

[**MECCANIZZAZIONE**] Obiettivo 20 miliardi di fatturato nel giro di pochi anni per la casa giapponese

Trattori “orange” crescono

[**DI FRANCESCO BARTOLOZZI**]

Kubota lancia la gamma da 130 a 170 cv. Con il chiaro intento di accelerare sui mercati strategici, Europa in primis

Un altro tassello nel processo di penetrazione del marchio giapponese sui mercati agricoli “estensivi”.

È questo il senso della presentazione in Francia da parte di Kubota della nuova serie di trattori M 7, per potenze comprese tra 130 e 170 cv. «Il nostro piano strategico – ha detto il presidente della Kubota Corporation **Masatoshi Kimata** – prevede di raggiungere un fatturato di 20 milioni di dollari nel giro di pochi anni e di accelerare lo sviluppo del nostro business in nuovi mercati. Vogliamo, infatti, introdurre nuove macchine agricole non solo per le risaie, ma anche per i mercati agricoli da pieno campo. Questo vale in particolare per Europa Occidentale, Nord America, Australia e Giappone. E in futuro cercheremo di entrare anche nell’Est Europa».

Il lancio della nuova serie di trattori M 7 (tre modelli rispettivamente da 130, 150 e 170 cavalli di potenza) è quindi un altro passo verso il settore del pieno campo da parte della casa di Osaka, che interessa soprattutto l’area

europea. Non a caso, infatti, Kubota ha acquisito nel 2012 la norvegese Kverneland (storico costruttore di attrezzature agricole) e poi a fine 2013 ha investito 57 milioni di euro nella costruzione di uno stabilimento per la produzione di trattori a Dunkerque, in Francia, che sarà operativo da fine 2014 e inizierà a produrre in massa ad aprile 2015. «Il nostro obiettivo iniziale è di produrre 3.000 trattori nel 2017 – ha concluso Kimata – e se gli ordini saranno superiori, adegueremo la capacità produttiva dell’impianto alle richieste».

I nuovi trattori “orange” sono stati concepiti seguendo un preciso schema. «La serie M 7 è stata studiata per le aziende agricole miste – ha spiegato **Yuichi Kitao**, direttore generale della divisione Macchine agricole di Kubota – che sono quindi sia allevatori che agricoltori. Ogni modello prevede tre diverse versioni: Standard (semplice ed economica), Premium (comfort e facilità d’uso) e Premium Cvt (massimo del



[Da sinistra **Løyning, Kimata e Kitao**.

comfort e della facilità d’uso, con trasmissione a variazione continua). La scelta di costruire in Francia è stata dettata dalla volontà di produrre in uno dei mercati più grandi di Europa, mentre l’importanza di un segmento come quello tra 120 e 180 cv è testimoniata dal suo valore economico: 5 miliardi di euro distribuiti tra Europa (2,9), Nord America (1,1), Sudamerica (0,7) e Oceania, Asia e Giappone (0,1 ciascuno). Noi intendiamo soddisfare le richieste di macchine per l’agricoltura di precisione e di un unico sistema per control-

lare motore, trasmissione e idraulica. Il tutto in un ambiente confortevole».

Con l’acquisizione di Kverneland è chiara anche l’intenzione di Kubota di diventare un costruttore full line. E la sinergia con Kverneland si è materializzata in Francia con la presentazione delle attrezzature del marchio norvegese in colore arancione. «Si tratta di una forte proposta commerciale ai delae Kubota con prodotti noti in Europa e ai vertici di mercato – ha spiegato **Ingvald Løyning**, amministratore delegato di Kverneland Group –. La sinergia con Kubota sarà forte grazie alle esistenti strutture Kverneland a tutti i livelli (prodotto, vendita, assistenza, marketing). E la distribuzione delle attrezzature con i colori Kubota (prima quelle per la fienagione, seguite da quelle per la lavorazione del terreno) inizierà in Francia e Germania, per poi continuare negli altri paesi nei tempi e nei modi dovuti. Marchi, distribuzione e partnership attuali continueranno comunque a esistere».

[**FATTURATO KUBOTA CORPORATION (MLD \$)**]

