

L'acquisizione di Kumho Tire da parte di Qingdao Doublestar non è stata sicuramente una passeggiata priva di complicazioni: minacce di dimissioni di massa, problemi sul diritto di utilizzo del marchio e dubbi sulle questioni finanziarie si sono succeduti senza sosta per alcuni mesi prima del closing.

Doublestar stessa si riferisce alla transazione come alla fusione e acquisizione transfrontaliera "più tortuosa, magnifica e bizzarra" del mondo, alla fine le cose hanno iniziato ad andare per il verso giusto. Oggi, il produttore di pneumatici cinese detiene una partecipazione del 45% in Kumho Tire dal luglio 2018, cosa che lo rende il maggiore azionista.

A luglio 2018 si parlava di una società integrata che sarebbe diventata più grande della somma delle due aziende associate. Kumho Tire e Doublestar Tire continuano a essere trattate come entità separate, ma come indicano i numeri condivisi durante CITExpo, ognuno può aiutare l'altro condividendo i propri punti di forza specifici.

"Le attuali capacità di Doublestar Tire sono 20 milioni di pneumatici per autovetture e 6 milioni di pezzi radiali per camion e autobus. Kumho ha la capacità di produrre 50 milioni di pneumatici per autovetture, ma non è un grande attore nel mercato TBR", riferisce Linda Deng, direttore generale del dipartimento estero di Doublestar Tire. Aggiunge: "Doublestar Tire è molto forte nel segmento TBR, Kumho Tire nel vettura. Anche se le due aziende producono in fabbriche diverse e operano separatamente, il know-how TBR di Doublestar può aiutare Kumho. E la forza di Kumho nel PCR può aiutare Doublestar."

Kumho torna in positivo

I pneumatici Kumho sono prodotti in 8 fabbriche: tre in Corea del Sud, tre in Cina, una negli Stati Uniti e una in Vietnam. In questo periodo dell'anno scorso Kumho Tire era in rosso, ma le misure di ristrutturazione attuate dalla nuova proprietà cinese si stanno lentamente facendo sentire. Riferendo i risultati finanziari del secondo trimestre del 2019, il produttore di pneumatici sudcoreano ha annunciato un utile operativo di 23,99 miliardi di KRW (circa 18,2 milioni di euro) nonostante un calo delle vendite del 7,1%, in netto contrasto con la perdita operativa di 12,68 miliardi di won registrata nel secondo trimestre dell'anno scorso.

Linda Deng afferma che l'inversione di rotta di Kumho Tire può essere attribuita a diversi fattori. In primo luogo, il costo dell'integrazione di Kumho Tire nella famiglia Doublestar è sostenuto da entrambe le parti. In secondo luogo, Kumho beneficia della forza di Doublestar in Cina. "Doublestar ha 4.500 negozi al dettaglio in Cina. I pneumatici Kumho sono ora venduti attraverso questi punti vendita e questo sta aiutando molto le vendite del marchio.

Vendiamo i prodotti Kumho e Doublestar attraverso tutti i canali di vendita.”

Deng aggiunge anche che Doublestar ha registrato buoni risultati negli ultimi sei mesi, con vendite in aumento del 9,3% su base annua a 2,16 miliardi di RMB (circa 276 milioni di euro). Con 29,65 milioni di RMB (3,8 milioni di euro), l'utile netto è stato inferiore del 47,2% rispetto alla prima metà dello scorso anno. Doublestar commenta che è stata principalmente colpita dalla chiusura di un vecchio impianto e dalla costruzione di nuove strutture “Industria 4.0”.

Modernizzazione e crescita in Cina

Nel 2014 Doublestar, l'unico produttore di pneumatici statale quotato in borsa, ha implementato un nuovo programma di riforma. Il risultato è la costruzione di nuovi stabilimenti Industry 4.0 a Dongfeng. Le attrezzature di produzione ad alta tecnologia all'interno dei nuovi stabilimenti includono le attrezzature prodotte dall'azienda posseduta da Doublestar stessa, Doublestar Machinery. Deng afferma che il passaggio al 4.0 ha aumentato l'efficienza dell'80% e ridotto i difetti di produzione della stessa percentuale. Doublestar Tire afferma di essere l'unica azienda al mondo a gestire impianti Industry 4.0 sia per pneumatici commerciali che per autovetture. La società gestisce in totale tre fabbriche in Cina, impiegando oltre 5.000 persone.

Dopo aver acquisito Kumho Tire nel 2018, Qingdao Doublestar è cresciuta di nuovo attraverso un'altra acquisizione all'inizio di quest'anno. Il 13 marzo il Consiglio di amministrazione della società ha, infatti, approvato l'acquisto del 100% del capitale azionario di Shandong Hengyu Technology Co., Ltd. per 899 milioni di RMB (116 milioni di euro circa) tramite la sua consociata Guangrao Jixing Tire Co., Ltd. Hengyu, che produce i marchi di pneumatici Headway e Horizon, attualmente possiede una capacità di produzione di 6 milioni di pneumatici per vettura e 650.000 pezzi radiali per camion e autobus all'anno. Doublestar intende aggiornare le attrezzature di produzione di Hengyu Technology ed espandere questa capacità a 10 milioni di pneumatici vettura e 800.000 radiali per camion e autobus.

Il piano ora è quello di replicare la trasformazione che Doublestar ha intrapreso a partire dal 2014. Il produttore di pneumatici afferma che “trasformerà Hengyu in una fabbrica di pneumatici di fascia alta” razionalizzando i processi, installando nuove attrezzature e aggiornando le macchine esistenti.

Espansione all'estero attraverso Joint Venture

L'azienda non ha trascurato il suo impegno per la strategia cinese "una cintura, una strada". È sepolta nelle oltre 134 pagine del rapporto semestrale che Qingdao Doublestar ha pubblicato ad agosto la notizia che [**l'azienda collaborerà con un partner locale per creare un impianto di produzione di pneumatici in Algeria**](#). Il documento in lingua cinese afferma che la sua controllata Hong Kong Doublestar ha firmato un accordo di joint venture con El Hadj Larbi Pneumatiques nella prima metà del 2019.

Secondo Doublestar, l'impianto sarà in grado di produrre cinque milioni di pneumatici radiali per vettura e due milioni di pneumatici radiali interamente in acciaio per camion e autobus all'anno. I partner stanno investendo 250 milioni di dollari nel progetto; El Hadj Larbi sarà il principale finanziatore finanziario e sta contribuendo con 245 milioni dei 250 milioni. Doublestar si limiterà a investire 5 milioni nella joint venture. El Hadj Larbi e Doublestar costituiranno inoltre una società commerciale di joint venture a Dubai per vendere i pneumatici prodotti in Algeria.

Nuovi prodotti e strategia multimarca

L'introduzione di misure antidumping negli Stati Uniti e i dazi in Europa sui pneumatici per autocarri fabbricati in Cina hanno spinto Doublestar a spostare la sua attenzione verso il Medio Oriente, i paesi CSI e la Russia - come nel caso della JV Algeria, questi sono i mercati presi di mira dalla strategia cinese "una cintura, una strada". "Il governo cinese ci aiuta molto, come quando partecipiamo a fiere in questi paesi. Speriamo in un maggiore aiuto da parte del governo", condivide Deng.

Un focus sulla Russia è stato visto allo stand di Doublestar al CITExpo sotto forma di nuove gamme radiali per autovetture e camion/autobus per quel mercato. Deng spiega che questi pneumatici sono fabbricati utilizzando una miscela morbida adatta per l'uso in condizioni di freddo estremo. Aggiunge che l'introduzione di questi nuovi prodotti ha aiutato Doublestar ad aumentare i suoi affari del 50% quest'anno sul mercato russo.

Non è stato esposto al CITExpo, ma Doublestar ha anche una nuova gamma all season vettura per l'Europa. Questo sarà venduto con il nome di Doublestar, uno dei tre marchi che Doublestar offre in Europa da quando ha adottato una strategia multimarca lo scorso anno. Gli altri due marchi sono Aosen e CrossLeader, il marchio premium dell'azienda. Linda Deng afferma che CrossLeader è il marchio più venduto dal produttore di pneumatici in Germania (ma anche in Russia e Dubai). Linda Deng riferisce inoltre che la nuova gamma di pneumatici UHP dell'azienda sta riscuotendo molto successo in Europa. Questi prodotti, sviluppati sotto la guida dell'ex direttore generale del dipartimento di ricerca e sviluppo di Kumho Tire, stanno vendendo bene in tutti i mercati europei in cui sono disponibili; Deng

afferma che ciò è particolarmente vero per Germania e Danimarca, dove le vendite dei pneumatici UHP di nuova generazione sono dieci volte superiori a quelle generate con il prodotto della generazione precedente.