

Yokohama Rubber ha partecipato alla recente edizione di Reifen Essen, presentando tutte le sue più recenti gamme vettura e truck e puntando i riflettori sulle linee BluEarth per vettura e Zenvironment per truck, ispirate al concetto di una mobilità ecosostenibile. La casa madre è impegnata oramai da moltissimi anni sul fronte del rispetto ambientale, tanto con prodotti eco, quanto con processi produttivi a basso impatto e attività sociali a sfondo ecologico. Questo forte orientamento al rispetto per l'ambiente rispecchia la tradizionale cultura giapponese e un maturo impegno manageriale per la salvaguardia del pianeta.

Tutti i nuovi prodotti Yokohama sono ispirati alla cultura eco e caratterizzati da sofisticate tecnologie eco-friendly, ma anche i prodotti meno recenti sono stati comunque aggiornati in chiave eco. La gamma BluEarth, lanciata sul mercato europeo nel 2011, conta attualmente due modelli: BluEarth-1, l'alto di gamma, e il BluEarth AE-01, prodotto in un ampio ventaglio di misure dedicate alle vetture medie e compatte. L'AE-01 offre alla portata di tutti performance d'avanguardia per una bassa resistenza al rotolamento, ridotti consumi ed emissioni, qualità ambientali che si armonizzano perfettamente con le tradizionali prestazioni di sicurezza in frenata, su asciutto e bagnato, handling e precisione di guida. Anche i modelli più sportivi si avvantaggiano oggi di tecnologie eco: l'Advan Sport V105, in primo equipaggiamento su diversi modelli Mercedes, adotta infatti la Nano Blend Compound (che utilizza l'olio estratto dalla buccia di agrumi per la miscela), assicurando sempre ottima tenuta di strada e performance sportive nella miglior tradizione Yokohama.

"Reifen Essen è sempre un appuntamento importante per il nostro business", afferma Roberto Pizzamiglio, Direttore Vendite di Yokohama Italia. "La nostra casa madre ha puntato principalmente sul proprio impegno eco e a Essen ha veramente messo in campo il meglio della propria ricerca. Questa è la strada da seguire, anche considerando la nuova normativa europea sul labelling, che classifica i pneumatici considerando parametri di resistenza al rotolamento, rumorosità e frenata sul bagnato."

L'impegno eco di Yokohama si concentra in primis nella gamma dei prodotti elencati, ma si esemplifica anche in tutte le sue attività corporate: è recente la notizia della sottoscrizione dello "United Nations Global Compact", un documento ufficiale della Nazioni Unite che di fatto rappresenta l'iniziativa più grande al mondo di Corporate Social Responsibility. Il documento invita le aziende partner a ispirarsi a ideali di sostenibilità e responsabilità per condurre il proprio business e a sostenere attività nelle aree dei diritti umani, dell'ambiente e dell'anti-corruzione. Anche sulla base di questo importante documento Yokohama ha implementato le azioni di piantumazione presso i propri siti produttivi: le più recenti esperienze riguardano il Tire Test Center of Asia, il circuito prove inaugurato nel 2008, e il D-Parc, lo storico centro prove giapponese. L'obiettivo della casa madre è quello di interrare 500.000 nuove piante entro il 2017, anno del centenario. Attualmente il conteggio ha

raggiunto quota 242.000.

Anche dal punto di vista economico le scelte ecologiche stanno portando benefici e risultati: Yokohama Rubber ha annunciato i dati fiscali al termine del primo trimestre 2012 (marzo): le vendite sono incrementate del 7.4%, generando un fatturato di 135.3 miliardi di yen (oltre 1 miliardo e 400.000 €), rispetto ai primi tre mesi del 2011.



Perfino i modelli più sportivi di Yokohama utilizzano tecnologie eco: l'Advan Sport V105, in primo equipaggiamento su diversi modelli Mercedes, adotta infatti la Nano Blend Compound, che utilizza l'olio estratto dalla buccia di agrumi per la mescola



© riproduzione riservata
pubblicato il 14 / 06 / 2012