Durante la cerimonia di inaugurazione, il CEO di Apollo Vredestein, Luis Ceneviz, ha descritto il Mixer 8 come “un enorme progresso di tecnologia ed efficienza per l’azienda, in grado di sostenere la strategia di crescita in Europa”. La necessità di un veloce ed efficiente mixer è stata poi chiarita da Onkar Kanwar, che ha parlato in maggior dettaglio circa gli investimenti che l’azienda ha intenzione di fare per la propria crescita. “Sono felice di dire che devo congratularmi con tutti voi per l’ottimo lavoro svolto”, ha detto ai manager e ai dipendenti di Enschede. “E in questa prospettiva stiamo cercando di vedere se possiamo passare al livello successivo, che consiste nell’arrivare a produrre sette milioni di pneumatici, come abbiamo già annunciat. Ma non ci fermeremo qui.”
Onkar Kanwar ha descritto Apollo come una società che è guidata dal marketing e dopo essersi congratulato con il team di marketing di Apollo Vredestein (guidato da Jaap van Wessum, direttore marketing e vendite), ha parlato di “grandi sfide” che attendono la società e ha fornito dettagli concreti sui piani di Apollo. “Noi come società abbiamo preso la decisione di investire in Europa orientale. Mentre parliamo, stiamo scegliendo tra due paesi – uno è la Slovacchia e l’altro è l’Ungheria. E presto, nelle prossime quattro settimane, dovremmo essere in grado di prendere una decisione. Nei prossimi due anni dovremmo avere la fabbrica operativa, che nella fase iniziale produrrà 5-7 milioni di pneumatici per autovetture”.
Questa nuova struttura anticiperà il previsto aumento della domanda di prodotti di Apollo, sia in termini di volume sia anche attraverso l’ingresso in nuovi mercati in Europa. Il presidente Apollo ha ribadito che questa crescita sarà guidata dal marketing, dicendo che il processo di produzione in confronto è una “cosa semplice” e ha sfidando il team di marketing Apollo Vredestein ad aumentare le vendite in Europa, anche in mercati in cui non è attualmente presente, utilizzando pneumatici provenienti dall’India, prima che il nuovo impianto entri in funzione tra due anni. “Penso che sia importante fare breccia nel mercato in modo che quando la fabbrica sarà pronta, dovremmo essere in grado di vendere e commercializzare i nostri prodotti sul posto”, ha dichiarato.
Per placare tutte le preoccupazioni riguardo al fatto che una nuova fabbrica in Europa orientale potrebbe competere con Enschede per la capacità e gli investimenti, Kanwar ha chiarito che le aspirazioni del produttore di pneumatici sono abbastanza grandi da coinvolgere entrambi gli impianti. Il piano di Apollo di espandersi attraverso l’acquisizione di Cooper Tire potrebbe essere stato accantonato, ma la società intende comunque ancora crescere. Kanwar ha infatti detto ai manager di Enschede e alla forza lavoro che “saranno prodotti altri 5-10 milioni di pneumatici nei prossimi due anni. E posso solo dire che in questi due anni Jaap e il suo team hanno una grande sfida. E spetterà a Luis vedere quali mercati possano essere aperti.”
Kanwar ha anche detto che la società non dovrebbe considerare questa capacità allargata un obiettivo finale: “Non dovremmo fermarci a pensare a 14 milioni di pneumatici. Questa è

solo una piccola capacità. Se si guardano le grandi aziende come Michelin, Goodyear o Continental, loro producono 60, 70 milioni di pneumatici." Il presidente ha dichiarato che non vede alcun motivo per cui Apollo non possa raggiungere livelli come questi. "Sono le persone che possono fare la differenza. E' molto importante che tutti voi iniziate a sfidare voi stessi dicendo "che altro possiamo fare?", perché questo è l'unico modo per crescere". Il presidente ha aggiunto che il primo ministro dei Paesi Bassi ha assicurato che Apollo avrà tutto il supporto necessario per poter effettuare ulteriori investimenti nel paese, per poi sottolineare ancora una volta l'importanza che il marketing giocherà nella crescita programmata della società in Europa." Come ho detto prima, il marketing sta diventando il driver. La produzione è una cosa semplice. Quindi, per favore, iniziate a dire a voi stessi "abbiamo fatto sei (milioni di pneumatici l'anno), ma prima che il nuovo stabilimento sia operativo, dovremmo essere pronti per almeno 14 milioni di pneumatici." E sono sicuro che se tutti voi fate sforzi, ci sarà il completo supporto da parte degli uffici indiani, che vi forniranno tutti i tipi di pneumatici. Ma è il marketing che dovrà dire di cos'altro ha bisogno."

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 03 / 2014