

Dopo il lancio, avvenuto quest'anno nel mercato europeo, di quattro nuovi pneumatici, il produttore giapponese Falken, che fa parte del gruppo SRI, conferma il proprio impegno a riflettere i cambiamenti del mercato, sviluppando e promuovendo prodotti destinati ai paesi europei, specialmente in nicchie di prodotto in forte crescita. I nuovi prodotti sono stati infatti pensati per le caratteristiche dei clienti europei e anche la rete distributiva negli scorsi mesi è andata definendosi con accordi di esclusiva. In Italia la distribuzione del brand Falken è stata affidata a Consor Tyres Group Srl, dopo trattative e incontri che sono culminati [nell'ufficializzazione della partnership durante Autopromotec](#) nel maggio 2011 e il [meeting in Giappone](#), tra i rappresentanti del consorzio italiano e i dirigenti del colosso giapponese, avvenuto alcuni mesi dopo.

Nello stand di Falken ad Essen saranno esposte tutte le ultime novità: il portabandiera del gruppo, l'Azenis FK453, l'innovativo [ZE914](#), il [WildPeak](#) dedicato all'off-road e [l'FK453CC](#), una gomma studiata appositamente per i SUV del mercato europeo.

“Come il parco auto sta cambiando, così anche la nostra gamma di pneumatici si sta evolvendo”, dichiara Isamu Ishida, direttore di Falken Europe. “Il segmento dei SUV è un buon esempio di come Falken stia sviluppando sempre più gomme mirate ad ottimizzare le prestazioni di diversi specifici segmenti.”

L'Europa è per Falken un mercato strategico, dove continua ad investire e ad incrementare la presenza di personale, sia tecnico che commerciale, nella sede centrale alle porte di Francoforte. “Abbiamo assunto altri ingegneri quest'anno, proprio perché vogliamo tarare i nostri prodotti alle esigenze del mercato europeo e offrire un supporto tecnico al nostro crescente network di clienti OE”, continua Ishida. “Con un numero sempre maggiore di distributori e di rivenditori, il 2012 si presenta come un anno estremamente positivo.”