

Özka Lastik (Lastik significa pneumatici) fa parte di Kanık Group of Companies, che include anche Ilka Plastik e Air Spring System. L'azienda è stata fondata nel 1991 a Kocaeli, in Turchia, e negli anni ha incrementato capacità produttiva e rete vendita, diventando un leader nel Paese di origine e un marchio noto all'estero.

"Il Gruppo Kanık non produce solo pneumatici, ma anche packaging di plastica, pellicole di polietilene e molle ad aria, che esportiamo in tutto il mondo", ci ha spiegato **Hamide Eravci**, direttore marketing di Özka Lastik, incontrata a Eima. *"La nostra azienda principale, tuttavia, è Ozka Tyres, che esporta un'ampia gamma di pneumatici agricoli e industriali in oltre 90 Paesi. Abbiamo sei sedi produttive a Kocaeli, molto vicine tra loro, e un magazzino in un'area totale di 200.000 metri quadrati."*

Nonostante il Gruppo industriale sia stato fondato nel 1991, la prima produzione di pneumatici è arrivata nel 2002. L'azienda, anno dopo anno, ha aumentato la capacità produttiva, investendo soprattutto nei pneumatici radiali, con un forte incremento del 55% nel 2020. Ozka Tyres impiega circa 1.500 persone e 40 ingegneri R&D.

"Ogni anno cresciamo finanziariamente, - continua Eravci - in Turchia siamo leader con una quota di mercato del 25% e siamo riconosciuti come l'azienda con il più elevato aumento delle esportazioni (+440%). Dobbiamo questo risultato al miglioramento della capacità produttiva: basti pensare che nel 2005 l'output era di 15 tonnellate al giorno, mentre oggi arriviamo a 220 tonnellate al giorno. E non è finito, perché abbiamo appena fatto un ulteriore investimento da 30 milioni di dollari per aggiungere altre 40 tonnellate, per una capacità giornaliera totale di 260 tonnellate." L'azienda offre, inoltre, delle soluzioni per la ricostruzione a freddo, con una capacità annua di circa 4.000 tonnellate, che danno una nuova vita ai pneumatici e consentono un considerevole risparmio di materie prime. Per la ricostruzione Özka offre tre marchi di fasce battistrada: il premium Pulmox, il quality Pagos e il budget K-Tech. Completano il business dei progetti di fornitura di primo equipaggiamento tramite alcuni dei distributori nel mondo.

Per gestire al meglio i volumi produttivi, Ozka Tyres ha sviluppato un processo di supply chain molto integrato, che va dall'acquisizione del cliente alla pianificazione degli ordini, alla gestione della qualità degli acquisti, alla produzione e fino alla spedizione. L'azienda in Turchia lavora con circa 450 rivenditori e si definisce leader di mercato del post-vendita del settore dei pneumatici industriali e agricoli. All'estero, invece, Özka esporta il 70% della produzione, che viene affidata a dei distributori locali. Le principali destinazioni di esportazione includono Stati Uniti, Germania, **Italia**, Spagna, Polonia, Russia, Regno Unito, Francia, Romania, Serbia, Egitto, Marocco, Algeria e Tunisia.

La gamma Özka Tyres conta circa 700 SKU in ambito agricolo e industriale (radiali e diagonali), con pneumatici per trattori, irrigatrici, mietitrebbie, macchine da giardino, movimento terra, carrelli elevatori, furgoni, autobus e rimorchi. *“Abbiamo anche fatto un investimento per iniziare a produrre pneumatici radiali con cintura completamente in acciaio a partire dal 2025”*, aggiunge la manager. *“Un’altra novità è una gomma piena per carrelli elevatori che garantisce durata, comfort e prestazioni, dal nome Solift”*. L’azienda ha iniziato di recente a utilizzare la tecnologia VF nella produzione dei pneumatici radiali e presto presenterà nuove misure VF.

“Il nostro core business rimane comunque l’aftermarket”, sottolinea la responsabile marketing. *“La produzione è in linea con tutti gli standard di qualità nazionali e internazionali e il centro di ricerca e sviluppo, che è certificato dal Ministero competente della Turchia, ci differenzia dai nostri concorrenti. Abbiamo infine ottime condizioni di garanzia e un team di specialisti che risolvono tutti i reclami entro 15 giorni, un tempo record in questo settore”*.

Last but not least, il tema della sostenibilità, a cui l’azienda turca tiene molto. *“La sostenibilità è una questione molto critica nel nostro settore, per cui abbiamo sviluppato un vero e proprio percorso ecologico”*, afferma Eravci. L’azienda, che fa parte del Global Compact delle Nazioni Unite, utilizza materie prime conformi alle normative e sviluppa i pneumatici con particolare attenzione al risparmio di carburante. Le fabbriche hanno obiettivi di zero rifiuti e hanno già ottenuto delle certificazioni in tal senso. Özka Tyres ha inoltre investito 50 milioni di dollari per realizzare un impianto ad energia solare in Turchia. La società possiede una licenza RES e SPP con 136 MW di stoccaggio e prevede di continuare i suoi investimenti nell’energia pulita mettendo in servizio tutta questa capacità entro il 2028. Özka mira a ridurre del 60% le emissioni di carbonio con investimenti in energie rinnovabili entro il 2030. *“Con questi investimenti - spiega la manager - abbiamo evitato emissioni di carbonio per circa 50.000 tonnellate e abbiamo salvato circa 120.000 alberi. In questo modo, compensiamo tutta l’energia elettrica necessaria per la produzione dei pneumatici e quindi abbiamo costi pari a zero per l’elettricità.”*

La sostenibilità, naturalmente, passa anche per il prodotto e Özka utilizza materiali sostenibili a base di olio di lavanda per produrre un particolare pneumatico, l’Agrolox S, che emana anche un ottimo profumo.

Infine la strategia di comunicazione aziendale passa per tutte le principali fiere di settore, da The Tire Cologne a Eima e punta su un design minimalista.

In Italia, i pneumatici Özka sono distribuiti da Franco Gomme, azienda del Gruppo Fintyre, e

a questo proposito, **Ahmet Coban** (a sinistra nella foto in basso a destra insieme alla marketing manager Hamide Eravci e il membro del board Ali Riza Kanık), international sales and marketing manager, ha aggiunto: *“Abbiamo un rapporto molto forte con i nostri distributori, perché grazie al loro lavoro siamo riusciti a entrare con successo nei mercati e la soddisfazione dei clienti è molto alta.”*



