabile lo share per i trattori, in crescita quelli di mietitrebbie e fienagione.

La pandemia ha condizionato in maniera pesante il business di New Holland in **Europa** dove la contrazione delle vendite è stata del 4% per i trattori, del 7% per le mietitrebbie e del 12% nel segmento della fienagione.

Strategia 2021 in quattro punti

Le azioni messe in campo da New Holland per rafforzare nel 2021 la propria presenza sul mercato – esposte dal **vice president Europe Sean Lennon** – si fondano su quattro pilastri: **marchio**, **prodotti**, **servizi ai clienti** e **rete dei concessionari**. Il primo dei quattro punti prevede il rafforzamento del ruolo di costruttore full-liner, il consolidamento della posizione "Clean Energy Leader" e il primato nella raccolta con il lancio del **"piano di attacco mietitrebbie"** che punta a portare il brand al primo posto delle vendite in Europa. Durante l'incontro non è stato comunicato in quanto tempo.

Novità di prodotto

Tra le novità di prodotto molto spazio è stato dedicato alla nuova **CH7.70 Crossover Harvesting** mietitrebbia ibrida che sfrutta la sinergia tra il battitore delle convenzionali e il doppio rotore delle assiali. La mietitrebbia è già stata testata, in anteprima, su riso dal nostro mensile MAD Macchine Agricole Domani e l'articolo è stato pubblicato sul n°3/2021.

Presentati inoltre il nuovo modello **Packer** della **BigBaler 1290 High Density**, il trattore **T6.160 Dynamic Command** a 6 cilindri e il modello **T6 Methane Power** che entro la metà dell'anno sarà consegnato a clienti selezionati in Germania, Francia, Italia, Regno Unito e nell'area del Benelux (Paesi Bassi, Belgio e Lussemburgo) con la previsione di entrare in gamma entro la fine del 2021, per essere venduto in tutta Europa, in Sud America, Australia e Nuova Zelanda.

Durante l'incontro è stato inoltre confermato l'accordo con i costruttori italiani **Maschio Gaspardo,** per la fornitura di erpici a dischi e ripuntatori e con la società **Nobili** per l'elettrificazione di attrezzature per i vigneti ed i frutteti; in questo momento il progetto è attivo su trincia e atomizzatore. Il costruttore ha precisato che nella seconda parte dell'anno seguiranno altri lanci di prodotti.

Youniverse: la fiera digitale di CNH

In chiusura dell'incontro Carlo Lambro ha dato appuntamento a tutti a **Youniverse** la prima fiera digitale organizzata da CNH Industrial che si svolgerà on line dal 9 al 18 aprile prossimi. L'evento sarà ospitato su una nuova piattaforma interattiva che, secondo le intenzioni degli organizzatori, condurrà i partecipanti lungo un percorso di scoperta di "infotainment" (informazione e intrattenimento) completamente immersivo.

L'articolo completo sarà pubblicato sul numero 4/2021 di MAD Macchine Agricole Domani e disponibile per gli abbonati anche su Rivista Digitale

Marco Limina

© 2019 Edizioni L'informatore Agrario S.r.l. - OPERA TUTELATA DAL DIRITTO D'AUTORE