

Westlake Tyres prévoit un doublement des ventes à l'exportation

Londres, 25 mai 2012.- Parmi les nouveaux exposants du récent Salon du Véhicule Utilitaire du Royaume-Uni, Westlake Tyres avait installé un stand impressionnant pour présenter les pneus radiaux pour poids lourds et bus. M. Johnson Su, de la firme Hangzhou Zhongce Rubber, fabriquant les pneus Westlake, était présent.

L'intitulé des fonctions de M. Su, Gérant, Import-Export, est d'une simplicité trompeuse puisqu'il est responsable de l'importation de toutes les matières premières utilisées dans la production des pneus ainsi que des ventes à l'exportation du produit fini. Il travaille chez Hangzhou Zhongce depuis plus de 30 ans.

Hangzhou Zhongce et Eskay Tyres (distributeur de la marque Westlake pour un certain nombre de pays européens) ont mis à profit l'avant-salon et le salon lui-même pour rencontrer de nombreux distributeurs européens et discuter de ce qu'eux et leurs clients recherchent en termes de performances des pneus. Activité intense au programme, donc, pour M. Su et son équipe de deux vendeurs et deux ingénieurs qui ont rendu visite à Van Aalderen aux Pays-Bas, à Disticash en France, à Pirelli Driver en Espagne et à Dispnal au Portugal. Pour couronner le tout, Direct Tyre Management, devenu récemment distributeur exclusif pour les pneus de poids lourds et bus, occupait le stand voisin au Salon du Véhicule Utilitaire.

Ces visites ont été fructueuses puisque les discussions triangulaires entre HZ, Eskay et les distributeurs ont porté sur une large gamme de sujets, allant de la rétroaction concernant le rendement des produits existants aux nouveaux produits demandés par le réseau routier européen.



S'exprimant lors du Salon, M. Harjeev Kandhari, Directeur exécutif du groupe Al Dobowi, a expliqué que le partenariat fonctionné de la sorte depuis 19 ans. Étant donné que la société Al Dobowi vend des pneus de fabrication HZ sur différents marchés, le fabricant sait que les marchés ont des exigences distinctes et souhaite recevoir une rétroaction aussi intense que possible afin d'améliorer et de développer ses produits. M. Kandhari décrit la relation le liant à la fois au fabricant et à sa clientèle comme un véritable partenariat où les trois parties travaillent main dans la main pour apporter à leurs activités une valeur mutuellement bénéfique.

M. Su a acquiescé, soulignant que la meilleure façon de connaître les exigences des différents marchés consiste à en parler avec ceux qui vendent des pneus et avec les utilisateurs finaux. Ainsi, il devient possible, pour le binôme fabricant/distributeur, de produire une gamme sur mesure pour une région particulière.

À titre d'exemple, il a indiqué que les modèles varient considérablement, et que les opérateurs européens utilisent désormais des modèles spécifiques aux essieux et à l'application, pour maximiser les performances et réduire les coûts. À l'inverse, en Asie du Sud-est, ces modèles sophistiqués sont moins importants tandis que les opérateurs nécessitent un pneu plus robuste pour faire face à des conditions plus difficiles.

Une belle occasion pour le marketing

Bien sûr, les conditions routières ou climatiques s'ajoutent à des contraintes artificiellement imposées. À cet égard, en Europe, les deux éléments les plus évidents sont l'application du règlement REACH et l'introduction de l'étiquetage des pneus.

M. Su pourrait être pardonné s'il considérait cela comme un désagrément, voire comme un obstacle au commerce, mais en fait c'est l'inverse. Il fait en effet remarquer que les pneus Westlake sont déjà conforme au règlement REACH et considère l'étiquetage comme une grande opportunité de marketing. Les pneus devront porter une étiquette précisant leurs performances dans trois domaines, soit la résistance au roulement,



l'adhérence sur sol mouillé et le bruit, notés de A à G, graphiquement représentés d'une manière similaire à celle utilisée pour les produits blancs.

Produire un pneu noté A, à la fois pour la résistance au roulement et pour l'adhérence sur sol mouillé, impliquerait un énorme investissement en R+D alors qu'il est peu probable que l'augmentation des ventes puisse justifier une telle dépense. Cependant, le rapport qualité/prix constitue un autre critère important pour l'achat de pneus. Un pneu aux performances honnêtes à un prix raisonnable devient dès lors attrayant pour les opérateurs.

Ce dernier élément, aux yeux de M. Su, constitue l'atout de Westlake Tyres, d'autant plus que la durée de vie des pneus peut être prolongée par le recreusage et le rechapage, ce qui contribue à réduire le coût au km.

Un géant... qui n'a pas terminé sa croissance

Lors de conversations avec les gens de chez Eskay, il est frappant de constater leur détermination à exercer un impact réel sur les différents marchés européens et leur ambition pour rendre la marque Westlake aussi familière que les marques de renom traditionnelles. Eskay a trouvé chez Hangzhou Zhongce le partenaire idéal, puisque le 10^e fabricant mondial de pneus partage entièrement ces objectifs.

Il est facile d'oublier les dimensions de la société HZ qui emploie 25 000 personnes dans neuf usines et produit quelques 11 millions de pneus TBR par an, dont deux millions pour l'exportation. Sur le plan intérieur, a déclaré M. Su, HZ est de loin le principal fabricant de pneus pour poids lourds et bus et détient une part-leader de 14% du marché, avec sa marque Chao Yang. De fait, HZ est le quatrième fabricant de pneus de poids lourds du monde.



La société a connu une croissance rapide ces dernières années et a investi des millions d'euros en équipements de fabrication et de contrôle de qualité de dernière génération. En Occident, des doutes existent concernant la qualité de certains pneus fabriqués en Extrême-Orient. Aussi, HZ et Eskay s'attachent à prouver que ces craintes sont sans fondement quand il s'agit de la qualité des pneus Westlake. Peut-être l'argument décisif à propos de la qualité est que HZ a conclu des accords de production d'approvisionnement avec un certain nombre de fabricants de pneus de renommée internationale, M. Su a-t-il déclaré.

Malgré sa taille, l'un des principaux atouts de HZ, toujours selon M. Su, est sa flexibilité et sa réactivité. Encore une fois, c'est là que le partenariat avec Eskay Pneus montre toute sa valeur, puisque la rétroaction venant des distributeurs Westlake et des utilisateurs finaux est relayée par l'usine et par le département R+D (« Plus de 100 ingénieurs sont à l'oeuvre dans notre division R+D » a déclaré M. Su), où la conception d'un pneu commence toujours par une étude des besoins.

Le résultat est une gamme de pneus sur mesure s'adressant aux différents marchés et répondant aux différentes applications. Elle fait en outre l'objet d'un suivi et d'une actualisation constants afin de répondre aux besoins et aux attentes de la clientèle.

La firme HZ, épaulée par la marque Westlake, a parcouru un long chemin en peu de temps, avec Westlake renforçant la présence de l'entreprise sur les nouveaux marchés européens. Que réserve l'avenir ? La réponse, affirme M. Su, est évidente, au vu de l'ambitieux programme d'expansion en cours. Une nouvelle usine a été ouverte en Thaïlande et la société a acheté un terrain dans la province du Jiangsu, en Chine, dans l'idée d'y implanter une usine de pneus flambant neuve. En fait, le terme « terrain » n'évoque qu'une partie de l'histoire puisque cette acquisition vient doubler la superficie actuelle de l'usine HZ.





La mise en production de ces nouvelles usines se traduira par une augmentation du chiffre de production en termes de plusieurs millions de pneus dont le marché intérieur absorbera une partie. HZ garde les yeux rivés sur les marchés d'exportation. Et M. Su de révéler que la société prévoit de doubler ses ventes à l'exportation dans un délai de 10 ans, voire plus tôt.

En Europe, la marque Westlake constitue le fer de lance de cet objectif ambitieux pour lequel se tissera une relation encore plus étroite entre le fabricant et le distributeur. M. Su se montre convaincu qu'un tel but peut être atteint, et déclare : "Hangzhou Zhongce s'est développé très rapidement et nous entretenons d'excellentes relations avec Eskay Tyres. Ensemble, nous pouvons produire les meilleurs pneus en vente à travers le monde. "

CONTACT RELATIONS PUBLIQUES

Anthony Oruña-Goriaïhoff
anthony@avalonprplus.com

César Borreguero
cesar@avalonprplus.com

AVALON PR
Avenida Concha Espina, 8, 7 ° Izda.
28036 Madrid - ESPAGNE
Tél. : +34 915 631 011
Fax : +34 914 116 920
www.avalon-comunicacion.com

