

Insieme all'inaugurazione del piano strategico "Vision 2020" che delineava gli obiettivi fino al suo 100esimo anniversario, nel maggio 2011 Toyo Tire&Rubber aveva annunciato anche il piano "Mid-term 11", che individuava gli obiettivi fino al 2015. L'azienda dichiara oggi che, grazie ad un clima favorevole del business, tra cui un indebolimento dello yen giapponese e i bassi prezzi delle materie prime, ha già raggiunto gli obiettivi prefissati per il 2015. Toyo ha quindi re-impostato un nuovo piano a medio termine chiamato "Mid-term '14 Go Beyond", che sarà valido fino alla fine del 2016.

Toyo ha dichiarato che il nuovo piano industriale a medio termine è "una dichiarazione di intenti per sviluppare ulteriormente il business." Gli obiettivi del piano Mid-term '14 prevedono un fatturato consolidato di 470 miliardi di yen (3,3 miliardi di euro circa) per la chiusura dell'anno 2016, con 380 miliardi di yen (2,7 miliardi di euro circa) provenienti dal business dei pneumatici. L'obiettivo riguardo il risultato operativo è di 52 miliardi di yen (374 milioni di euro circa), di cui 46 miliardi di yen (330 milioni di euro circa) provenienti dai pneumatici e un margine operativo del 11,1% (12,1% nei pneumatici). Gli obiettivi prefissati nel piano 2015 relativi a questi ultimi campi erano già stati raggiunti nel 2013.

Il piano prevede anche investimenti per 130 miliardi di yen (937 milioni di euro circa) durante il periodo 2014-2016, di cui 105 miliardi di yen (757 milioni di euro circa) nel settore dei pneumatici. I progetti da realizzare nel corso del Mid-term '14 comprendono l'aumento della capacità produttiva dello stabilimento in Malesia e il trasferimento della produzione di pneumatici standard dal Giappone a questo sito. Aumenterà anche la gamma di prodotti realizzati nelle fabbriche cinesi e la capacità produttiva negli Stati Uniti. La capacità globale dovrebbe aumentare da 214.000 tonnellate all'anno del 2013 alle 270.000 tonnellate dell'anno 2016, con il rapporto tra la produzione giapponese e quella estera che passerà dal 35% al 50%; per l'esercizio finanziario 2016, le strutture negli Stati Uniti produrranno il 30% del totale e quelle in Asia il 20%.

I pneumatici SUV e CUV (pneumatici per crossover), così come quelli TBR godono di una particolare attenzione nel piano produttivo a medio termine. Toyo mira infatti a stabilire una posizione di primo piano nel mercato dei pneumatici SUV/CUV e sostiene che "spingerà aggressivamente le vendite" in questo segmento. L'obiettivo è quello di aumentare i volumi di vendita del 2013 di questi prodotti del 45% entro il 2016. Questi pneumatici hanno rappresentato il 32% delle vendite globali di Toyo lo scorso anno, e l'azienda si aspetta di arrivare al 40% alla fine del piano a medio termine. La quota di mercato dei pneumatici SUV/CUV negli Stati Uniti dovrebbe salire dal 4,5% (2013) al 6,0% (2016). Per quanto riguarda il segmento dei pneumatici radiali per camion e autobus, Toyo dichiara che vuole sviluppare questo business in Nord America, Giappone, Cina e Medio Oriente.

Infine, il Mid-term '14 prevede una moderata ripresa per il mercato europeo. Toyo mira a rispondere alle normative ambientali europee aumentando le vendite dei suoi prodotti Nanoenergy. La società intende inoltre “sviluppare aggressivamente” i mercati del nord e dell'est Europa in cui vengono utilizzati i pneumatici invernali e aumentare le vendite di pneumatici SUV/CUV in Russia.