

Dopo lo stop dovuto alla pandemia, Michelin è tornata ad incontrare i partner commerciali delle reti Mastro ed Euromaster attraverso un roadshow, partito a metà marzo da Torino e conclusosi il 5 aprile a Catania.

Un momento di incontro e scambio fortemente voluto da Michelin - ed emerso durante gli eventi digitali degli ultimi due anni - che ha visto la partecipazione di quasi 400 rivenditori in un giro d'Italia che, oltre a Torino e Catania, ha fatto tappa a Milano, Verona, Bologna, Roma e Napoli.

Sette tappe per scoprire le novità prodotto 2022 per le due e le quattro ruote - tra cui spiccano i nuovi **Pilot Sport 5** e **CrossClimate 2 SUV** per le auto e, per le moto, il **Road 6** - ma anche per parlare di futuro e della strategia "All sustainable" Michelin.

Un tema, quello della sostenibilità, che oggi è sempre più importante nella scelta dei consumatori e che vede Michelin come autentica pioniera, con il lancio nel 1992 del primo pneumatico "green".

Oggi, a distanza di 30 anni, Michelin continua ad investire per sviluppare pneumatici sempre più performanti e a basso impatto ambientale - come **e.PRIMACY** e **Pilot Sport EV**, presentati nel 2021 ed entrambi dotati della Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD) - estendendo impegno ed attenzione anche ai processi industriali, con l'obiettivo di raggiungere la neutralità carbonica dei propri stabilimenti entro il 2050. Un obiettivo che si pone un primo traguardo a orizzonte 2030, con la riduzione del 50% delle emissioni di CO2 rispetto al 2010, e che vede l'importante contributo dei tre stabilimenti italiani, già vicini al raggiungimento di questo primo importante obiettivo.

Oggi, con quasi 3800 dipendenti ed una capacità produttiva installata di oltre 14 milioni di pneumatici/anno, Michelin è il primo fabbricante italiano ed il primo datore di lavoro italiano nel comparto pneumatici.





