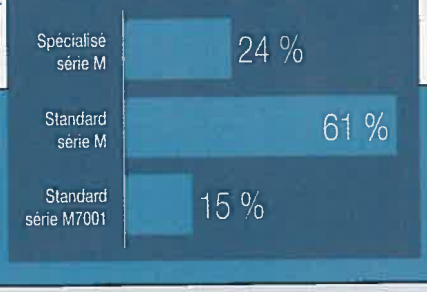
> Kubota

Les M7 salvateurs

Tracteurs les plus vendus en 2016 :
le spécialisé 8540 DTNQ (89 ch), suivi du standard M9960 DTHQ (101 ch)

Répartition des ventes de tracteurs en 2016



En 2016, l'activité française de la division tracteur de Kubota Europe aurait été marquée par une franche augmentation des ventes, dans un marché chahuté. Selon les estimations de Matériel Agricole, *l'industriel nippon conserverait sa 7e place au classement des tractoristes sur le territoire français.*

De gauche à droite

Alain Deporte, responsable du développement réseau, Hervé L'Azou, directeur des ventes France, François Schmitt, directeur de la division service, Hervé Gérard-Biard, directeur de la division tracteur, Gérard Danibert, directeur marketing, et Mick Kobayashi, coordinateur général de la division tracteur.

Après la légère contre-performance enregistrée en 2015, le tractoriste Kubota confirmerait sa présence croissante dans le secteur des tracteurs. *« Sur 2016, notre part de marché s'est améliorée de 1,2 % pour atteindre 7,4 %,* annonce Hervé Gérard-Biard, dirigeant de la division tracteur de Kubota Europe. *Nous frôlons ainsi l'objectif des 7,5 % que nous nous étions fixé au plan national. »* Cette progression, encore inespérée à l'issue du premier trimestre, est en phase avec l'objectif d'avancement fixé au niveau européen, selon l'équipe dirigeante. Le constructeur aurait commercialisé près de 14 % de tracteurs en plus par rapport à 2015. Derrière cette évolution se cache une répartition des ventes modifiée. *« La part des tracteurs spécialisés dans les ventes Kubota est passée de 30 à 24 %, compte tenu d'une centaine d'unités livrées en moins. Nous avons manqué de tracteurs viticoles et arboricoles pour satisfaire la demande dans ce marché en explosion »,* reconnaît Alain Deporte, responsable du développement réseau. Malgré tout, le tracteur le plus vendu en 2016 reste le spécialisé M8540 DTNQ, devant le standard M9960 DTHQ. Tous deux sont d'ailleurs amenés à être renouvelés, depuis le lancement des séries M5001 et MGX-III dévoilés au salon Eima en novembre dernier. Ces gammes-là pourraient bien dynamiser les ventes de tracteurs standard, à l'image des modèles M7001. *« Le bilan de l'introduction des M7001 s'avère positif, malgré les retards de livraison enregistrés en 2015 où seuls 38 d'entre eux avaient été immatriculés »,* rappelle Gérard Danibert, le directeur marketing et communication. Mais le constructeur affirme avoir honoré en 2016 l'intégralité des commandes pour cette gamme de quatre-cylindres. La série représente aujourd'hui 15 % du total des ventes, à peine plus d'un an après sa mise sur le marché.

Des M6 en 2018

« Pour être un acteur de premier plan demain, nous devons être bons partout ! Pour cela, nous allons revoir notre offre de produits mais aussi nous mettre à niveau sur la finance et le réseau. Nous avons su créer un vrai partenariat avec les concessionnaires, dont l'engagement fort est à l'origine de la performance Kubota », affirme le dirigeant Hervé Gérard-Biard. Mais l'équipe dirigeante reste prudente pour l'année à venir. *« Notre objectif 2017 ? Vendre autant de tracteurs qu'en 2016, voire un tout petit peu plus, ce qui paraît déjà ambitieux dans un contexte de baisse du volume de marché pronostiqué par notre syndicat Axema,* rappelle Hervé Gérard-Biard. *Nous avons tenu l'an passé le cap annoncé des dix points de part de marché en 2020, mais nous ne serons pas capables de le conserver avec l'offre actuelle. »* Le renouvellement des tracteurs spécialisés, annoncé pour la fin du premier semestre, pourrait catalyser la demande. Trois de ces modèles seront dévoilés en avant-première sur le stand Kubota au Sima. *« Nous devons aussi consolider la performance 2016 enregistrée avec les M7 »,* poursuit le dirigeant. L'usine de Bierne (Nord), dimensionnée pour produire 3 000 tracteurs par an, devrait donc répondre sans problème à l'augmentation de la demande française, premier marché de destination de cette série. L'avènement tant attendu d'un tracteur de plus de 170 ch n'aura pas lieu en 2017, selon le responsable. Mais pour parvenir à maintenir son cap, Kubota disposera bientôt de nouveaux arguments : les M6, destinés à remplacer les MGX en 2018 et présentés dès cet automne à l'Agritechnica.

Vers une offre globale

Le nombre de modèles dans la gamme d'outils aux couleurs Kubota a crû de façon significative et répond à la volonté de proposer une solution globale. L'industriel revendique d'ailleurs une offre en équipements la plus importante du marché. *« Le succès du lancement de ces matériels en France, c'est la réussite du* business model *en Europe »,* estime Hervé Gérard-Biard. Depuis l'automne dernier, la firme nippone propose également un chariot télescopique, le compact KTH 4815. À la mi-janvier, quelques unités auraient déjà été commercialisées. *« Ce produit de niche ajoute une corde supplémentaire à l'arc des concessionnaires. »* Parmi les autres équipements, Kubota annonce avoir vendu en 2016 près de 250 unités de petits véhicules utilitaires SSV de la gamme RTV. *« Pour devenir une marque globale mature, le constructeur ne pourra s'affranchir de proposer, à terme, des moissonneuses-batteuses,* indique le responsable marketing. *Mais nos priorités sont bien identifiées. »*

Matthieu Schubnel