

Bridgestone non vuol dire solo gomme. Se ancora ci fossero stati dei dubbi, il produttore giapponese lo ha dimostrato lo scorso 17 novembre nella pista Aci di Lainate, parlando di sicurezza insieme ai suoi brand ambassador olimpici Gianmarco Tamberi e Valeria Straneo. Sicurezza, determinazione e impegno: valori nello sport, nel lavoro e nella vita. La mission di Bridgestone è interpretare il futuro della mobilità e offrire, insieme ai suoi partner, delle soluzioni a tutto tondo. Ne abbiamo parlato con l'amministratore delegato per l'Italia e il Sud Europa, Stefano Parisi.

Come è cambiata Bridgestone in questi anni?

L'evento con i nostri Brand Ambassador è l'occasione per celebrare i risultati del percorso che Bridgestone ha fatto in questi ultimi anni, sia con la sponsorizzazione del brand, sia con la trasformazione dell'azienda, che sempre di più si identifica non solo come un produttore di pneumatici, ma come **operatore leader di soluzioni per il futuro sostenibile della mobilità.**

Il Gruppo ha chiuso il trimestre con ottimi risultati, come sta andando il mercato italiano?

Dopo la pandemia, questo è sicuramente un anno di rimbalzo e di ripresa rispetto al 2020. È però anche un anno in cui sono cambiate molte cose: andamento e disponibilità delle materie prime, complicazioni nella supply chain mondiale di tutti i settori, aumento dei costi dei trasporti e crisi dei semiconduttori. Tutti questi fattori hanno condizionato il 2021, che possiamo sicuramente definire un anno 'non normale'.

Anche Bridgestone ha dovuto fronteggiare queste difficoltà, ma comunque, rispetto al 2020, stiamo segnando dei **risultati importanti, sia di sviluppo del fatturato, che degli indicatori economico-finanziari.** Inoltre, in questo periodo, abbiamo ulteriormente consolidato la nostra presenza sui mercati europei e, in particolare, in quello italiano.



Anche lo sviluppo dei prodotti non si è fermato?

Il percorso di accelerazione del rinnovo dei pneumatici è sempre andato avanti e così anche l'evoluzione delle tecnologie legate ai prodotti. Il focus di questi ultimi anni è infatti sulle soluzioni telematiche e sui servizi per la gestione delle flotte, prevalentemente commerciali. Molto importanti sono inoltre le partnership e le collaborazioni, che abbiamo stretto nel mondo del supporto all'elettrificazione dei veicoli, che è oggi il tema prevalente nel settore automotive.

Cosa si intende per servizi a supporto dell'elettrificazione?

Parliamo ad esempio dei servizi di ricarica a livello europeo. Abbiamo recentemente annunciato una **partnership molto importante con EVBbox**, operatore leader a livello europeo per le soluzioni di ricarica dei veicoli. Noi mettiamo a disposizione la nostra rete di centri di assistenza, sotto vari marchi e con diversi gradi di rapporto, dalla proprietà alle affiliazioni in franchising, per andare ad installare fino a 3.500 stazioni di ricarica. In questo modo contribuiremo a creare il network delle infrastrutture necessarie perché questa trasformazione avvenga nel modo più fluido possibile. In Italia prevediamo un numero indicativo di 2-300 stazioni, come primo traguardo, ma è sicuramente un trend in evoluzione.

E l'elettrificazione come si traduce nello sviluppo dei prodotti?

L'evoluzione della mobilità comporta anche una focalizzazione diversa nello sviluppo dei pneumatici. Già oggi, l'11% dei prodotti che noi forniamo al primo equipaggiamento sono cosiddetti pneumatici per veicoli elettrici. Entro il 2024, prevediamo di superare quota 20%.

Che caratteristiche devono avere i pneumatici per i veicoli elettrici?

Ci sono tante peculiarità proprie delle gomme per i mezzi elettrici e ci sono diverse tecnologie dedicate alle esigenze specifiche di questi veicoli. Ne cito una: **la tecnologia Enliten**, grazie alla quale i pneumatici pesano circa il 20% in meno. Questo significa non solo che utilizzano minori quantità di materie prime nel processo di realizzazione, ma anche che contribuiscono a ridurre il peso del veicolo, che è mediamente incrementato da quello delle batterie. Puntiamo inoltre a parametri significativi dal punto di vista della riduzione della rolling resistance. Una rolling più bassa si traduce infatti in una riduzione del consumo, ma anche in una maggiore durata della batteria e un allungamento della vita dei pneumatici su questi veicoli, che hanno una coppia importante e che possono avere un utilizzo più intensivo, dovuto al car sharing e alle nuove modalità di spostamento.

I pneumatici si integrano con i servizi per le flotte?

Sì, i pneumatici sviluppati appositamente per la mobilità elettrica si accompagnano perfettamente anche al percorso che stiamo facendo nelle soluzioni per la gestione delle flotte. L'ultima novità è la **sponsorizzazione, con Webfleet Solution, di Move 2021**, che è il principale evento al mondo sulla mobilità. In quell'occasione, racconteremo quello che oggi, anche tramite queste soluzioni, stiamo facendo per dare il nostro contributo nel percorso verso la mobilità sostenibile e l'elettrificazione dei veicoli.

Il parco dei veicoli commerciali in Europa è già maturo per l'elettrificazione?

Webfleet Solution consente al gestore della flotta di pianificare con precisione il percorso di elettrificazione della flotta, sostituendo i veicoli con motorizzazione tradizionale con veicoli elettrici, cosa che si può fare laddove il tipo di utilizzo lo consenta. Webfleet Solution elabora e analizza i dati ed è in grado di dire quale veicolo, in base a quale tipo di utilizzo, è predisposto per essere eventualmente sostituito da un mezzo elettrico, con tutti i benefici che ne conseguono.

Analizzando i dati raccolti in Europa, in forma aggregata, su 12 mesi, emerge che, **su 100.000 veicoli, il 61% potrebbe già ricadere nella casistica per la sostituzione con**

un veicolo elettrico elettrificato.

Webfleet Solution diventa quindi uno strumento particolarmente importante per le flotte elettriche?

Sicuramente: stiamo infatti aggiornando la piattaforma con una serie di funzionalità che consentono, tramite la telematica, di integrare molte informazioni specifiche dei veicoli elettrici, come ad esempio lo stato della batteria, la durata residua, la pianificazione della ricarica e l'identificazione del punto e del tempo ottimale per farla, senza impattare in maniera significativa sull'esercizio e sull'operatività del mezzo. Tutte queste funzionalità fanno parte del nuovo mondo della mobilità e quindi anche le soluzioni per la gestione delle flotte si stanno trasformando, per fornire questo tipo di indicatori. Uno strumento come Webfleet Solution è oggi un supporto quasi indispensabile per la flotta, a maggior ragione se parliamo di veicoli che richiedono un tipo di assistenza, che non si limita alla sola manutenzione. Per una flotta elettrica è infatti indispensabile stabilire l'utilizzo ottimale della ricarica e poter pianificare i momenti di assistenza e manutenzione, in collaborazione con un network di officine qualificate.

Quale è il ruolo di First Stop con le flotte elettriche?

Il network First Stop è sempre più importante nella nostra visione. Anche alla luce di questa importante evoluzione della mobilità, avere sul territorio una rete di partner qualificati è fondamentale, perché rappresenta il braccio, la leva e il completamento della strategia.

Per noi è dunque sempre più importante poter contare sulle officine, insieme alle quali gestire l'erogazione dei servizi. First Stop è il nostro programma di riferimento, che continueremo a sviluppare, tenendo conto anche di questi sviluppi, che non sono legati solo al concetto di vendita del pneumatico, ma vanno oltre. Da tempo si parla di diversificazione, pensando soprattutto alla meccanica leggera, ma, nel nostro caso, si tratta anche di integrare i servizi che faranno sempre più parte del business e del DNA di Bridgestone.



© riproduzione riservata pubblicato il 20 / 12 / 2021