

ZC Rubber ha grandi piani di crescita in Europa e America, che verranno finanziati dall'offerta pubblica di acquisto che dovrebbe essere lanciata a breve. Il produttore cinese, il più grande del suo paese, punta forte sul vecchio continente, dove intende avere una base produttiva: questa la principale notizia della [dealer conference organizzata al Nurburgring](#) a metà luglio.

ZC Rubber vuole passare da primo produttore cinese a quinto globale. L'obiettivo sarà raggiunto, secondo l'azienda, in gran parte con una strategia di crescita internazionale che include la costruzione prima di uno stabilimento in Nord America e poi in Europa nel breve-medio termine: "produzione locale per i mercati locali", insomma.

La priorità di ZC riflette la necessità più urgente di affrontare i **dazi** statunitensi sulle importazioni di pneumatici di fabbricazione cinese, in particolare i pneumatici per autovetture, mentre la produzione dallo stabilimento thailandese non è soggetta alle tariffe dell'UE che, invece, sono applicati solo ai pneumatici per autocarri e autobus.

"Abbiamo già uno stabilimento in Thailandia, ma in questo momento stiamo considerando uno stabilimento nordamericano e il prossimo passo sarà considerare uno stabilimento europeo", ha affermato durante la conferenza **Leo Liao**, Deputy General Manager of International Business di ZC Rubber.

Secondo **Richard Li**, ZC Rubber marketing director of international business, l'azienda ha già condotto studi di fattibilità in diverse località. *"Abbiamo diversi team in diversi paesi per valutare i costi di produzione e le politiche del governo locale, ma non abbiamo preso una decisione definitiva. Questo richiederà del tempo."*

Tuttavia, il direttore marketing di ZC ha riconosciuto l'entità della sfida da affrontare quando si tratta di colmare il divario di vendite con Sumitomo Rubber Industries (SRI), l'attuale [quinto produttore di pneumatici](#).

La chiave delle ambizioni di ZC Rubber, ha osservato Li, saranno i fondi di un'[IPO](#), che il più grande produttore di pneumatici cinese intende completare entro la fine di quest'anno, dopo l'autorizzazione da parte dell'autorità di regolamentazione dei mercati finanziari del paese.



Richard Li, ZC Rubber marketing director of international business

Il **business internazionale**, ha affermato, sta *“crescendo rapidamente”*, in particolare negli Stati Uniti e in Europa: si è espanso complessivamente di circa il 15% nel 2022 per rappresentare oltre il 40% delle vendite totali di ZC. L'obiettivo finale, tuttavia, è di arrivare a una quota del 60% delle vendite realizzate all'estero e del 40% in Cina.

Le vendite internazionali di pneumatici radiali per camion e autobus sono aumentate del 13,4% tra il 2020 e il 2022 a 21,15 milioni di pneumatici, mentre le vendite di pneumatici per autovetture sono cresciute del 21,8% a 59,3 milioni di unità.

Parlando di **Europa**, Liao, afferma che ZC ha venduto 6 milioni di pneumatici vettura nel nostro continente nel 2022, mentre nei primi sei mesi del 2023 questa cifra è salita a quasi 3,6 milioni di pezzi, il 35,4% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Inoltre, nel 2022 sono stati venduti 850.000 pneumatici TBR, mentre nei primi 6 mesi del 2023 sono stati venduti 513.509 pezzi: stiamo parlando quindi di una crescita del 48,2% rispetto all'anno precedente.

Questi aumenti contrastano fortemente con le esperienze di altri produttori: l'[Associazione europea dei produttori di pneumatici e gomma](#) ha recentemente annunciato che le vendite di pneumatici consumer sostitutivi dei suoi membri sono diminuite del 12% su base annua nella prima metà del 2023, mentre le vendite sostitutive TBR sono stati inferiori del 23% rispetto ai primi sei mesi del 2022.

Leo Liao ci dice che l'obiettivo quinquennale di ZC Rubber è vendere 10 milioni di pneumatici PCR all'anno e 1,2 milioni di pneumatici TBR nei mercati dell'UE. Per il segmento dei pneumatici consumer, ciò rappresenta una crescita media annua del 10,75%. Naturalmente, l'azienda non prevede solo di vendere più pneumatici nel mercato post-vendita, ma il piano è quello di sviluppare attività di **primo equipaggiamento** all'interno della regione.

Nel suo mercato interno, ZC Rubber è già fornitore di pneumatici di primo equipaggiamento per importanti case automobilistiche come BYD, Geely, MG, Changan e Haval, consegnando quasi 9 milioni di pneumatici di primo equipaggiamento all'anno nel mercato interno. Questi marchi sperano di ripetere il successo ottenuto dalle case automobilistiche coreane e conquistare una fetta considerevole del mercato europeo, e quando i loro veicoli arriveranno negli showroom molti utilizzeranno marchi di pneumatici cinesi.



Una volta che saranno in funzione le fabbriche europea e nordamericana, ZC Rubber sarà un vero produttore globale di pneumatici. Una cosa è importante per l'azienda: vuole *"allontanarsi dall'immagine economica dei pneumatici cinesi"*.

A tal fine, il marchio **Westlake** dovrà diventare il marchio OE nel 2025/26, per poi crescere conseguentemente anche nell'aftermarket.

Il marchio **Goodride**, invece, dovrebbe rimanere nel segmento del budget ed essere stabilito per la vendita tramite grossisti regionali e il business online.

Martin Wells e Jörn Tietjens hanno il compito di far crescere l'attività di primo equipaggiamento di ZC Rubber in Europa. Wells si occupa dell'attività OE come direttore generale dello ZC Rubber Technical Center di Hannover, in Germania, mentre Tietjens è

impegnato presso la struttura come OE e key account manager. Il centro, situato vicino alle strutture gestite da Linglong e Giti Tire, funge da struttura di ricerca e sviluppo e da punto di comunicazione con gli OEM. Supporta inoltre lo sviluppo di PCR e LTR per il mercato della sostituzione.

ZC Rubber attualmente considera le prestazioni dei suoi pneumatici consumer di punta alla pari con il secondo o il terzo marchio dei produttori premium, ma il successo con gli OEM europei richiede - come minimo - un passaggio qualitativo nel territorio del secondo livello.

Marchi come **Yokohama** e **Hankook** fungono da modelli: *“chi avrebbe mai pensato, quando Hankook è entrata nel mercato europeo, che l’azienda sarebbe arrivata dove si trova ora”*, afferma **Jörn Tietjens**, Senior Key Account Manager OE.

© riproduzione riservata pubblicato il 22 / 08 / 2023