Tra gli ospiti della convention del Gruppo Sirio dell'11 febbraio c'erano anche i responsabili del marchio taiwanese Kenda, che ha iniziato la collaborazione con alcuni soci del gruppo l'anno scorso e che ha deciso di affidare al consorzio l'esclusiva per l'Italia.

Kenda, un'azienda tuttora familiare fondata nel 1962, ha deciso dal 2013 di investire in Europa, dove la sua presenza distributiva si limita oggi all'8%. Il marchio è noto, ma soprattutto nel settore delle bici e delle moto, e deve la sua fama anche alle numerose sponsorizzazioni sportive. Kenda è presente in 150 Paesi, ha complessivamente 12.000 collaboratori e dispone di 2 fabbriche a Taiwan, 4 in Cina, una in Vietnam e 7 filiali negli Stati Uniti, compresi magazzini e un'unità produttiva di ruote. Nel 2013 è stato aperto in Europa, nel nord della Germania vicino a Brema, un ufficio di rappresentanza, dove lavorano 5 persone di cui 3 dedicate al settore bici. Michael Andre, nome già noto nel settore dei pneumatici, è stato assunto lo scorso settembre per gestire il marketing e le vendite dei pneumatici per vettura. Andre, insieme a Pablo Accettura, che per primo ha portato in Italia il marchio Kenda, sono stati ospiti di gruppo Sirio per la convention annuale dell'11 febbraio.

La collaborazione tra le due aziende nasce da una sintonia di stile e obiettivi. Il marchio Kenda non è ancora noto in Europa, ma l'azienda ha già iniziato a sviluppare prodotti, gamma e servizi che si adattino alla domanda del nostro continente, con l'obiettivo di sviluppare l'immagine del marchio. Con Sirio è nato anche un progetto grafico che ha portato alla realizzazione di totem espositivi, banner, volantini e poster che verranno utilizzati per la prima campagna sul punto vendita. Il lancio sarà proprio in Italia e verrà poi riproposto in altri Paesi.

"Il brand Kenda è noto a livello B2B, in quanto abbiamo partecipato alla maggior parte delle fiere di settore, Autopromotec ed Essen comprese, dove abbiamo incontrato molti gommisti. Adesso dobbiamo investire sulla visibilità al consumatore e in Italia lo vogliamo fare insieme a Gruppo Sirio", spiega Andre.

Il fatto che in Italia la distribuzione non sia organizzata, ma bensì molto frammentata, è considerato un vantaggio da Andre, che la definisce una "situazione interessante e unica in Europa, che rende più facile entrare in questo nuovo grande mercato, a differenza di altri Paesi, come la Germania, dove il mercato è più chiuso e in mano a pochi grossi gruppi".

Oggi Kenda dedica più del 50% della sua produzione alle gomme per bici (27,47%) e moto (28,66%), mentre solo il 32,93% è dedicato ai pneumatici vettura e il resto ai prodotti "speciali", dalle carrozzine ai golf cart. La destinazione dei prodotti è invece per il 53% l'Asia, dove la Cina impegna il 38%, e per il 21% il Nord America. L'Europa si lmita all'8%.

Ma la situazione cambierà. Gli obiettivi di Kenda sono infatti molto precisi e agguerriti. A livello mondiale oggi risulta essere il 30° produttore di pneumatici (il secondo al mondo nel segmento bici), ma vuole presto arrivare alla 20° posizione. Per farlo è già stato pianificato un incremento della capacità produttiva che dagli attuali 10.610.000 pneumatici arriverà al raddoppio nel 2015 con 20.000.000 unità, che diventeranno 21.600.000 nel 2017. Tra le caratteristiche di Kenda vi è una grande flessibilità, derivante dalla forte complessità della produzione che conta moltissimi codici articolo. Da un punto di vista tecnico, l'azienda ha già iniziato a testare i pneumatici car nelle condizioni europee, con due serie di test svolte nel centro prove inglese di Mira e in quello finlandese Test World. "Stiamo valutando su quali degli attuali prodotti puntare e siamo soddisfatti dei risultati ottenuti finora", spiega Andre. "Abbiamo già trasferito agli ingegneri taiwanesi le necessità, le competenze e gli orientamenti europei e ad Essen lanceremo il primo prodottiosviluppato appositamente per l'Europa, un pneumatico UHP che sostituirà il KR20."

© riproduzione riservata
pubblicato il 28 / 02 / 2014