

Yokohama ha annunciato di aver stipulato un accordo per l'acquisizione di Trelleborg Wheel Systems Holding AB, la divisione di Trelleborg che produce pneumatici off highway (OHT) per macchine agricole e industriali. L'enterprise value di TWS è di 2.040 milioni di euro. Ma l'accordo di acquisizione include una clausola di earn-out legata alla performance, che potrebbe far aumentare il prezzo dell'acquisizione fino a 60 milioni di euro, a seconda dei risultati finanziari 2022 di TWS. E quindi Trelleborg definisce la vendita un affare da 2,1 miliardi di euro.

L'acquisizione dovrebbe essere completata nella seconda metà del 2022, dopo il completamento delle necessarie procedure richieste dalle leggi sulla concorrenza dell'Unione Europea e di altri Paesi. L'impatto dell'acquisizione sui risultati finanziari consolidati di Yokohama Rubber è attualmente in studio.

Scopo dell'acquisizione, situazione attuale e sfide per il settore pneumatici di Yokohama Rubber

L'acquisizione di TWS contribuirà all'espansione del business OHT di Yokohama Rubber, che l'azienda ha posizionato come un driver di crescita futura per il business dei pneumatici commerciali della società.

Il rapporto tra pneumatici vettura e commerciali nel mercato globale è 1:1, mentre le vendite di Yokohama Rubber sono maggiormente spostate verso il vettura, con un rapporto di 2:1 rispetto ai pneumatici commerciali.

Per allineare maggiormente la composizione delle vendite al mercato generale e garantire stabilità e crescita degli utili, una delle sfide chiave che deve affrontare l'attività di pneumatici commerciali di Yokohama Rubber è la crescita di un'attività OHT in grado di garantire guadagni stabili e elevati.

L'acquisizione di TWS non solo aiuterà il business dei pneumatici di Yokohama Rubber a raggiungere una composizione delle vendite più ottimale, ma rafforzerà anche il business dei pneumatici commerciali della società in ciascuna delle quattro aree tematiche stabilite dal piano YX2023: gamma di prodotti, costi, servizio e trasformazione digitale. Nel frattempo, il settore dei pneumatici di consumo continuerà a impegnarsi per migliorare la propria redditività espandendo le vendite dei suoi brand Advan, Geolandar e dei pneumatici invernali.

I punti di forza di TWS

Le vendite di TWS nell'anno fiscale 2021 sono state di 10.076 milioni di corone svedesi (circa 129,0 miliardi di ¥), rappresentando circa il 30% delle vendite consolidate di Trelleborg AB. Negli ultimi 10 anni, TWS ha ampliato le vendite di 2,6 volte e più che triplicato l'EBIT (utile ante interessi e tasse). Durante l'espansione commerciale, l'azienda ha mantenuto una redditività costantemente elevata, con il suo rapporto EBIT sempre superiore al 10%.

Dei pneumatici prodotti e venduti da TWS, quelli agricoli rappresentano circa il 60% e quelli industriali circa il 20%, mentre il resto è costituito da prodotti per macchine edili e motocicli (con il brand Mitas).

Nei mercati globali dei pneumatici agricoli e industriali, TWS vanta prodotti di livello mondiale, forza del marchio, capacità tecnologiche e di assistenza post-vendita. Inoltre, dispone di una gamma di pneumatici in ogni categoria di prodotto che supporta tutti i tipi e dimensioni di veicoli, dal più piccolo al più grande.

TWS ha 14 stabilimenti di produzione in nove Paesi: 7 in Europa (Italia, Lettonia, Serbia, Slovenia e 3 nella Repubblica Ceca), 2 negli Stati Uniti, 1 in Brasile e 4 in Asia (2 in Cina e 2 in Sri Lanka).

Circa il 70% delle vendite sono in Europa. TWS sta inoltre promuovendo attivamente le attività ESG, inclusa la definizione di elevati obiettivi per il passaggio alle materie prime rinnovabili. Nei prossimi cinque anni, prevede di aumentare di 10 punti percentuali i rapporti di biomateriali utilizzati nei suoi prodotti.

Strategia di acquisizione e compatibilità con il piano YX2023

Yokohama Rubber ritiene che l'acquisizione di TWS le fornirà una struttura dei marchi più completa, rafforzerà la sua rete di servizi, contribuirà alla trasformazione digitale, amplierà la rete di vendita regionale e aumenterà le vendite di pneumatici OE.

Parlando di struttura dei marchi, l'acquisizione darà a Yokohama Rubber una gamma completa di brand per macchine agricole e movimento terra che coprirà tutte le categorie di prodotto, dalla prima fascia allo standard, fino al premium.

La rete aftermarket di Yokohama Rubber sarà rafforzata dal servizio di manutenzione proprietario di TWS che fornisce un'assistenza post-vendita per pneumatici industriali in 82 sedi in 21 Paesi. Yokohama Rubber prevede di espandere tale servizio ai pneumatici agricoli.

Nell'area digital transformation, TWS sta sviluppando un sistema remoto per il monitoraggio della pressione e della temperatura dell'aria dei pneumatici. Yokohama Rubber ha sviluppato un sistema simile e le due società collaboreranno per sviluppare un servizio di monitoraggio remoto più conveniente ed efficiente.

L'aggiunta della forte rete di vendita di TWS in Europa completerà i punti di forza di Yokohama Rubber in Giappone, Nord America e Asia, creando una rete globale che copre tutti i principali mercati, che dovrebbe favorire un'ulteriore crescita del business OHT del Gruppo Yokohama. L'aggiunta di TWS aprirà anche le porte a nuovi clienti per i pneumatici OE di Yokohama, poiché circa 30 dei 60 OEM forniti da TWS sarebbero nuovi clienti per Yokohama Rubber.

Questa acquisizione porterà a un'ulteriore crescita del business OHT di Yokohama Rubber attraverso sinergie generate dai punti di forza combinati di entrambe le società in tutte le aree, dallo sviluppo di nuovi prodotti e servizi alla produzione, vendita, controllo qualità ed ESG.

Sull'argomento leggi anche:

[**Yokohama compra Trelleborg Wheel Systems?**](#)

[**Trelleborg conferma le trattative in corso**](#)

[**Yokohama - ATG, l'integrazione è fatta. Intervista al country manager Italia Massimo Mori**](#)

[**Trelleborg Wheel Systems: "la sfida è far fronte alla domanda"**](#)

[**Trelleborg cede Wheel Systems: il commento dell'azienda svedese**](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 25 / 03 / 2022