All’inizio di marzo, nell’ambito dell’evento di guida Winter Drive Experience presso il sito di prova Yokohama situato nel nord della Svezia, Yokohama non solo ha sottolineato ancora una volta la sua ulteriore direzione strategica, ma ha anche fornito uno sguardo sugli attuali pneumatici invernali in gamma. Inoltre, ai rivenditori di pneumatici provenienti da tutta Europa è stato presentato un nuovo pneumatico a marchio Geolandar, che in futuro costituirà il fulcro della gamma di pneumatici SUV. Di tutto questo abbiamo parlato con Giovanni Angelo Ponzoni, CEO di Yokohama Europe, e Gino Gaspari, COO Yokohama Italia.

Come è andato l’evento? Quali pneumatici avete fatto provare? Chi era presente? Che riscontro avete avuto da parte dei clienti?

GEOLANDAR A/T-4 G015
YOKOHAMA

Il nuovo Geolandar A/T4 G018 arriverà inizialmente sul mercato europeo in 18 misure tra 15 e 18 pollici e avranno indici di velocità fino a S (fino a 180 km/h).

Il nuovo Geolandar A/T4 G018 arriverà inizialmente sul mercato europeo in 18 misure tra 15 e 18 pollici e avranno indici di velocità fino a S (fino a 180 km/h).

Il nuovo Geolandar A/T4 G018 arriverà inizialmente sul mercato europeo in 18 misure tra 15 e 18 pollici e avranno indici di velocità fino a S (fino a 180 km/h).

Ponzoni: L'evento ha avuto un successo straordinario! Abbiamo presentato una vasta gamma dei nostri pneumatici invernali ed all-season più innovativi e performanti, tra cui i modelli Yokohama BluEarth*Winter V906 per vettura, Geolandar CV 4S G061 ed il nuovo prodotto Geolandar A/T4 G018 per i SUV.

Il Geolandar A/T4 G018 a breve sostituirà il Geolandar A/T G015 e impressionarà il mercato con diverse caratteristiche. Grazie alla nuova tecnologia della mescola utilizzata, il battistrada del Geolandar A/T4 offre un chilometraggio più lungo e protegge anche da tagli e surriscaldamenti prematuri. Il disegno del battistrada aggressivo garantisce ottima trazione fuoristrada su varie superfici ed è diviso in un'area funzionale centrale e due esterne. Il nuovo Geolandar A/T4 G018 arriverà inizialmente sul mercato europeo in 18 misure tra 15 e 18 pollici e avranno indici di velocità fino a S.

La presenza di clienti, partner e stakeholder chiave è stata significativa, con una partecipazione eccezionale da parte di professionisti del settore automobilistico e del mondo dei pneumatici. I feedback ricevuti sono stati estremamente positivi, con i clienti che hanno apprezzato particolarmente le prestazioni, l'affidabilità e l'ecocompatibilità dei nostri prodotti. Il fatto che tanti imprenditori abbiano voluto partecipare all'evento sottolinea l'ampia portata delle aspettative.

Yokohama ha annunciato il Piano Transformation 2026 e il progetto di aprire una fabbrica in Europa, se ne è parlato all'evento? Possiamo avere qualche info in più?

Ponzoni: Sì, durante l'evento abbiamo anche discusso del Piano "Yokohama Transformation 2026" (YX2026) che rappresenta la nostra visione strategica per il futuro, incentrata sull'innovazione, la sostenibilità e la crescita globale. Questo piano prevede investimenti significativi in ricerca e sviluppo, digitalizzazione e nuove tecnologie per migliorare ulteriormente la qualità dei nostri prodotti e servizi. Con YX2026, Yokohama avanzerà ulteriormente nel far leva sui punti di forza delle sue attività esistenti e nell'esplorazione di

nuove frontiere del valore, completando la trasformazione avviata con YX2023 e avendo cura di non lasciare eredità negative per le generazioni future. In base a questa filosofia guida, la direzione implementerà con risolutezza le strategie di crescita stabilite per ciascuna attività, mirando a ottenere una “Crescita a Hockey Stick” durante YX2026 fino all’esercizio fiscale 2027.

Gli obiettivi per l’esercizio fiscale 2026, l’anno finale di YX2026, sono un fatturato di vendita di ¥1.150 miliardi, un utile operativo di ¥130 miliardi, una margine operativo del 11% e un ROE superiore al 10%.

Giovanni Angelo Ponzoni, CEO di Yokohama Europe

Per quanto concerne invece la realizzazione di una fabbrica in Europa non ci sono piani ufficiali da parte di Yokohama HQ, ma confermiamo che questo è un obiettivo che continuiamo a perseguire come Yokohama Europe al fine di migliorare il servizio ai clienti, ottimizzare i processi e ridurre l’impatto ambientale delle nostre operazioni.

Yokohama ha appena annunciato la sponsorizzazione dell’ATP Tour di tennis.

Ponzoni: Si,siamo davvero lieti di collaborare con l’ATP Tour, una piattaforma premium veramente globale che condivide il nostro impegno per l’eccellenza e l’innovazione. Questa sponsorizzazione costituisce il palcoscenico perfetto per esporre il marchio Yokohama e ci dà l’opportunità di coinvolgere i nostri partner commerciali con esperienze uniche ed esclusive. La nostra gamma di pneumatici è nota per le prestazioni incredibili su diverse superfici, proprio come i giocatori dell’ATP Tour. Siamo estremamente orgogliosi di

diventare il partner ufficiale dei pneumatici dell'ATP e miriamo a sfruttare questa partnership per sostenere la consapevolezza del nostro marchio e continuare ad espandere la nostra presenza in tutta Europa, partecipando ad eventi come Rolex Monte-Carlo Masters, Internazionali BNL d'Italia, Cinch Championships (London Queen's Club), Hamburg European Open e le prestigiose Nitto ATP Finals di Torino.

Sono passati i primi mesi dalla creazione della "nuova" Yokohama Italia. Cosa avete realizzato? Che progetti avete per il prossimo periodo?

Gaspari: per quanto riguarda i primi mesi della nostra nuova filiale italiana, ci siamo concentrati innanzitutto sulla ricerca, selezione e assunzione di professionisti del settore provenienti da background diversi. Questa strategia è stata mirata a creare un team eterogeneo di talenti con un mix di esperienze e competenze, che possano arricchire la nostra operatività e garantire un giusto bilanciamento anche in termini anagrafici.

Gino Gaspari, COO Yokohama Italia

Riteniamo che questa diversità sia fondamentale per stimolare l'innovazione e garantire una prospettiva inclusiva nelle nostre attività. È degno di nota che, a capo di ogni funzione, circa tre quinti sono donne, dimostrando il nostro impegno per la parità di genere e l'empowerment femminile all'interno dell'organizzazione. Questo approccio ci ha permesso di consolidare le basi per una crescita sostenibile e innovativa. Per il prossimo periodo, abbiamo in programma di intensificare le nostre attività di marketing e di sviluppo commerciale, puntando sull'espansione della nostra presenza sul territorio italiano e sull'implementazione di nuove strategie per soddisfare le esigenze dei nostri clienti.

Come sta andando il mercato italiano per Yokohama? Che trend si stanno delineando?

Gaspari: Ilmercato italiano per Yokohama sta mostrando segnali promettenti, con un crescente interesse da parte dei clienti che suscita grande attenzione.

Stiamo assistendo a una maggiore domanda di pneumatici di alta qualità e prestazioni, con una crescente consapevolezza dell'importanza della sicurezza stradale e dell'efficienza energetica.

Inoltre, stiamo osservando un aumento dell'interesse per le tecnologie innovative e sostenibili nel settore dei pneumatici, come pneumatici a bassa resistenza al rotolamento e pneumatici adatti a veicoli elettrici. Ora non ci rimane che attendere maggio, quando l'ATP farà finalmente tappa in Italia, per accogliere i migliori clienti italiani per un evento esclusivo e fantastico!

YOKOHAMA
YOKOHAMA
VOLVO
YOKOHAMA

YOKOHAMA
YOKOHAMA
YOKOHAMA

YOKOHAMA

YOKOHAMA