

Dopo il successo del Dealer Track Event, che si è svolto nella pista del Nurburgring a luglio, Yokohama Europe ha rilasciato una dichiarazione in cui spiega la decisione assunta lo scorso ottobre di cambiare la strategia in Europa e nominare un consiglio di amministrazione europeo completamente nuovo presso la sede di Dusseldorf, in Germania.

Il nuovo Board Europeo è composto da Gregorio Borgo, Presidente e CEO, Aleksandar Gramatikov, Vicepresidente esecutivo e Direttore commerciale, Hiroyuki Shioiri, Presidente, e Jun Toma, Responsabile della pianificazione nel segmento PCR.

*“Dopo tre anni di interruzione delle attività promozionali in Europa, a causa del Covid, l'eccezionale successo del Track Event-Day ha ulteriormente incoraggiato Yokohama a far aumentare la notorietà del brand in tutta Europa”, ha dichiarato **Gregorio Borgo**. “Poiché siamo estremamente convinti che la nostra gamma di pneumatici ad alte prestazioni dai 17 pollici in su possa eguagliare qualsiasi competitor in questo segmento di mercato altamente competitivo, abbiamo in programma investimenti significativi per aumentare la popolarità del marchio in Europa. La qualità è già un dato di fatto e quindi ora dobbiamo lavorare per portare anche la conoscenza del marchio ai massimi livelli”.*

Il presidente **Hiroyuki Shioiri** ha aggiunto: *“Per Yokohama, l'Europa è l'ultimo grande mercato da penetrare completamente al massimo livello. Abbiamo già un buon livello di quote di mercato in tutti gli altri continenti del mondo e solo in Europa siamo ancora a un livello inferiore nel settore. Fino ad ora, la struttura manageriale di Yokohama aveva un orientamento molto giapponese, ma ora comprendiamo e apprezziamo pienamente che gli 'affari in Europa' devono essere gestiti e controllati da europei e le nostre recenti nomine nel Board inviano un forte messaggio all'industria su come Yokohama Europe intenda operare in futuro”.*

Anche il direttore commerciale **Aleksandar Gramatikov** è fermamente convinto che in Europa ci siano molte opportunità e potenzialità per Yokohama, in quanto si tratta di un mercato maturo e molto sofisticato, dove la domanda di marchi premium è estremamente elevata. Il manager ha dichiarato: *“Siamo molto incoraggiati da questo slancio positivo in Europa e intendiamo decisamente svolgere un ruolo di primo piano nel prossimo futuro”.*

Riferendosi alle future strategie di marketing in Europa, il presidente e CEO **Gregorio Borgo** ha affermato: *“La nostra intenzione è, come sempre, collegare la qualità e le prestazioni dei nostri prodotti alle nostre attività di marketing. Stiamo attualmente valutando altre opportunità rispetto al calcio, principalmente negli sport motoristici. Tuttavia, il calcio rimane un importante partner di marketing, visto che anche tutti i nostri principali concorrenti sono attivi nello sport. Il nostro obiettivo finale sarebbe una*

*combinazione di calcio e motorsport”.*

Borgo conclude dicendo: *“I recenti cambiamenti in Yokohama Europe ruotano attorno al concetto di portare tutto al ‘livello successivo’ di perfezione in concomitanza con uno slancio entusiasta di miglioramento continuo.”*



Il nuovo management team di Yokohama in Europa, da sinistra: Jun Toma, Gregorio Borgo, Hiroyuki Shioiri e Aleksandar Gramatikov

© riproduzione riservata pubblicato il 19 / 09 / 2022