

Falken è un brand di proprietà del colosso giapponese Sumitomo Rubber Industries, che è stato commercializzato fino al 2009 da Goodyear Dunlop e che invece da gennaio 2010 la Falken Tyre Europe (filiale di Sumitomo aperta nel 2008 in Germania) ha deciso di distribuire in maniera indipendente. Consor Tyres Group Srl è una società consortile che, con 170 milioni di fatturato e 3,1 milioni di pezzi venduti nel 2010, si pone probabilmente al secondo posto nel panorama italiano della distribuzione.

L'incontro tra le due realtà sembra proprio un matrimonio vincente, che da un lato offre al mercato i prodotti e la forza di un'azienda storica e strutturata, dall'altro un modello efficiente di distribuzione, realizzato da un gruppo coeso di nove aziende, che hanno servizi di logistica integrata e informatizzata e sono in grado di coprire l'intero territorio nazionale.

Se l'annuncio ufficiale della partnership è stato dato durante la fiera di Bologna di maggio, i primi progetti si stanno concretizzando in questi mesi. Lo scorso settembre infatti i rappresentanti del consorzio italiano sono stati invitati in Giappone, insieme a Isamu Ishida, direttore generale di Falken Tyre Europe, per conoscere i dirigenti di Sumitomo Rubber Industries, visitare gli uffici di Tokyo e la fabbrica di Miyazaki.

L'incontro ha avuto esiti estremamente positivi e lo scambio è stato reciproco: ciascuno ha infatti messo sul piatto le proprie potenzialità e i progetti per il prossimo futuro, in un clima di entusiasmo e collaborazione, che ha lasciato entrambe le parti soddisfatte e motivate.

Sumitomo ha presentato le prossime iniziative, le innovazioni tecnologiche e i nuovi prodotti del marchio Falken. Sono infatti numerosi i prodotti che verranno lanciati tra il 2012 e il 2013 e che andranno a completare la gamma, già vasta, di pneumatici per vettura, trasporto leggero, 4x4 e autocarro. Tra questi anticipiamo l'arrivo per l'estate 2012 di Azenis FK 453, un pneumatico innovativo per costruzione, mescola e profilo, dedicato al segmento SUV, ma anche di un nuovissimo prodotto a bassa resistenza al rotolamento, ancora in fase di definizione.

Consortyres ha descritto invece la propria strategia per la distribuzione del brand in Italia. Il progetto, Falken Point, presentato durante Autopromotec, è stato infatti il primo passo di un complesso programma che Consortyres sta mettendo in atto e che ha come obiettivo principale il servizio al cliente a 360°.

“Abbiamo una distribuzione capillare e disponibilità garantita, grazie ai servizi di B2B e di logistica integrata”, afferma Libero Antonio Di Maria, presidente di CTG (Consor Tyres Group). “Per i nostri clienti abbiamo studiato una serie di valori aggiunti che permetteranno di forgiare il “brand awareness”, come per esempio canali informativi dedicati, tramite i

social network, che permettono l'intercambio di notizie ed esperienze sia in Italia che in Europa, seminari in situ, e tante altre iniziative che ci consentiranno di soddisfare le diverse esigenze dei clienti". Il progetto CTG è infatti stato studiato affinché possa essere versatile, adattandosi alle esigenze di ciascuna zona del territorio italiano. E infine sono anche previsti premi per i clienti che seguiranno il consorzio in questa nuova avventura: "Per il momento possiamo solo dire che per il prossimo anno abbiamo già scelto una località all'estero e un hotel a 5 stelle per premiare tutti coloro che hanno aderito e portato a termine il progetto Falken Point", conclude Di Maria.

Tutte le proposte presentate a Tokyo dai rappresentanti del gruppo italiano sono state apprezzate ed accolte con entusiasmo dai manager giapponesi, che si sono detti felici di appoggiare il partner italiano nella realizzazione dei programmi.

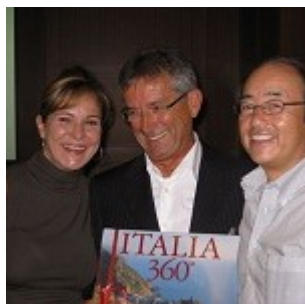
In perfetto stile giapponese l'incontro di Tokyo si è concluso con una cena formale, durante la quale i partner hanno espresso tutto l'entusiasmo con cui affrontano questa nuova sfida e con cui muovono i primi passi del promettente progetto di joint venture .



Le due delegazioni italiana e giapponese posano davanti alla fabbrica di Miyazaki



L'incontro a Tokyo, che ha sancito l'avvio dei lavori della partnership tra Falken e ConsorTyres Group, è terminato con una cena formale e una cerimonia di scambio di omaggi



L'ing. Daniela Bolla, coordinatrice e project manager di ConsorTyres Group, Libero Antonio Di Maria, presidente del consorzio italiano e Yasushi Tanaka, president e ceo di Falken



In settembre una delegazione Consortyres Group si è recata in Giappone per incontrare i manager di Sumitomo Rubber Industries e avviare il progetto di distribuzione in Italia del marchio Falken



Isamu Ishida, direttore generale di Falken Tyre Europe, ha introdotto la presentazione della partnership tra la giapponese Falken e l'italiana Consort Tyres Group Srl



Gli uffici di Tokyo di Sumitomo Rubber Industries, l'azienda titolare del marchio Falken, che Consortyres Group distribuisce in esclusiva in Italia



Daniela Bolla e Libero Antonio Di Maria, rispettivamente project manager e presidente di Consortyres Group offrono a Keiji Yasuguku, direttore generale di Falken degli omaggi provenienti dall'Italia

© riproduzione riservata
pubblicato il 8 / 11 / 2011

Falken e Consortyres, il progetto di joint venture con molti assi nella manica | 4