

Nankang ha esposto a Reifen le novità di prodotto, ma ha anche indicato la strategia che l'azienda sta adottando. Eric Shih, sales manager di Nankang, ha infatti affermato che "l'azienda ha come obiettivo l'equipaggiamento originale. Stiamo preparando tutti gli ingredienti: una fornitura stabile, buoni risultati nei test e il riconoscimento del brand da parte dei consumatori.

Shih definisce l'equipaggiamento originale come un "target", raggiungibile in circa cinque anni. Secondo Shih, Nankang è pronta per questo salto, perché "conosciamo la qualità dei nostri prodotti, sappiamo che sono davvero buoni. Sappiamo a che punto siamo: abbiamo degli ottimi simulatori di test che ci dicono dove è il nostro prodotto rispetto alla concorrenza. Siamo consapevoli che stiamo crescendo. Nankang è veramente molto interessata al mercato europeo."

Per quel che riguarda il mercato italiano, questo "è molto importante per l'azienda, al momento è tra i migliori cinque mercati europei. Abbiamo un ottimo distributore, Franco Gomme, con cui lavoriamo molto bene. Ha l'esclusiva in Italia e sta promuovendo il marchio nel migliore dei modi. L'importante è continuare a far crescere la conoscenza del brand in Italia. Ora stiamo cercando di arrivare all'1% di quota di mercato e come obiettivo dei prossimi 5 anni ci prefiggiamo di arrivare al 2%."