

[Come avevamo anticipato in aprile](#), il marchio Alliance, finora noto solo nel settore agricoltura, diventerà il second brand vettura di Yokohama. L'azienda giapponese, che esattamente un anno fa ha acquistato l'indiana ATG, specializzata nell'OTR e proprietaria del marchio di pneumatici agricoli Alliance, ha deciso di sfruttare la sua sponsorizzazione del Chelsea Football Club per battezzare questa new entry.

Il 21 luglio scorso, infatti, Yokohama Rubber ha ampliato l'accordo con la squadra di calcio inglese per la stagione 2017-2018 per aggiungere nella maglietta anche il logo Alliance. Oltre al marchio Yokohama che campeggia sul petto dei calciatori del Chelsea già da due stagioni, le magliette che saranno indossate nelle partite di Premier League, FA Cup e Carabao Cup riporteranno anche il brand Alliance Tyres nella manica sinistra. Il debutto delle nuove magliette è avvenuto lo scorso 22 luglio, in occasione dell'amichevole pre-stagionale con l'Arsenal nello stadio di Pechino.



Entra dunque nel vivo l'acquisizione strategica di ATG da parte di Yokohama avvenuta nel luglio 2016 e finalmente anche l'azienda giapponese potrà offrire, accanto al più prestigioso marchio Yokohama, anche una proposta budget, sfruttando un marchio storico, nato in Israele nel 1950 per il mondo dell'agricoltura e lanciato da ATG anche in Europa, dove sta conquistando la fiducia dei consumatori.

Con questo marchio nuovo - nel settore consumer - Yokohama si aspetta di "rispondere meglio ai bisogni di un pubblico più vasto e diverso di consumatori del segmento passenger", mentre "Alliance Tire Group (ATG) continuerà ad espandere il suo business nei mercati off-highway (agricoltura, costruzioni, industriale), sempre utilizzando il marchio Alliance". Va da sé che la sponsorizzazione - pur se nata per gli automobilisti - potrà portare vantaggi anche per il business agro.