

PRESS KIT

OPIIS MARKI

KUBOTA®

O NAS

Kubota jest polską marką, oferującą klapki, skarpety, odzież i akcesoria na każdą kieszeń. Od początku obecności na rynku poszerzamy naszą ofertę o kolejne grupy produktowe.



W ofercie marki nie mogło zabraknąć skarpet, które w połączeniu z klapkami tworzą ikoniczny, nierozłączny duet. W 2021 roku zadebiutowała pierwsza kolekcja odzieży, stworzona przez Kubotę.



Różnorodność modeli, wzorów i kolorów, a co za tym idzie – rozpiętość cenowa, sprawiają, że w zarówno modowi koneserzy, jak i sportowi zapaleńcy znajdą w ofercie Kuboty coś dla siebie. Nie zapominamy również o domatorach i wielbicielach leżakowania.

Ten szeroki przekrój i uniwersalność produktów sprawiły, że od początku swojego istnienia marka Kubota podejmowała liczne współpracy z liderami rynku takimi jak LPP, Coca Cola, Lay's, Canal+ czy Netflix.





Produkty Kuboty pokochali również popularni influencerzy – nasze klapki nosili m.in. Make Life Harder, Maffashion, Margaret, Red Lipstick Monster, Michał Marszał czy Tede.



Klapki biurowe
inspirowane serialem



Wreszcie – w ostatnich latach Kubota została na nowo odkryta przez miliony klientów. Nie bez powodu ikoniczne klapki okrzyknięto mianem dobra narodowego – znajomość marki deklaruje aż 68% Polaków.

Kubota podbiła serca swoich odbiorców, zgrabnie żonglując symbolami, które samorzutnie narosły wokół niej przez ponad 30 lat istnienia. W swoich działaniach czerpiemy z zabawy konwencją, zderzając „niskie” z „wysokim” czy wyrafinowane z masowym, tworząc kontekstowy, nieoczywisty tygiel. Wszystko to po to, by wyrwać swoich odbiorców z utartych schematów, naginać utrwaloną w stereotypach perspektywę, zaskakiwać i jednocześnie pielęgnować to, co stoi u fundamentów marki – radość oraz dystans do siebie i świata.

68%

DEKLARUJE ZNAJOMOŚĆ MARKI

HISTORIA KUBOTY W KILKU AKTACH

1994

kolorowe klapki Kubota trafiają na polski rynek i podbijają go z prędkością światła – nikt nie spodziewa się jeszcze, że kiedyś staną się radosnym synonimem nieskrępowania i komfortu.

2000

wejście w XXI wiek nie jest dla kubotów łatwym zadaniem. Ich sprzedaż zaczyna spadać, a ikoniczne klapki stopniowo znikają z rynku. W tym miejscu moglibyśmy zakończyć tę historię, snując jedynie barwne wspomnienia o mitycznych klapkach – symbolu lat 90. i nieodłącznym atrybucie polskich stóp tamtego okresu.

Ale... właściwie, dlaczego ta kolorowa historia miałaby się zakończyć?



KUBOTA®
KUBOTA®
KUBOTA®
KUBOTA®
KUBOTA®
KUBOTA®

2018

zaczynamy opowiadać ją od nowa – klapki Kubota wracają do gry i to w wielkim stylu. Czwórka łodzian, Alina Sztoch, Joanna Kwiatkowska, Wacław Mikołajewski oraz Piotr Kwiatkowski, we współpracy z pierwotnymi założycielami Kuboty, Dorotą i Wiesławem Michalskimi oraz Piotrem Krawczykiem, reaktywuje markę, nie zapominając o tym, że „Kubota to nie klapki, to styl życia”. W myśl tej zasady kultowe kuboty ponownie zaczynają gościć na stopach Polaków, stając się na nowo symbolem radości, dystansu do siebie, a także afirmacji otwartości.



KUBOTA®
KUBOTA®
KUBOTA®
KUBOTA®
KUBOTA®

2018–2021

Kubota powraca na rynek z zupełnie nowym modelem klapków Premium, a po krótkim czasie dołączają do nich legendarne klapki Rzep, klapki basenowe Basic oraz skarpety – najważniejsze uzupełnienie stylizacji, bez którego – mamy wrażenie – klapki Kubota nie byłyby tym samym.

2Q 2021

po intensywnych pierwszych latach działalności, nie mamy wątpliwości: klapki Kubota dumnie maszerują w stronę rozwoju i nie zatrzymują się nawet na moment. Podejmujemy decyzję o rozszerzeniu oferty marki o pierwszą linię odzieży, która ma swoją premierę jeszcze w tym samym roku.

3Q 2021

kolejne sukcesy marki i galopująca sprzedaż utwierdzają nas w decyzji – chcemy rozwijać się jeszcze szybciej. W tym celu organizujemy ofertę publiczną akcji Spółki, w trakcie której udaje się przed końcem zebrać 100% zapisów na akcje o wartości 2,5 mln złotych.



2Q 2022

po entuzjastycznym przyjęciu kolekcji ubrań, stawiamy kolejny krok do przodu. Tworzymy nową kolekcję #unisexbykubota – odzież, klapki i akcesoria spod znaku unisex pasują każdemu, bez względu na płeć.

4Q 2022

Kubota S.A. debiutuje na rynku NewConnect. Domykamy tym samym wspaniały etap w historii marki i otwieramy zupełnie nowy, pełen wyzwań i możliwości. Klapki Kubota z giełdy handlowej na Stadionie X-lecia trafiają wprost na Giełdę Papierów Wartościowych.

2Q 2023

podsumowujemy rekordowe wyniki w historii Spółki. W 2022 roku przychody netto ze sprzedaży wyniosły 23 386 348,60 zł (wzrost o 134% y/y), a zysk netto 739 857,55 zł (wzrost o 405% y/y).



REBRANDING

1Q 2025

swoją premierę ma nowa identyfikacja wizualna marki, którą przedstawiamy w ramach kampanii „Swobodnie. Bo tak”. Modyfikacji ulega nasze logo, ale nie zmienia się to, co najważniejsze – nadal tworzymy wygodną, komfortową modę.



NOWE

LOGO

TA SAMA

KUBOTA



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Działania charytatywne są wpisane w DNA marki Kubota. Od czasu reaktywacji działamy na rzecz takich organizacji jak WOŚP czy DKMS, a także lokalnych stowarzyszeń oraz fundacji.

Systematycznie wspieramy również Kampanię Przeciw Homofobi, przekazując organizacji częściową kwotę od każdej sprzedanej [pary kłapek Pride](#). W latach 2020–2021 również tworzyliśmy tęcze produkty – klapki Kubota Rzep oraz Torbę Bawełnianą Tęczowa Kubota i T-shirt z nadrukiem Tęczowa Kubota.

Wspieranie osób LGBT+ od początku reaktywacji marki zaowocowało dwukrotną nominacją Kuboty do nagrody: Pracodawca roku wspierający pracowników LGBT+.



**CHCESZ POZNAĆ NAS LEPIEJ? MASZ PYTANIA?
SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI:**

Ewelina Saja / Communications Expert / esaja@kubotastore.pl

