

Circa un anno fa, l'allora relativamente [nuovo presidente di Yokohama Europe, Gregorio Borgo](#), aveva dichiarato l'intenzione della società di investire in una fabbrica “*nel cuore dell'Europa*”. 12 mesi dopo, il nostro Gruppo editoriale ha parlato con il manager italiano e con il presidente di Yokohama Europe Hiroyuki Shiori per scoprire come stiano procedendo la crescita dell'azienda e i suoi programmi di investimento in Europa, alla luce anche dell'[acquisizione di Trelleborg Wheel Systems](#).

“*Spero di potervi dire presto che c'è qualche importante novità in Europa. Ma ce la dobbiamo meritare*”, ha recentemente detto Borgo ai giornalisti riuniti al Nurburgring per [il lancio dell'Advan Sport EV V108](#). La domanda è: cosa deve accadere affinché il business in Europa meriti un tale investimento? Yokohama in Europa tiene molto in considerazione le economie di scala associate alla realizzazione di una fabbrica che sia redditizia. Per tradurlo in numeri, ciò significa 5 milioni di pneumatici per autovetture all'anno.

Quando l'anno scorso il top management europeo di Yokohama aveva introdotto il tema della fabbrica, aveva affermato che sarebbe stato “*nel cuore dell'Europa*”. All'epoca, questa dichiarazione implicitamente significava che stavano prendendo in considerazione un sito greenfield da qualche parte tra Polonia o Repubblica Ceca. Ora, però, per qualsiasi futuro investimento in una fabbrica europea di pneumatici per auto, i dirigenti stanno valutando le possibili sinergie nel caso di una soluzione 'brownfield', accanto a uno stabilimento produttivo già esistente di Trelleborg Wheel Systems (ora Yokohama TWS).

Perché l'Europa? Come [dimostrano le ultime novità di prodotto](#), i dirigenti di Yokohama sono profondamente consapevoli del ruolo che gioca l'Europa nel definire le tendenze, in termini di sviluppo di allestimenti originali.

Annuncio probabile entro la fine del 2024

Naturalmente, la domanda successiva è: quanto si sta avvicinando Yokohama Europe al raggiungimento dei numeri necessari per finalizzare l'investimento in una fabbrica nel vecchio continente? La risposta è che l'azienda è “*sempre più vicina*”.

Il mercato, sulla base dei dati ETRMA, è in calo con percentuali a due cifre, ma Yokohama in Europa è in forte crescita. Ci si potrebbe chiedere: perché confrontare la crescita sulla base delle statistiche ETRMA, dal momento che tali dati non rappresentano tutte le vendite nei mercati europei (ma solo quelle degli associati) e in alcuni mercati - come il Regno Unito - addirittura solo la metà delle vendite aftermarket? La risposta dell'azienda è che “*quello ETRMA è proprio il tipo di mercato in cui stiamo giocando*” e, in effetti, [la strategia aziendale è stata e continua ad essere quella di passare dal "volume al valore"](#). Sulla base

degli [ultimi risultati finanziari](#), Yokohama Europe prevede infatti di aumentare il fatturato del 57% entro la fine dell'anno.

"Stiamo aumentando quantità e redditività attraverso il miglioramento del mix", spiega **Hiroyuki Shiori**, aggiungendo che le strategie adottate da Yokohama nei settori auto e camion non sono modelli per il mercato di massa. Attualmente, Yokohama detiene una quota di mercato consumer intorno al 2% in Europa, una cifra che chiaramente deve ancora crescere, prima che la sede centrale giapponese approvi l'investimento di una fabbrica. Tuttavia, continua il manager, *"la recente forte crescita contrasta chiaramente con la crescita piatta degli anni precedenti"* e pare che la sede centrale stia *"osservando attentamente"* questo trend.

Anche per quanto riguarda i pneumatici truck, le vendite stanno crescendo in alcuni mercati europei chiave, vale a dire il Regno Unito e la Francia. Al fine di soddisfare questa crescente domanda, gli stabilimenti in Giappone e negli Stati Uniti stanno aumentando la produzione e appare quindi evidente che quando si parla di una fabbrica in Europa ci si riferisca attualmente solo al settore dei pneumatici per vetture. In questo segmento, inoltre, la strategia *volume-to-value* è guidata anche da una revisione del personale nelle varie operazioni nazionali in tutta Europa. Alla domanda se alcuni mercati si distinguono all'interno della forte performance complessiva delle vendite in Europa, i manager affermano che, in particolare, è l'Europa orientale che sta *"volando"*.

Quindi, quanto manca per l'approvazione di un investimento produttivo in Europa? Se le vendite continueranno a crescere con il ritmo attuale, è probabile che una decisione venga assunta entro la fine del 2024.

© riproduzione riservata pubblicato il 28 / 08 / 2023