

BKT ha festeggiato a Reifen 2012 i 25 anni di attività, un percorso che ha portato l'azienda indiana, nata nel 1987 per produrre pneumatici convenzionali per veicoli a 2 e 3 ruote, ad essere oggi uno dei protagonisti del mercato globale delle gomme off highway, con una quota del mercato globale pari al 5%.

“Questo anniversario non è un punto d'arrivo, ma la prima delle molte tappe che raggiungeremo per proseguire in questo bellissimo viaggio, adattandoci ai nuovi scenari, ma rimanendo saldi nella nostra identità e nei nostri valori”, ha affermato Lucia Salmaso, amministratore delegato di BKT Europe, dando il benvenuto a clienti e giornalisti alla conferenza stampa tenutasi nella cornice del castello di Eller a Düsseldorf il 5 giugno. L'asticella è dunque già stata alzata e BKT conta già di raggiungere entro il 2014 il 10% del mercato globale. “Avevamo previsto il raggiungimento di questo obiettivo entro il 2015”, afferma Arvind Poddar, chairman e managing director di BKT, “ma, grazie al nostro impegno e alla collaborazione con i nostri partner, lo abbiamo anticipato al 2014 e siamo assolutamente convinti di farcela.” Il target ambizioso si basa su dati di fatto e su una strategia di investimento e crescita costanti, che hanno consentito a BKT di essere oggi un competitor del mercato globale, grazie allo sviluppo di prodotti affidabili e innovativi, ma anche all'attenzione alla responsabilità sociale e ambientale.

In un mercato, quello dei pneumatici per utilizzi non stradali, che BKT stima in circa 11,2 miliardi di dollari (2,8 agricoltura, 4,2 industriali e costruzioni e 4,2 movimento terra), BKT prevede, come primo step, di raggiungere nel 2014 un fatturato di 1,36 miliardi di dollari, pari al 10% del mercato, che per il 2014 stima in 13,6 miliardi di dollari (3,4 agricoltura, 5,1 industriali e costruzioni e 5,1 movimento terra). Il punto di partenza sono i 611 milioni di dollari fatturati nel 2011, dunque il raddoppio in due anni, sull'onda di un tasso di crescita che dal 2003 al 2007 è stato del 44% e dal 2007 al 2011 del 31%. Il target dei ricavi per il 2013 è di 811 milioni di dollari, per il 2013 di 1,067 miliardi e per il 2014 1.36 miliardi.

L'obiettivo a lungo termine è altrettanto ambizioso, perché, anticipa Poddar, “nel 2020 puntiamo a raggiungere i 2 miliardi di dollari di fatturato. Per raggiungere questa meta lavoreremo appoggiando i nostri partner commerciali nel mondo, incrementando la nostra presenza nel primo equipaggiamento, ampliando ulteriormente la capacità produttiva in tutti i nostri stabilimenti ed entrando in nuovi segmenti di prodotto: i pneumatici pieni da 8 a 20 pollici per carrelli elevatori e applicazioni industriali, con l'intenzione di entrare nel segmento premium, e le camere d'aria da 8 a 38 pollici per le gomme agricole, industriali e i pneumatici pieni”.

Gli ultimi anni e il 2011 in particolare sono stati anni di grande fermento e di impegno su diversi fronti, in particolare nell'aumento della capacità produttiva e nello sviluppo del

brand e della sua visibilità nei mercati mondiali. L'azienda ha investito circa 285 milioni di euro per aumentare la capacità produttiva con la costruzione del nuovo stabilimento di Bhuj dove è previsto, entro il terzo trimestre di quest'anno, l'avvio della produzione, che raggiungerà le 120.000 tonnellate annue che vanno ad aggiungersi alle 180.000 degli attuali tre stabilimenti. Il potenziamento della produzione è andato di pari passo con l'innovazione di prodotto e l'introduzione di nuovi modelli studiati appositamente per le esigenze di ciascun mercato, come ad esempio i pneumatici radiali giant (da 49 a 51 pollici) per il movimento terra, pneumatici più specialistici per la movimentazione portuale e prodotti di materiali con tecnologia "all steel", e per uso militare.

Gli sforzi di progettazione e l'incremento della produzione sono e saranno accompagnati da un approccio commerciale altrettanto determinato. BKT proseguirà infatti nel dare visibilità e valore alla propria immagine per ispirare sempre modernità e la percezione di azienda dinamica e di carattere. Una visibilità veicolata da un nuovo logo, lanciato nel 2011, che nella sua tag line contiene la sintesi di tutto ciò che ha accompagnato fin qui la storia di BKT, che caratterizza il suo presente e che ne tratteggia l'orizzonte: "crescere insieme" racchiude infatti il senso della filosofia aziendale che accompagna e ispira la multinazionale indiana in ogni processo e attività.

Al passaggio dei primi 25 anni, grazie anche alle numerose attività di marketing e di relazione con i propri clienti, l'azienda indiana vede dunque incrementato notevolmente il proprio valore, posizionandosi come competitor autorevole e riconosciuto in vista dei nuovi ambiziosi traguardi.



Le tappe della storia di BKT

Ad Aurangabad, nell'ovest dell'India, nel 1987 ha inizio la storia di BKT col primo insediamento dove, nell'anno successivo, viene avviata la produzione di pneumatici convenzionali per veicoli a 2 e 3 ruote e, dall'inizio degli anni 90, per auto, jeep e light truck per il mercato interno.

Dal 1995, BKT intraprende con determinazione la volontà di scalare posizioni a livello mondiale nel settore degli pneumatici off highway, dapprima con spedizioni negli Stati Uniti e successivamente in Europa, che negli anni diventerà il suo principale mercato.

Una seconda unità produttiva, sempre in India, nel nord, a Bhiwadi, entra in funzione nel 2002.

Nel 2004 viene aperto lo stabilimento di stampi a Dombivali, a nord di Mumbai per una maggiore autonomia, controllo della produzione e della qualità del prodotto finito.

Nello stesso anno BKT lancia Agrimax, il primo pneumatico radiale BKT per i trattori che va ad affiancare quelli convenzionali già in produzione.

Alla ricerca di fonti costanti di energia per i propri stabilimenti, BKT si è focalizzata sulla generazione di "Energia verde". Nel 2004 infatti vengono installate le prime pale eoliche che oggi generano il 40 per cento dell'energia necessaria agli impianti del nord India.

Il 2006 vede l'apertura dello stabilimento di Chopanki e la costituzione, in Italia, della filiale Europea.

I continui investimenti in ricerca e sviluppo consentono, nel 2007, di lanciare gli pneumatici Agrimax Force, concepiti e realizzati con tecnologia IF.

Nel 2008 apre la filiale americana, mentre l'anno successivo BKT lancia 6 nuove famiglie di pneumatici: Multimax, Agrimax Teris, Agrimax Fortis, Ridemax, Forestech e Earthmax.

Contemporaneamente, diventa il primo costruttore indiano di radiali "all steel" per il movimento terra, cui l'azienda dedica interamente una nuova area dello stabilimento di Chopanki.

Nello stesso anno, BKT raccoglie anche il primo riconoscimento da parte del governo indiano, il National Energy Conservation Award.

La ricerca della massima autonomia mediante energia eolica prodotta in loco, il trattamento delle acque, l'assenza di scarichi di residui nel terreno e altri accorgimenti, caratterizzano tutte le strutture produttive di BKT.

Nel corso del tempo, BKT ha rafforzato le proprie quote di mercato puntando sulla qualità delle tecnologie e su una capacità di produzione in linea con gli obiettivi prefissati, senza mai tralasciare l'attenzione concreta alla responsabilità sociale, elemento costitutivo dell'azienda e del Siyaram Poddar Group.

E' attiva nel Rajasthan vicino agli impianti produttivi di Bhiwadi e Chopanki, ad esempio, una scuola, costruita dal gruppo nel 1969, per 800 ragazze, che BKT sostiene e supporta, a zero costo per le famiglie e che comprende anche lezioni per l'uso delle tecnologie informatiche.

Nel 2011, BKT imprime maggior forza alla propria immagine istituzionale attraverso il

lancio del nuovo logo.

Al passaggio dei primi 25 anni, grazie anche alle numerose attività di marketing e di relazione con i propri clienti, l'azienda indiana vede incrementato notevolmente il proprio valore, posizionandosi come competitor autorevole e riconosciuto in vista dei nuovi ambiziosi traguardi.



Arvind Poddar, chairman e managing director di BKT, durante la conferenza stampa organizzata per festeggiare il 25° anniversario, ha percorso la storia dell'azienda, annunciando gli obiettivi dei prossimi anni: entro il 2014 occupare una quota di mercato del 10% ed entro il 2020 avere 2 miliardi di ricavi



“Non siamo ad un punto di arrivo. Questa è solo una delle tappe di un bellissimo viaggio”, ha dichiarato Lucia Salmaso, amministratore delegato di BKT Europe, presentando i progetti dei prossimi anni del gruppo indiano



L'anniversario d'argento di BKT è stato festeggiato con una conferenza stampa, preceduta da aperitivo e seguita da cena, nell'incantevole cornice del castello di Eller a Düsseldorf, il 5 giugno scorso



L'aperitivo nel castello di Eller a Düsseldorf