

di Stefania Capponi

## FULL-LINE E PARTNERSHIP NELLE STRATEGIE DI KUHN ITALIA

### KUHN STRATEGY, FULL LINE AND PARTNERSHIP

by Stefania Capponi

**K**uhn, one of the leading makers of forage, harvesting and related equipment in Europe, is planning to expand its output to cover an increasingly complete range of agricultural equipment, responding to the differing needs of farmers in various parts of Italy, the company's Italian branch announced while introducing fifteen new models at its stand at EIMA International 2008. At the company's 1,056 m<sup>2</sup> stand, a press conference was told that Kuhn, whose head office is at Saverne in Alsace, plans to introduce at least ten new products a year as part of the new strategy. The catalogue will be filled out by new machinery for ploughing, tilling, sowing, fertilising, both organic and chemical, in both traditional and cutting-edge markets – all under the same trademark. As Kuhn executives pointed out, their new team at Kuhn Italia was an especially dynamic and capable team whose concrete professionalism would certainly offer a good chance of success.

#### Buying Blanchard

A major announcement was the purchase of Blanchard, a company specialising in sprayers for agriculture and park maintenance.

**O**ffrire una gamma di macchine sempre più completa, in grado di rispondere alle reali esigenze degli agricoltori delle diverse zone del Paese. In vista di questo obiettivo, anche in Italia – dove detiene la leadership nel settore della fienagione – Kuhn ha deciso di puntare sulla sua full-line, con crescente attenzione verso le altre famiglie di prodotti, tutti sotto un unico marchio, che interessano aratura, lavorazione del terreno, semina, concimazione, spandimento di concimi organici, abbracciando un ampio segmento di mercato che coinvolge tanto le tecniche di coltivazione tradizionali quanto quelle più innovative. A conferire nuovi impulsi all'attività della filiale e determinazione ad affermarsi sul mercato con sempre maggiore concretezza e professionalità ha già provveduto il nuovo management di Kuhn Italia, un team particolarmente dinamico, capace e incline al gioco di squadra.

**Anche sul mercato italiano il gruppo di Saverne vuole affermarsi con una gamma completa di prodotti e propone, attraverso la propria rete di vendita, un alto livello di servizi. In mostra all'EIMA International quindici novità nelle diverse linee in catalogo**

**Alsace-based Kuhn announced plans to expand its production to offer a complete range of farm equipment through its own sales and service network when it unveiled fifteen new products at EIMA International**

All'EIMA International la Casa costruttrice francese ha presentato nel proprio stand, esteso su 1.056 metri quadri, 15 nuovi prodotti / At EIMA International, Kuhn unveiled fifteen new products at its 1,056 m<sup>2</sup> stand

### L'acquisizione della società Blanchard

Politica e strategie del gruppo di Saverne sono state illustrate all'EIMA International durante l'incontro con la stampa organizzato presso lo stand di Kuhn, dove su una superficie di 1.056 metri quadri sono state presentate ben 15 novità, in linea con l'impegno assunto dalla casa co-





Le nuove seminatrici Premia sono munite dei nuovi elementi di semina monodisco, caratterizzati da una particolare angolazione che riduce lo spostamento di terra nell'avanzamento, migliorando la qualità di lavoro nella semina semplificata e velocizzandone l'esecuzione. / Kuhn's new seed drill, the Premia, has new single-disk drills placed at a particular angle to reduce the soil shifted as the machine moves ahead, improving quality in simplified sowing and speeding up the whole operation

struttrice francese, decisa a mantenere alto il ritmo dell'ampliamento della propria gamma sviluppando almeno una decina di nuovi prodotti all'anno, suddivisi tra le diverse linee in catalogo. Tra le notizie di maggiore spicco, l'annuncio dell'acquisizione della società Blanchard, specializzata nella produzione di irroratrici destinate all'agricoltura e alla manutenzione degli spazi verdi: un nuovo vettore di crescita grazie al quale il gruppo Kuhn – che nel 2007 ha raggiunto un fatturato di oltre 565 milioni di euro, di cui il 70% all'export, e dichiara per i primi nove mesi del 2008 un incremento superiore al 20% – può disporre di un assortimento di prodotti idealmente complementare all'offerta attuale. Tornando in ambito nazionale, «sul mercato italiano proponiamo otto delle dieci fa-

miglie di prodotti del gruppo e speriamo che, con l'acquisizione della Blanchard, il numero possa salire a nove – ha spiegato Giovanni Donatucci, neo-direttore di Kuhn Italia –. E il mercato ad oggi conferma grandi soddisfazioni alla nostra filiale, che ha fatto registrare una crescita costante negli anni e che attualmente si colloca al terzo posto in termini di risultati dopo la filiale tedesca e quella del Regno Unito». Stando alle stime, Kuhn Italia chiuderà il 2008 con circa 3.000 macchine vendute ed un fatturato intorno ai 18 milioni di euro, in aumento del 7-8% a confronto del 2007, mentre per il 2009, a partire da febbraio-marzo, si prevede una frenata del mercato che dovrebbe riguardare in maggior misura i trattori rispetto alle implements.

### Il successo di Kuhn Italia

Tra i principali fattori del successo della filiale italiana

c'è sicuramente la stretta relazione allacciata con la propria rete di vendita, formata da 150 dealers, al fine di assicurare al mercato qualità, performance e un livello sempre più alto di servizi. «Abbiamo instaurato un rapporto di partnership con la nostra rete di concessionari che, oltre al ruolo svolto sul piano puramente commerciale, ha il compito di offrire un servizio adeguato alle attese degli agricoltori, come pure la massima efficienza nell'assistenza tecnica e nel post vendita, e di essere al contempo sensibile nel trasferire informazioni a Kuhn, così da creare un feedback con le reali necessità del mercato», ha sottolineato Paolo Cera, responsabile marketing e comunicazione di Kuhn Italia. Il gruppo Kuhn, intanto, cresce non solo nei numeri ma anche nelle strutture. Nel maggio scorso a Monswiller, a pochi chilometri dalla sede di Saverne, è stato inaugurato il nuovo stabilimento MGM, situato su un'area di 26 ettari e con una superficie coperta di 26.000 metri quadri: un centro di competenze, che ha richiesto un investimento pari a 27 milioni di euro, destinato all'assemblaggio delle macchine Kuhn di grandi dimensioni, da cui nel 2010, secondo le previsioni, usciranno 7.000 unità.

Kuhn hopes the company will give a new impetus to growth, which already hit over 20% in the first nine months of 2008 after garnering turnover of over 565 million euros in 2007, 70% of which going to exports, by offering an effective complement to the existing product range.

In Italy, Kuhn will be offering eight of its ten product families with Blanchard hopefully adding in the ninth, said Giovanni Donatucci, newly named director of Kuhn Italia, who also pointed that the branch had shown "constant growth" over the years and, now, within the Kuhn group, rates third in terms of results after Germany and the UK.

According to the estimates, Kuhn Italia should conclude 2008 with sales of about 3,000 machines and turnover of around 18 million euros, up by 7-8%, while in 2009, as of February-March, the market is expected to slow, but more for tractors than implements.

### Kuhn Italia's success

A major factor in Kuhn Italia's success has certainly been the tight knit sales network consisting of 150 dealers to ensure a high level of service. "We've opened up a partnership with our network of dealers who, beside their purely commercial functions, are also asked to offer an adequate service up to the expectations of the farmers, along with maximum efficiency in technical and after-sales assistance", said Paolo Cera, Kuhn Italia's head of marketing and communication. "At the same time, we ask them to be attentive to the transfer of information to Kuhn so as to create a feedback from the market's real needs".

Kuhn's vital figures are growing as its structures increase. In May, at Monswiller just a few kilometres from the head office, the group opened a new centre of expertise for large machines, the MGM, located on an area of 26 hectares with covered space of 26,000 m<sup>2</sup>, the upshot of investments totalling 27 million euros, where Kuhn will assemble its large machinery, with an output of 7,000 of them planned for 2010.

Il nuovo coltivatore Cultimer 300 è caratterizzato da una larghezza di lavoro di 3 metri e da utensili a denti disposti su tre ranghi, che assicurano un'ottima penetrazione anche nei terreni più difficili. / Kuhn's new Cultimer 300 works on a 3-meter front and has three ranks of toothed tools to ensure effective penetration even of the toughest ground

