

Michelin ha scelto il suo sito industriale di Cuneo, il più grande stabilimento di pneumatici per auto dell'Europa occidentale, oltre che uno dei più moderni, per organizzare la prima edizione del suo International Media Day, dedicato a due trasformazioni strategiche per il Gruppo:

- la trasformazione del mercato dei pneumatici di fronte alle nuove esigenze degli automobilisti, dei produttori e dei cambiamenti climatici;
- la trasformazione dei propri siti produttivi di fronte alle nuove sfide umane, tecnologiche e ambientali.

In questa occasione, Michelin ha ribadito il suo impegno ambientale e, più in particolare, il suo obiettivo di realizzare tutti i suoi pneumatici con il 100% di materiali sostenibili, entro il 2050.

Mercati impegnati in un'evoluzione senza precedenti

Negli ultimi anni, i mercati automobilistici hanno subito **profondi cambiamenti**. In 30 anni, in tutto il mondo, le esigenze degli automobilisti e le modalità di utilizzo dei veicoli si sono evolute. Le caratteristiche dei veicoli, sempre più pesanti, più personalizzati, più confortevoli e sicuri, il car sharing e lo sviluppo del leasing sono elementi concreti di questa evoluzione. Inoltre, i cambiamenti climatici e i crescenti vincoli ambientali hanno anche un forte impatto su molti mercati.

In questo contesto, Michelin è un attore chiave nel sostenere le principali tendenze del mercato dei pneumatici:

1- Le dimensioni dei pneumatici sono in aumento, a causa del sempre maggior peso dei veicoli. Questa tendenza ha un impatto diretto sul consumo e sulle emissioni di CO₂, in un momento di cambiamenti climatici e scarsità di risorse. Michelin risponde a questo paradosso con la tecnologia. Ad esempio, riducendo la resistenza al rotolamento dei suoi prodotti, nel 2021 è stato possibile risparmiare 3,4 miliardi di litri di carburante nel corso della vita dei pneumatici, evitando l'emissione di 8,7 milioni di tonnellate di CO₂ rispetto al 2010. Michelin continuerà a lavorare su questo aspetto da qui al 2030, migliorando ulteriormente l'efficienza energetica del 10% (dati Michelin).

2- Il continuo sviluppo dei pneumatici All Season in Europa: per lungo tempo evitato dagli automobilisti europei, il pneumatico all season ha riscosso un notevole successo commerciale negli ultimi anni, con vendite triplicate. Questo pneumatico è riconosciuto per la sua facilità d'uso e le notevoli prestazioni, grazie ai progressi tecnologici sviluppati in

particolare da Michelin. In questo mercato, il Gruppo prevede una crescita di oltre l'11% nei prossimi 5 anni.

Questo successo si basa su diversi fattori:

- i cambiamenti climatici e il verificarsi di episodi nevosi imprevedibili;
- l'evoluzione delle normative europee;
- i vantaggi per l'automobilista, che evita l'acquisto di due set di pneumatici;
- lo sviluppo di flotte e leasing.

3- Il boom elettrico. Con lo sviluppo dei veicoli elettrici, il pneumatico è tornato al centro della scena. Le prestazioni e le caratteristiche dei veicoli elettrici mettono a dura prova i pneumatici, i quali si trovano a dover rispondere a esigenze diverse rispetto a quelle richieste da un veicolo a motore termico. Per essere efficace, un pneumatico per veicoli elettrici deve avere quattro qualità essenziali:

- longevità, dovuta all'aumento della coppia durante l'accelerazione e la decelerazione,
- resistenza al rotolamento, un fattore chiave per l'autonomia del veicolo, capacità di carico, fondamentale per permettere di sostenere il peso delle batterie,
- riduzione del rumore, in quanto il 70% del livello di rumore generato da un veicolo elettrico proviene dalla guida, non più dal motore.

Questi requisiti rappresentano un'opportunità unica per Michelin, per mettere a disposizione di costruttori e automobilisti le sue tecnologie e il suo know-how.

Fabbriche impegnate in una trasformazione profonda

Questo primo International Media Day fa anche il punto sulle trasformazioni in atto negli stabilimenti del Gruppo. Negli ultimi anni il Gruppo ha intrapreso una triplice rivoluzione nei propri siti produttivi:

- Una rivoluzione umana con domande profonde sul senso, l'organizzazione e l'impegno.
- Una rivoluzione tecnologica, con l'uso diffuso dei dati e delle tecnologie digitali.
- Una rivoluzione ambientale, con l'imperativo di conciliare attività economica e sviluppo sostenibile.

Fabbriche umane: nata dal suo modello di leadership, Michelin ha avviato un'ambiziosa trasformazione del lavoro attorno al concetto di "responsabilizzazione" che ora sta dando i suoi frutti. Per 15 anni, Michelin ha sviluppato questa innovazione manageriale nelle sue fabbriche per migliorare il lavoro dei team di produzione. Questa profonda evoluzione

contribuisce a migliorare le performance economiche delle fabbriche ma, anche e soprattutto, permette di rispondere alla sfida di rendere attrattive le professioni industriali.

Fabbriche tecnologiche: La trasformazione industriale di Michelin passa anche attraverso la digitalizzazione e l'uso dell'intelligenza artificiale. Negli ultimi 5 anni, i dati sono stati archiviati per il riutilizzo in un ambiente collaborativo. La Fabbrica 4.0, combinando robot con intelligenza artificiale, moltiplica la scala della trasformazione, consentendo di anticipare i guasti, aumentare la qualità e la flessibilità della produzione, migliorare le condizioni di lavoro e il livello di qualifica del personale. Infine, queste innovazioni hanno permesso a Michelin di raggiungere quasi 60 milioni di euro di guadagni annui.

Fabbriche ecologiche: Michelin ha già dimezzato l'impatto ambientale dei suoi stabilimenti tra il 2005 e il 2019. L'ambizione del Gruppo va ben oltre: raggiungere un livello di emissioni nette pari a zero entro il 2050, con l'obiettivo intermedio di ridurre le emissioni di CO2 del 50% tra il 2010 e il 2030. Questa sfida può essere vinta solo accelerando gli sforzi del gruppo in termini di sobrietà e transizione verso l'energia verde. Ma la CO2 non è l'unico criterio per il quale Michelin vuole ridurre il proprio impatto. Il Gruppo si è anche impegnato a ridurre il consumo di acqua di oltre il 30% entro il 2030.

Michelin presenta due pneumatici omologati per l'utilizzo stradale con un elevato tasso di materiali sostenibili

Michelin ha fatto un nuovo passo avanti poche settimane fa, svelando due pneumatici omologati per l'utilizzo stradale, uno per le auto e l'altro per gli autobus, contenenti rispettivamente il 45% e il 58% di materiali sostenibili. Questa prima mondiale è un esempio concreto della capacità del Gruppo di raggiungere il suo ambizioso obiettivo di utilizzare materiali sostenibili al 100% in tutti i suoi pneumatici entro il 2050. Essi prefigurano le tecnologie per i futuri modelli destinati alla produzione di massa entro il

Questi progressi, resi possibili grazie all'esperienza di Michelin nel campo dei materiali, agli investimenti in Ricerca e Sviluppo e alle partnership con start-up innovative, andranno a beneficio di tutti i prodotti Michelin. L'integrazione di materiali sostenibili nello sviluppo dei propri pneumatici è una vera e propria impresa del Gruppo, in cui non si fanno compromessi nelle prestazioni e dove si fa enorme attenzione all'impatto ambientale di ogni fase del ciclo di vita: progettazione, produzione, trasporto, utilizzo e riciclo.

“Michelin è in continua trasformazione. Affronteremo le sfide poste da un mercato dei pneumatici in evoluzione grazie a uno strumento industriale sempre più innovativo, più rispettoso dell’ambiente e dove le persone giocano un ruolo chiave. La cultura dell’innovazione dei team Michelin consente al Gruppo di anticipare e inventare soluzioni ogni giorno, per soddisfare le aspettative dei propri clienti e della società. Siamo fiduciosi di raggiungere i nostri obiettivi strategici: dentro, intorno e oltre il pneumatico.” afferma **Florent Menegaux**, CEO di Michelin.

© riproduzione riservata pubblicato il 17 / 04 / 2023