



Bridgestone, ora offre app per servizi di mobilità

Quello tracciato da Bridgestone è uno scenario che lascia poco spazio ai dubbi. Nel 2030 il 100% dei veicoli circolanti sarà connesso, il 57% di essi sarà elettrico e il 22% sarà dotato di guida autonoma. Il 33% dell'auto in circolazione, infine, sarà legato ad una qualche forma di mobilità condivisa.

Di fronte a certe previsioni, restare fermi alla sola produzione di pneumatici, per quanto nel ruolo di leader mondiale del settore davanti a Michelin e Goodyear, porterebbe a un'inevitabile contrazione del volume d'affari. Bridgestone, invece, ha deciso di passare all'attacco, ponendosi l'ambizioso obiettivo di passare da numero uno nel settore delle gomme a numero uno nell'ambito delle soluzioni di mobilità. Ci sta provando partendo dal centro R&D dell'area EMEA, che ha sede a Roma e che conta di oltre 550 dipendenti.

Un futuro in digitale

Partiamo da un dato: l'azienda nipponica, nel 2017 (ultimo bilancio disponibile), ha speso 790 milioni di euro in ricerca e sviluppo. Cifre a parte, però, ci sono mosse tangibili che mostrano la volontà di diversificare l'attività verso il settore dei servizi. Tra questi, il recentissimo accordo con Iris Capital, società di investimenti con la quale Bridgestone collaborerà per esplorare nuove soluzioni di mobilità sfruttando soprattutto le opportunità offerte dai prodotti digitali. Ma andiamo con ordine.

Manutenzione a portata di app

È almeno dal 2017 che Bridgestone prova a diversificare in maniera concreta. Tra le prime, la realizzazione di un servizio che, proprio partendo dal pneumatico, cerca di modificare il rapporto tra cliente finale e prodotto. Il servizio si chiama Mobox, e grazie a un abbonamento mensile (con un costo a partire da 7 euro) permette agli automobilisti di accedere tramite app a tutta una serie di servizi inerenti l'acquisto e il cambio delle gomme.

Il servizio, che prevede anche la possibilità di gestire altri interventi di manutenzione, è partito in Francia e in Spagna ma si sta diffondendo velocemente in tutta Europa, dove arriverà diffusamente nel corso di quest'anno. Dopo Mobox è stata la volta di "MySpeedy", servizio presentato durante lo scorso Salone di Parigi e al momento attivo soltanto in Francia. MySpeedy, sempre attraverso un'app, permette di monitorare in tempo reale lo stato di manutenzione del veicolo e segnala all'automobilista la necessità di un intervento in officina prima che il problema si aggravi.

Flotte sotto controllo

Un altro esempio degli sforzi che Bridgestone sta compiendo per diversificare è arrivato a fine gennaio quando, per 910 milioni di euro, ha acquistato TomTom Telematics, divisione di TomTom leader in Europa nella gestione digitale delle flotte. Bridgestone considera l'acquisizione come una pietra miliare della propria evoluzione verso l'offerta di servizi di mobilità.

TomTom Telematics, infatti, conta sulla propria piattaforma già 860.000 veicoli (due terzi dei quali sono commerciali) ed è in grado di gestire 800 milioni di posizioni Gps, 3,3 milioni di spostamenti e 200 milioni di messaggi ogni giorno. Già prima di questo, però, attraverso la piattaforma digitale FleetPulse, l'azienda offriva strumenti di gestione delle flotte.

Altri approfondimenti su Bridgestone

Bridgestone Blizzak LM005, gli invernali pensati per quando piove

Bridgestone, a Ginevra anche la bici ha il pneumatico senz'aria

Dal digitale al reale

Da una parte Bridgestone investe nella realizzazione di servizi digitali per la gestione e la

manutenzione dei veicoli, dall'altra, punta a impegnarsi sempre di più sul campo. Lo dimostrano l'acquisizione della rete di negozi di ricambi ETB, che opera in Inghilterra, e l'acquisto di un cospicuo pacchetto di azioni di una società che controlla le officine tedesche Pitstop. Entrambe le operazioni sono state compiute proprio al fine di intensificare la propria attività nel ramo dell'assistenza e della ricambistica e chiudere in un certo senso il cerchio.

Concorrenza agguerrita

E gli altri? Non stanno certo a guardare. Michelin, ad esempio, circa un anno fa ha sviluppato una serie di servizi anch'essi dedicati alla gestione delle flotte. Si rivolgono alla programmazione dei percorsi (MyBestRoute), alla standardizzazione dei processi di ispezione e manutenzione (MyInspection), alla formazione degli autisti (MyTraining) e alla promozione di comportamenti corretti per migliorare la sicurezza stradale (MyRoadChallenge).

Come se non bastasse, sempre Michelin, con una mossa analoga a quella di Bridgestone, a marzo dello scorso anno ha acquistato per 60 milioni di euro il 20% della società tedesca Auto-Teile-Unger (ATU) che gestisce una delle principali reti di ricambi e officine in Germania. Iniziative analoghe sono messe in atto anche da altre aziende che, a quanto pare, sarà presto riduttivo indicare con il termine di semplici produttori di pneumatici.