

La sede legale è a Singapore, gli stabilimenti in Cina e Indonesia, il management internazionale. Giti Tire, con un fatturato di 1.215 milioni di euro nel 2009, a cui si aggiungono i 496 milioni dell'acquisita PT Gajah Tunggal Tbk, si definisce il primo produttore cinese e sudest asiatico e il leader di mercato sia in Cina che in Indonesia. Pur avendo la Cina come origine e mercato di riferimento, la strategia degli ultimi anni punta a creare un network manageriale internazionale. In tutte le posizioni ai vertici, dove le decisioni vengono assunte, ci sono professionisti motivati e con pregresse esperienze internazionali presso le aziende leader del settore. Questo avviene anche e soprattutto in Europa, dove Giti Tire ha creato un team di una trentina di persone e un centro ricerca assolutamente europei. L'Europa infatti è un obiettivo strategico per Giti Tire, ma non lo è solo commercialmente. Giti Tire Europe è stata fondata nel 2005 e nel 2008 è stato creato lo European Technical Centre, che è diventato un vero e proprio centro propulsivo che detta le regole in termini di ricerca e di sviluppo per i prodotti destinati all'Europa. Oggi come mai prima l'obiettivo è rafforzare la presenza e la visibilità del marchio sul mercato europeo, ma, afferma Michael Andre, Direttore Generale di GITI Tire Deutschland GmbH, "il lancio commerciale è stato preceduto da un importante lavoro di revisione dei prodotti, che sono stati tutti completamente rinnovati negli ultimi 18 mesi per rispondere alle esigenze europee e che possono oggi essere definiti 'made for Europe'". Il marchio ha una tradizione ed è già presente in Europa da 15 anni, ma, se finora il gruppo si è rivolto soprattutto agli specialisti, adesso vuole raggiungere i consumatori e far loro conoscere il valore, in termini di performance e di rispetto per l'ambiente, dei suoi prodotti. Eddie Young, Direttore Ricerca e Sviluppo, che, forte di precedenti analoghe esperienze, ha progettato e creato lo European Technical Centre di Mira in Regno Unito, afferma: "pur avendo già dei centri R&D in Cina e Indonesia, abbiamo voluto creare questo moderno centro di ricerca in Europa per poter simulare le reali condizioni del nostro continente e per poter competere con i maggiori produttori già presenti su questo mercato". Già oggi il centro di Mira rappresenta un punto di riferimento fondamentale per l'intero gruppo fin dalla fase di progettazione, ma non è finita, perché Young ha un programma di sviluppo che entro il 2014 porterà il centro ricerche a ulteriori arricchimenti in tecnologia e professionalità.



© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 10 / 2010