

Il marchio Kenda è presente in Europa già da parecchi anni, ma solo negli ultimi due ha iniziato un vero e proprio progetto di distribuzione con prodotti sviluppati per questo mercato, una sede in Germania, una attenta selezione dei partner commerciali in ciascun Paese e dei progetti di marketing per aumentare la popolarità del brand.

L'azienda taiwanese nasce nel 1962 e diventa famosa nelle due ruote, bici, scooter e moto. Solo nel 2001, 14 anni fa, entra nel segmento vettura, facendo dei progressi importanti ma limitatamente ai mercati cinese e americano. In Europa il progresso non è stato altrettanto rapido. "Inizialmente siamo entrati in Inghilterra, per poi arrivare anche in Italia, Francia, Olanda e altri Paesi, ma il marchio nel settore passenger era completamente nuovo e doveva ancora guadagnarsi una reputazione e un'immagine in Europa", ha dichiarato Jimmy Yang, il presidente di Kenda Rubber, incontrato presso lo stand di Autopromotec 2015. "In Asia e Stati Uniti lavoriamo molto bene, ma i consumatori europei sono più esigenti nella scelta delle gomme e richiedono un livello qualitativo più alto, soprattutto in Germania, ma anche in Italia". Per questi motivi l'azienda ha deciso di investire per capire meglio il mercato, sviluppare prodotti in grado di rispondere agli standard europei e progettare profili accattivanti per questi consumatori. Una svolta di questo tipo non poteva che essere fatta dall'interno del mercato stesso. Da qui la sede europea Kenda Rubber Industrial Europe GmbH, l'assunzione di Michael Andre come direttore marketing e vendite dei prodotti passenger e la selezione di partner con cui sviluppare veri e propri progetti di marketing a supporto del brand, come Gruppo Sirio in Italia. Ecco perché oggi il presidente Yang afferma che Kenda è "ready for Europe", pronta per l'Europa.

"Vogliamo essere riconosciuti come marchio affidabile, perché la sicurezza nelle gomme viene prima di tutto", continua Yang. "Stiamo rientrando nel mercato europeo dall'Italia, dove abbiamo trovato, con Gruppo Sirio, un fantastico gruppo di persone e di professionisti dedicati, entusiasti e disponibili ad investire nella promozione del marchio Kenda. Siamo sicuri che, se avremo successo in Italia, questo avrà un forte impatto anche negli altri mercati europei e potremo poi esportare il modello italiano in altri Paesi". Kenda quindi parte dal sud per espandersi al nord, visto che oltre che in Italia, ha avviato delle buone collaborazioni anche in Francia, Grecia e Spagna.

Le armi per affrontare il vecchio continente ci sono tutte, dunque, ma Jimmy Yang ci ha anticipato che è in programma anche l'apertura di una centro tecnico in Europa, che affiancherà quelli esistenti a Taiwan e ad Akron in Ohio (Stati Uniti) per rispondere alle esigenze, non solo normative, ma di condizioni di guida, abitudini e gusti dei consumatori europei. Quanto alla capacità produttiva è garantita, dal momento che sono attualmente in costruzione uno stabilimento in Indonesia e uno in Vietnam.

Parte integrante della strategia sono infine i contratti di primo equipaggiamento, che, per il settore vettura, Kenda ha già avviato in Cina, ma che ha intenzione di implementare anche in America ed Europa. "Le collaborazioni con le Case auto danno un forte endorsment al marchio", spiega il presidente. "Inoltre le caratteristiche dei prodotti da destinare al primo impianto sono particolarmente stringenti, cosa che stimola l'azienda a fare sempre meglio"

Visto che l'azienda punta sull'Italia, come progetto pilota per il rilancio del brand in Europa, il primo approccio europeo all'OE sarà con il Gruppo Fiat (FCA) e ad occuparsene sarà Pablo Accettura, figura professionale di collegamento tra Kenda e Gruppo Sirio. "E' un progetto importante - dichiara Accettura - che affronteremo a breve con impegno. L'azienda è in forte evoluzione e punta su nuovi disegni moderni e accattivanti e su nuove misure. Ci rende orgogliosi che l'Italia, in questo caso, sia pioniera e abbia sviluppato delle idee che Kenda ha fatto proprie. Questo dimostra che abbiamo fatto le scelte giuste e Kenda ci sta supportando".

Kenda ha messo le carte in tavola e non c'è dubbio che abbia deciso di impegnarsi per aumentare le sue quote di mercato in Europa. "Oggi Kenda è 26° nella classifica mondiale dei produttori - conclude il presidente Yang - e speriamo di entrare nella top 20 nei prossimi cinque anni, incrementando i ricavi da 1,3 a 2 miliardi di dollari".

- Per leggere questo e molti altri articoli sul dopo-fiera sfoglia online o scarica in formato pdf lo speciale [\*\*"focus on Autopromtec Review"\*\*](#)

