

Romagnoli: “Kubota al 10% del mercato Italia, in cinque anni”

The Kubota logo is displayed in a large, teal-colored, stylized font. The letters are bold and rounded, with a unique design where the 'K' and 'u' are connected, and the 'b' and 'o' are also connected. The 't' and 'a' are separate but maintain the same rounded, blocky style.

Kubota Corporation è una società giapponese, nata nel 1890 con sede centrale ad Osaka. Produce macchine e attrezzature per l'agricoltura, il giardinaggio e il settore delle costruzioni e movimento terra. Oltre a fabbricare motori industriali, è attiva nel settore dei sistemi per la gestione e il controllo dell'acqua.

La società è presente in **110 Paesi del mondo**, dà lavoro a 39.000 persone e nel 2017 ha registrato un **fatturato di 1,7 trilioni di yen che corrispondono a circa 13 miliardi di euro**. Il 68% del fatturato è realizzato al di fuori del Giappone.

Nel nostro Paese il brand è presente con la filiale di Segrate (Milano) dove hanno base le divisioni agricoltura e costruzioni. Recentemente abbiamo intervistato **Luca Romagnoli, direttore commerciale per l'Italia del marchio Kubota per il settore agricoltura**, toccando numerosi temi caldi del settore.



Luca Romagnoli, 58 anni, milanese è direttore commerciale per l'Italia del brand Kubota. Segue la vendita e lo sviluppo del mercato per tutta la gamma dei trattori del costruttore giapponese

“I primi contatti con Kubota – ha esordito nell’intervista Romagnoli – li ebbi nel 1997, ma fu nell’anno successivo che iniziai a sviluppare il mercato Italia, contattando quei pochi concessionari già presenti sul nostro territorio e gestiti dalla filiale francese Kubota Europe di Argenteuil. **Nel 2002 nacque la filiale italiana**”.

Nel 2012 la società giapponese ha acquisito la norvegese Kverneland Group ed è stato quindi necessario rivedere la strategia commerciale per la gestione degli implements: “la nostra società – ha spiegato il manager Kubota – ha studiato una strategia di distribuzione che prevede la gestione commerciale delle attrezzature di colore rosso (Kverneland) e orange (Kubota) da parte di Kverneland Group; il fatturato realizzato è tutto di Kverneland. Noi abbiamo solo aperto le porte dei

nostri dealer anche alle attrezzature (che dovranno essere di colore arancione), offrendo quindi opportunità di vendita maggiori alla nostra rete”.

La quota di mercato di Kubota in Italia è attualmente del 6,4% ed il fatturato 2018 è stimato in circa 40 milioni di euro ma Romagnoli ha dichiarato che l'**obiettivo di penetrazione del marchio in Italia è del 10%** entro cinque anni.

Tratto dall'articolo pubblicato su *MAD – Macchine Agricole Domani* n.11/2018 a pag. 21

Kubota in Italia: crescita costante e grandi ambizioni

di Marco Limina