

Erano presenti tutti i vertici di Falken e Sumitomo Rubber Industries alla 24 Ore di Nürburgring, uno degli eventi motoristici più attesi dell'anno in Germania e palcoscenico ideale per un marchio ed un prodotto che puntano proprio sulla sportività. Falken ha infatti firmato l'evento con una forte campagna di visibilità del brand, esposto in pista e nelle zone di maggior affluenza di pubblico, sulle auto, anche quelle non gommate Falken, con le ragazze immagine e nello stand espositivo in galleria. Prima del via alla competizione e a margine della stessa, Falken ha inoltre organizzato uno spettacolo di drifting e una presentazione dei nuovi prodotti a clienti e stampa. La scelta di investire in questo evento, oltre ad interpretare perfettamente la vocazione sportiva di Falken, ha delle ragioni concrete, vista la risonanza internazionale e l'importante bacino di potenziali utenti raggiunti: la ADAC Zurich 24h ha infatti attirato quest'anno 235.000 spettatori, 170 auto e 600 piloti.

Il gruppo giapponese ha coinvolto nell'evento una trentina di giornalisti e circa 250 dealer da tutta Europa, Italia compresa, che era rappresentata da Davide e Riccardo Di Maria della Astigiana Gomme e dall'ing. Daniela Bolla, coordinatrice e project manager di ConsorTyres Group, che distribuisce in esclusiva il brand in Italia. Insieme a clienti e ospiti, hanno seguito con partecipazione la gara dall'hospitality Ikuji Ikeda, presidente di Sumitomo Rubber Industries (SRI), Yasushi Tanaka, presidente e ceo di Falken e Isamu Ishida, direttore generale di Falken Tyre Europe, che, oltre a tifare la Porsche 44 gommata Falken, hanno approfittato dell'occasione per incontrare, in un clima di convivialità, collaboratori, partner commerciali e clienti.

Se indubbio è stato il successo d'immagine, meno fortuna ha avuto, pur essendo tra le favorite, la Porsche 911 GT3 R, col numero 44, del team Falken Motorsport, che alle 2:20 di notte, a causa di un'improvvisa pioggia ha avuto un incidente, che ha danneggiato seriamente la vettura, rendendone impossibile la riparazione.

Il ruolo da protagonista che ha giocato Falken alla 24 Ore di Nürburgring dimostra chiaramente la volontà dell'azienda di investire in Europa. La filiale tedesca, guidata da Ishida, ha infatti assunto in soli due anni 51 dipendenti, con l'obiettivo a medio termine di raggiungere le 100 unità. Oggi l'Italia è il terzo mercato europeo per le gomme Falken, preceduto dalla Germania al primo posto e dal Regno Unito al secondo.



Daniela Bolla coordinatrice e project manager di ConsorTyres Group con i vertici di Sumitomo e Falken. Da sinistra: Yasushi Tanaka, presidente e ceo di Falken, Isamu Ishida, direttore generale di Falken Tyre Europe e Ikuji Ikeda, presidente di Sumitomo Rubber Industries (SRI)



La Porsche 911 GT3 R, col numero 44, del team Falken Motorsport ha abbandonato la gara a causa di un incidente, dovuto alla pioggia caduta durante la notte



Davide e Riccardo Di Maria, della Astigiana Gomme, hanno assistito, ospiti di Falken, alla 24 Ore di Nürburgring. L'Italia è oggi per il brand giapponese il terzo mercato europeo