



Ecco la roadmap di Kubota Europe

Il Convegno che Kubota Europe ha tenuto a Napoli ha evidenziato gli obiettivi dell'azienda nipponica. Che, con un nuovo Country Manager e una rete di 44 dealer, si è prefissata un target ambizioso

di Daniela Grancini

Era il 2018 quando venne inaugurata a Segrate (Mi) la nuova sede della filiale italiana di Kubota Europe sas, a sottolineare l'importanza che il nostro Paese riveste per il mercato dei mini-escavatori, che continuano ad essere una parte consistente del fatturato del Costruttore. Da allora il brand nipponico è continuato a crescere presentando sempre nuovi prodotti. Il 3 aprile del 2020 non solo Kubota Corporation ha celebrato 130 anni di eccellenza nel mercato, ma ha lanciato ben due linee di prodotto, entrambe connotate da importanti innovazioni tecnologiche: la nuova generazione di pale caricatrici (con i modelli R070 e R090) e i nuovi



Foto di gruppo del team italiano di Kubota con parte del management europeo

Andrea Pette



Chi è Andrea Pette

Martino Carrieri, che non ha bisogno certo di essere presentato perché ben conosciuto da tutti i professionisti del settore, dopo 24 anni di onorato servizio in Kubota, passa il testimone ad Andrea Pette che in qualità di Country Manager Italy della Divisione Construction Machinery, sta impostando il piano delle attività di Kubota

in Italia per il prossimo triennio. Dopo gli studi in economia e un master Executive MBA Pette ha ricoperto diversi incarichi a livello internazionale nella gestione di reti distributive. In Hensley Industries (Komatsu Group) ha gestito i mercati West Africa, Europa e Medio Oriente nel settore Mining ed in ESCO Corporation si è occupato della

gestione dei dealer dapprima per il mercato Italia poi per mercato Europa.

Quali sono le sue strategie per il prossimo triennio per quanto riguarda l'implementazione del marchio e della brand awareness presso gli utilizzatori?

“Abbiamo intenzione di avviare un'intensa attività di marketing e comunicazione

per l'aumento della reputazione, la visibilità (sia on line che off line) e presenza nel mercato del marchio. Il tutto accompagnato da un'importante attività di formazione della forza vendita dei concessionari: la nostra rete è un fiore all'occhiello nel settore e grazie ad essa svilupperemo attività strategiche con risultati a lungo termine”.

mini-escavatori KX060-5, U56-5 e U50-5). Un ulteriore salto generazionale della gamma di mini targati Kubota è stato poi segnato dalla presentazione dei nuovi U10-5 e K008-5, il culmine di anni di continui investimenti e sviluppo dei prodotti Kubota. E ora il Convegno Kubota di Napoli, cui ha partecipato la rete dei concessionari italiani, composta da 44 dealer, ha tracciato la road map di Kubota per il futuro

Sempre un passo avanti

Non di rado nell'attuale mercato il lancio di nuovi modelli è guidato non solo da motivazioni tecniche ma anche di marketing, oggi strumento di vendita forte anche nel settore construction. Non così in Kubota, dove ad ogni evoluzione della gamma d'offerta corrisponde un reale e concreto salto di qualità tecnologico e prestazionale.

Tutti i mini-escavatori recentemente lanciati dal costruttore nipponico rappresentano l'ultima evoluzione di una linea di grande successo presente ormai da più di trent'anni sul mercato, per Kubota strategicamente importante e in grado di dare risposte efficaci e concrete agli operatori che li utilizzano. Kubota ha presentato la prima macchina del segmento sotto la tonnellata nell'ormai lontano 1989, e negli anni il mercato di questa fascia di prodotto è aumentato esponenzialmente premiandone le doti di versatilità e adattabilità a un numero di lavorazioni pressoché illimitato. In Kubota la sua evoluzione è avvenuta per step progressivi e ben distanziati nel tempo, un indice estremamente significativo della durevole efficacia e funzionalità delle sue macchine. In successo non si è fatto attendere ed è testimoniato dai numeri delle macchine vendute, con performance che non hanno conosciuto cali nonostante le molte criticità contingenti. Gli utilizzatori peraltro manifestano un perdurante gradimento non solo attraverso l'acquisto del nuovo ma anche tramite un parco circolante che, come indica chiaramente la richiesta di ricambi, è decisamente ampio e consolidato e ne testimonia l'affidabilità e la longevità.



Il Kubota Telematic System verrà introdotto a Maggio sul midi KX080 per poi essere implementato su tutta la gamma



Shinsuke Kamada, Vice President Sales & Marketing Kubota Construction Equipment

focalizzandosi sulle mosse strategiche per consolidare e ampliare la copertura del territorio grazie anche alla capillarità del network che garantisce estrema vicinanza con i clienti finali anche in termini di assi-

stenza. Dal convegno di Napoli è emerso un corposo programma di sviluppo della rete (sia dal punto di vista della vendita che del post-vendita) in accordo con Kubota Europe per massimizzare le performance di penetrazione sul territorio: i temi sono miglioramento dell'organizzazione, rivisitazione del modello di business ed un intenso programma di branding.

Ma non solo. Un ruolo importante verrà svolto dall'introduzione, nel corso del 2022, della telematica a partire dal modello KX80, per poi estenderla a tutti gli altri modelli della gamma. Nel modello KX080 verrà infatti introdotto a partire da Maggio il sistema KTS (Kubota Telematic System) che tratterà tutta una serie di dati e che sarà in supporto al service.



Protagonisti nel tempo

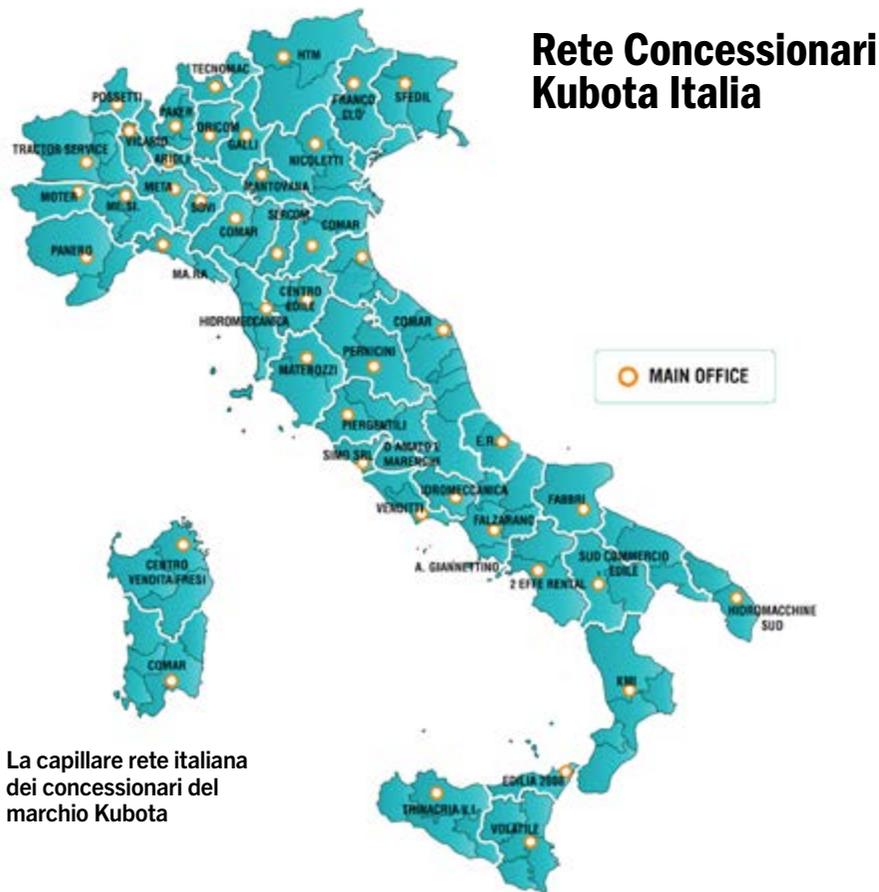
Il viaggio di Kubota è iniziato nel 1890, con la produzione delle prime condutture in ferro per acquedotto.

Il fondatore di Kubota Corporation, Gonshiro Kubota, ha gettato le basi di una società che oggi rappresenta uno dei maggiori protagonisti del settore. Nata come fonderia, Kubota sarebbe presto divenuta un'azienda di riferimento nel settore dell'agricoltura, dell'edilizia e idrico a livello globale. Nel corso del tempo, la società ha ampliato la propria attività attraverso la sua gamma di prodotti e servizi.

Nel 1922 ha avviato la produzione di motori a cherosene per uso agricolo e industriale, settore in cui ha realizzato progressi significativi. Successivamente negli anni '60 ha lanciato la propria gamma di trattori per l'agricoltura, prima di avviare l'attività su progetti di approvvigionamento idrico e sistemi fognari.

Nel 1974, Kubota ha introdotto il suo mini-escavatore compatto, rendendo i lavori di scavo più semplici per tutti gli operatori del settore. Nel 1998, Kubota ha ampliato ulteriormente il proprio business nel settore dei macchinari agricoli come parte della sua strategia di internazionalizzazione, avviando un'attività di produzione e vendita in Cina.

Kubota Corporation oggi rappresenta uno dei principali produttori di macchinari e rappresenta un punto di riferimento per le aziende di tutto il mondo. L'azienda giapponese è anche il leader mondiale nella produzione di motori diesel e benzina compatti per applicazioni industriali, agricole, edili e generazione di energia elettrica.



La capillare rete italiana dei concessionari del marchio Kubota

Road to 2025

Questi, quantizzati in sintesi, gli ambiziosi obiettivi di Kubota per quanto riguarda le quote di mercato da raggiungere nel nostro Paese. Un messaggio unico e inequivocabile che tradotto significa la volontà di raggiungere entro il 2025 anche in Italia lo share medio che Kubota detiene in Europa. Il mercato continua peraltro a dare segni di ottima salute e Kubota prevede di superare le unità vendute nel 2022.

Un target cui molto concorrerà l'aumento del noleggio dove Kubota stima di poter crescere con tassi a 2 cifre: per questo verrà intensificato, in accordo con i concessionari stessi, il modello di business "rental", aumentando la loro flotta dedicata e offrendo un package rental ai loro clienti finali.

Il 2022 è un anno importante per Kubota che festeggia il 25esimo anno consecutivo da N.1 nelle vendite di miniescavatori in Europa (classe da 0 a 6 ton): in Italia Kubota è leader in questo range dal 2013, spazio temporale in cui sono stati più che quintuplicati i volumi di vendita. I concessionari hanno richiesto a gran voce una disponibilità ancora maggiore di macchine e per questo Kubota ha avviato una riprogrammazione a livello globale della propria produzione per garantire più volumi a questo mercato in forte crescita. A questo si aggiunga che verranno intensificati gli strumenti finanziari "Kubota Finance" e verrà introdotta l'estensione di garanzia a 5 anni su tutta la gamma.

