

E' uscita in questi giorni la prima edizione del libro CoolBrands - Around the world in 80 brands.com (Il giro del mondo in 80 marchi.com) e al suo interno si trovano recensioni e articoli su persone "visionarie", marchi di tendenza, destinazioni alla moda e molto altro. Apollo Tyres è uno dei "leading brands" presenti in questo volume, il cui scopo è quello di proporre storie straordinarie da raccontare e condividere con gli "opinion makers" di tutto il mondo. Il libro fa parte di un progetto più generale che comprende la diffusione online e la condivisione attraverso social media, conferenze tenute dai protagonisti presso le università e workshop.

"Apollo Tyres è lieta di far parte di questo progetto capace di raccontare storie di successo", ha commentato Rob Oudshoorn, CEO di Apollo Vredestein. "Essere presenti riflette la natura ambiziosa dei nostri progetti, nonché la crescita davvero esplosiva negli ultimi anni della nostra società, sia a livello nazionale sia internazionale. Questa crescita è stata resa possibile in buona parte anche dall'acquisizione delle fabbriche Dunlop in Sud Africa e Vredestein in Europa".

Nell'intervista, rilasciata per l'originale pubblicazione, Onkar Kanwar, presidente di Apollo Tyres, racconta la storia dell'azienda a cui, ad un certo punto, l'India stava stretta ed ha fatto il salto verso un futuro globale, perché "con il nome di un dio greco (Apollo), non si può stare seduti ad aspettare."

"L'Europa - continua Kanwar - è la patria dei quattro principali global brand: Bridgestone, Michelin, Goodyear e Continental. Per fare breccia in Europa, per noi è fondamentale entrare nel mercato del primo equipaggiamento e fornire i pneumatici alle Case automobilistiche europee." Di qui l'acquisizione di Vredestein, che per l'azienda indiana ha avuto una doppia valenza: in primo luogo l'implementazione di un know how tecnologico di prima classe e poi l'accesso ai mercati dei 13 Paesi, dove l'azienda olandese possedeva delle reti distributive organizzate.

Se dunque il piano a breve termine è di conquistare una fetta della torta europea, grazie anche al progetto di costruzione di una fabbrica in un Paese dell'Europa dell'est nei prossimi due anni, Kanwar annuncia dei progetti anche in America Latina: "stiamo verificano le possibilità di una joint venture o di un qualche tipo di collaborazione con un player locale".

Insomma, piani degni di un dio greco, "o meglio di un dio indiano", conclude Kanwar.

CoolBrands - Around the world in 80 brands.com

Maarten Schäfer e Anouk Pappers hanno dato avvio al progetto "CoolBrands" verso la fine del 2010. "La condivisione di storie così importanti e preziose attraverso i diversi continenti aumenta la conoscenza di tutti coloro che le leggono e le ascoltano", afferma Pappers. "Per esempio, il punto di vista di Oskar Metsavaht a Rio de Janeiro sulla questione della sostenibilità può rivelarsi utilissimo anche per le imprese europee e statunitensi. Lo stesso vale per il modo in cui in Nigeria tutti i settori riconducibili alla creatività - stilisti, uomini d'affari, musicisti - stanno costruendo un nuovo futuro per il loro paese o come una società di telecomunicazioni degli Emirati Arabi Uniti ha contribuito a migliorare la salute in Africa e in parte dell'Asia seguendo una via "eco-friendly". C'è davvero così tanto da imparare ... "

"Un altro esempio eccellente è la storia di come il marchio Harley-Davidson è riuscito a essere al tempo stesso sostenibile ed incredibilmente alla moda ", aggiunge Schäfer. "Abbiamo anche scoperto come Saatchi & Saatchi vede il futuro di "Lovemarks" e abbiamo incontrato Chad Smith dei Red Hot Chili Peppers (inseriti nella "Rock and Roll Hall of Fame" all'inizio di quest'anno) che figura, secondo la classifica stilata dalla rivista "Rolling Stone", nei primi 100 migliori batteristi di tutti i tempi".

Il libro, in edizione limitata, può essere ordinato sul sito web www.aroundtheworldin80brands.com al prezzo di euro 49,50 (IVA esclusa).