



Bridgestone Europe mette le mani su Tom Tom Telematics

Colpo grosso di Bridgestone Europe, vale a dire la sussidiaria da questa parte del mondo della multinazionale giapponese, che per 910 milioni di dollari ha acquisito da Tom Tom, la sua business unit TomTom Telematics, leader europeo nelle soluzioni digitali per la gestione delle flotte. Il colpo è grosso perché unisce il più grande produttore al mondo di pneumatici e prodotti in gomma con il provider numero uno nelle soluzioni digitali per le flotte in Europa, creando un'importante piattaforma dati per veicoli connessi. In questo modo Bridgestone punta a diventare nell'area EMEA il leader nelle soluzioni di mobilità, potendo combinare la vendita di pneumatici e di soluzioni digitali, così da raggiungere una clientela più ampia. Inoltre, l'accesso ai dati migliorerà la fase di sviluppo e favorirà l'innovazione legata agli pneumatici connessi.

Bridgestone ha già sviluppato competenze nella raccolta di dati provenienti da sensori, piattaforme dati e analytics, creando una gamma di soluzioni e applicazioni digitali (Tirematics, Mobox, FleetPulse e Bridgestone Connect). E tutto questo sembra integrabile con l'attività di TomTom Telematics, che dispone di una base di utenti registrati ampia e in crescita di 860.000 veicoli di cui oltre due terzi di natura commerciale. Bridgestone può accelerare questo business, in quanto può attingere al forte patrimonio di marca di Tom Tom Telematics, alla sua ampia base di clienti, allo status di fornitore preferito per molti dei principali costruttori di veicoli e a 2.600 punti vendita nell'area EMEA. Inoltre Bridgestone porta in dote il suo essere leader di settore per gli investimenti in R&D.

Ed ecco perché Paolo Ferrari, CEO e President Bridgestone EMEA, Executive Vice President Bridgestone Group, parla dell'operazione come «un perfetto abbinamento: i nostri asset e competenze complementari creeranno un potente motore di soluzioni per le flotte e rafforzeranno ulteriormente la divisione di Bridgestone dedicata alla tecnologia digitale. In aggiunta, ci sarebbero considerevoli benefici dall'unione delle nostre offerte, permettendoci, tra molte altre opportunità, di vendere pneumatici e soluzioni digitali ai nostri clienti». Ma Ferrari aggiunge che l'intenzione di Bridgestone è di fare in modo che «TomTom Telematics continui a servire i suoi clienti con successo come ha fatto negli ultimi anni e a sfruttare la sua posizione di numero uno in un mercato in rapida crescita».

Anche Harold Goddijn, CEO TomTom, riferisce che l'operazione è maturata «d»,

L'operazione dovrebbe essere completata al più tardi nel secondo trimestre del 2019 anche se è soggetta alle approvazioni normative pertinenti, alla consultazione con gli organismi di rappresentanza dei dipendenti TomTom e all'approvazione degli azionisti di TomTom.

© RIPRODUZIONE RISERVATA - Uomini e Trasporti