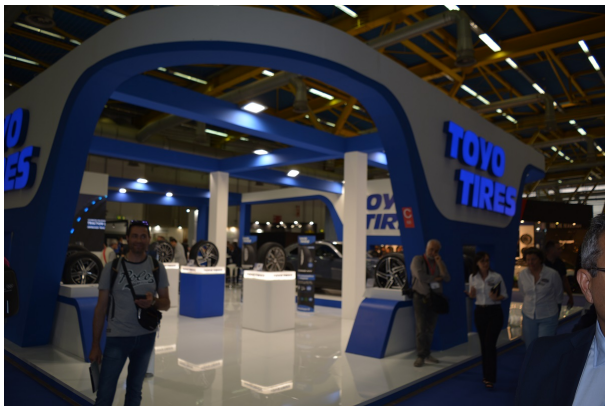
L'anno scorso Toyo Tires Italia, costituita nel 1991 e poi diventata filiale della Casa giapponese, ha festeggiato i 30 anni di attività. Nel 2022 il produttore giapponese, nonostante abbia la sua sede europea in Germania, tra le fiere di Colonia e di Bologna, ha scelto di esporre ad Autopromotec con uno stand, come sempre, di grande impatto e dimensioni. Abbiamo incontrato **Fabio Merli,** amministratore delegato di Toyo Tire Italia, che ci ha spiegato le aspettative dell'azienda sul nostro mercato.



Come sta vivendo Toyo Tires questo particolare momento storico?

Nonostante arriviamo, come tutti, da un paio di anni complessi e nonostante la situazione sia tuttora critica, con difficoltà comuni a molti, come ad esempio la ricezione della merce ed i costi dei trasporti marittimi, l'anno scorso abbiamo fatto il record di vendite.

E questa prima metà dell'anno come sta andando?

L'anno è iniziato bene, siamo soddisfatti. Questi risultati sono anche il frutto del continuo lancio di prodotti che è iniziato da quando è entrato in funzione, nel 2019, il nuovo centro di ricerca e sviluppo di Willich, in Germania. Nel centro europeo lavorano una quindicina di ingegneri, che sfornano prodotti studiati specificatamente per il mercato europeo e questo si riflette, in maniera evidente, anche sui risultati dei test delle riviste specializzate. I nuovi prodotti rispondono infatti in maniera più puntuale alle attese dei consumatori europei.

Oltre allo sviluppo, a breve Toyo Tires avrà anche la produzione in Europa…

Sì, infatti siamo in fibrillazione: l'avvio della produzione nella nostra nuova fabbrica in Serbia sarà per noi un importantissimo evento. Inizialmente produrremo 5 milioni di pezzi, concentrati nei settori vettura, SUV e trasporto leggero, declinati in tutte le stagionalità: summer, winter e all season. Parte di questa produzione sarà riservata al mercato europeo e una parte al mercato statunitense.

La nuova fabbrica è modernissima e gli stessi fornitori europei dei macchinari affermano di non avere mai prodotto delle macchine così sofisticate per il settore degli pneumatici. Per la prima volta anche loro si sono cimentati con tecnologie particolari, orientate principalmente al miglioramento della qualità dei prodotti.

Avere la produzione in Europa significherà, poi, anche avere un approccio efficace al primo equipaggiamento europeo, su cui il nostro centro di ricerca e sviluppo tedesco ha già iniziato a lavorare, approcciando le maggiori Case automobilstiche.

Fabio Merli**, amministratore delegato di Toyo Tire Italia, ad Autopromotec con **Kenta

Kuribayashi *presidente di Toyo Tire Europe GmbH*

Che aspettative ha Toyo Tires sul mercato europeo e italiano?

Negli ultimi anni l'azienda si è evoluta in maniera importante, con una forte accelerazione e pesanti investimenti da parte della Casa madre, che crede fermamente nelle potenzialità del mercato europeo e, in particolare, di quello italiano, come dimostra la presenza ad Autopromotec. Avendo noi l'headquarter europeo in Germania sarebbe infatti stato naturale esporre a Colonia, invece l'azienda ha preferito puntare sul mercato italiano, anche grazie agli ottimi risultati di vendita degli ultimi due anni. Questo dimostra l'estrema fiducia e, soprattutto, l'interesse nei confronti dei venditori e del mercato italiani.

Con il nuovo centro R&D e una nuova fabbrica modernissima in Europa, per noi si aprono prospettive completamente diverse rispetto al passato. Siamo davvero molto soddisfatti di questi investimenti, perché sicuramente ci porteranno dei risultati significativi anche in termini di vendite. Il nostro obiettivo ora deve essere guadagnare quote di mercato attraverso la fidelizzazione dell'attuale rete di vendita.

Grazie alla produzione in Serbia, siamo certi che rafforzeremo ulteriormente la nostra mission aziendale: "creare entusiasmo e sorpresa, con i nostri prodotti, che superano le aspettative dei clienti ed arricchiscono la società".

Avete qualche preoccupazione relativamente alla disponibilità dei pneumatici per la prossima stagione invernale?

Sì, anche noi abbiamo le stesse preoccupazioni che possono avere i nostri competitor, relativamente alla mancanza delle materie prime, visto che gli ultimi eventi bellici vanno a interessare soprattutto delle aree, dove ci sono i fornitori di alcune componenti davvero importanti per la produzione dei pneumatici. Mi riferisco al nerofumo, in particolare, la cui scarsità, per noi, si aggiunge alle difficoltà dovute al passaggio della produzione dal Giappone alla Serbia, che è in via di pianificazione.

Al momento, per quanto riguarda i preordini invernali, siamo intorno al 95% del tasso di soddisfazione della domanda per i clienti che avevano richiesto la consegna per i primi mesi della stagione, quindi luglio e agosto. Speriamo di poter continuare con questo trend, anche se sicuramente non abbonderemo in termini di quantità disponibili.

Ci saranno altri aumenti dei listini?

Gli aumenti delle materie prime e dell'energia incidono in maniera importante sul prodotto finito, e ancor più incidono i costi ormai assurdi della logistica. Pertanto c'è sicuramente da aspettarsi altri aumenti significativi dei listini. Cercheremo di edulcorare questa situazione complessa e quindi di ritardare quanto più possibile gli aumenti, ma, prima o poi, saremo costretti a riversare sul mercato l'aumento dei costi. Non è speculazione, almeno per quanto ci riguarda, ma un puro tentativo di coprire i costi lievitati che, per altro, sappiamo già che non sarà nemmeno sufficiente.

Che prodotti avete presentato ad Autopromotec?

A Bologna abbiamo colto l'occasione per lanciare, in anteprima europea, il nostro nuovo prodotto **Proxes Sport 2**, la nuova generazione di UHP che, inizialmente, verrà prodotta dai 18 pollici a salire, e poi anche nei 17 pollici. La gamma verrà completata nell'arco del 2022 e nel 2023.

Il Proxes Sport 2 non sostituisce, ma affianca il Proxes Sport A, perché in realtà è un prodotto completamente diverso. Lo spirito con cui lo abbiamo progettato è quello di restituire pieno divertimento a chi ama la guida sportiva, a chi ha veicoli prestazionali e vuole sfruttarne tutta la potenza, in completa sicurezza. Il nuovo modello utilizza tutti gli ultimi ritrovati tecnologici, in termini di bimescola e accorgimenti nella costruzione. La carcassa, ad esempio, presenta una flessibilità controllata, che aiuta il pneumatico ultra-performante ad essere meno energivoro, a consumare cioè meno carburante.

Siamo curiosi di vedere i risultati che questo pneumatico otterrà nei test delle riviste

specializzate europee, perché siamo veramente convinti di aver fatto un ulteriore salto di qualità, rispetto allo Sport A, che già si era comportato molto bene nelle prove comparative.

Nello stand di Bologna abbiamo messo in risalto anche il **quattro stagioni Celsius AS2**, che abbiamo lanciato l'anno scorso. Il mercato ci ha dato un feedback più che positivo per questo prodotto, della quale apprezzano in particolare le prestazioni, il livello di tenuta e la silenziosità. Ci attendiamo quindi le quote di mercato che ci competono anche in questa categoria di prodotto, sempre attraverso la soddisfazione del consumatore finale.

Di recente Toyo Tires ha presentato la nuova struttura europea. Cosa cambierà?

Il middle plan 2021, con il lancio della produzione europea, prevede una completa ristrutturazione delle operazioni in Europa, con l'headquarter in Germania che gestisce la fabbrica in Serbia e tutte le sussidiarie, compresa quella italiana. Sostanzialmente, non saremo più solo un'impresa commerciale, ma una holding che gestisce e tiene in stretta comunicazione le due aree produttiva e distributiva. Ci saranno cambiamenti nel management, la logistica sarà completamente nuova e ci saranno importanti investimenti focalizzati sul mercato europeo.

Hall 20, Stand C68
TOYO TIRES
PROXES Sport 2
PREMIERE

© riproduzione riservata pubblicato il 4 / 07 / 2022