Eima 2016 è stata la prima fiera in cui ATG ha partecipato come espositore dopo l’acquisizione da parte di Yokohama ed è stato, quindi, un evento cruciale per l’azienda indiana. Peter Baur, presidente di ATG Europe, ha voluto fare alcuni commenti sulle prospettive di sviluppo di ATG per i prossimi anni.

Cosa pensa dell’acquisizione?

“Siamo orgogliosi di essere parte del gruppo Yokohama. ATG deve ringraziare il precedente proprietario, il fondo di investimento globale KKR, che ha investito moltissimo nel corso degli anni permettendo all’azienda di crescere. Ma ora guardiamo al futuro, un futuro che ci vede insieme ad un’azienda che ha 100 anni di storia, di esperienza, di know how. Un’azienda che ha stabilimenti in tutto il mondo, risorse e da cui potremo ottenere grandi benefici e sinergie.

L’acquisizione si trasformerà in una fusione?

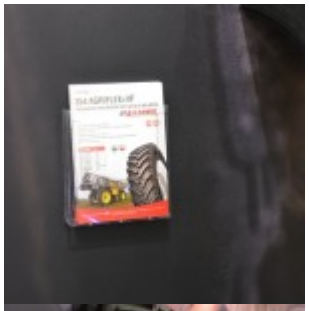
No. I business sono differenti e si completano perfettamente, ma rimarranno indipendenti. ATG vuole, e lo vuole anche Yokohama, conservare i punti di forza dell’azienda: la flessibilità e l’agilità, che ha letteralmente affascinato i giapponesi. ATG è un’azienda piccola e focalizzata su un mercato specifico e così rimarrà. Anche la distribuzione rimarrà separata.

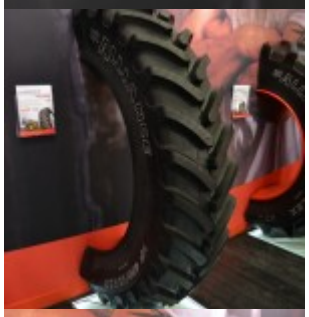
Come sta andando il business in Europa?

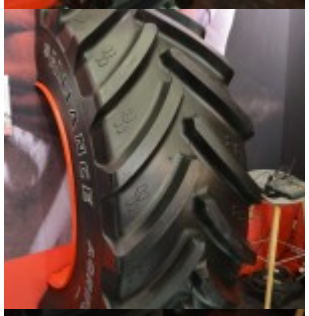
ATG è oggi il produttore di pneumatici agricoli che presenta la più rapida crescita degli ultimi anni. Abbiamo un piano di investimenti di 200 milioni di euro in produzione e distribuzione, e inoltre stiamo investendo nel personale: nel 2013 avevamo 7 ingegneri, mentre oggi sono 11 e, in generale, il team è più che raddoppiato in 3 anni. Inoltre, grazie alla flessibilità e all’agilità di cui parlavo prima, abbiamo una capacità di sviluppo estremamente veloce: parliamo di 100 prodotti l’anno nuovi. Tutto questo ha permesso ad ATG Europe di registrare un incremento dei volumi del 170% nel periodo 2012-2015. Inoltre, negli ultimi anni abbiamo continuamente, e abbondantemente, superato il mercato europeo: nel 2014 il mercato è cresciuto del 4%, mentre ATG del 23%, nel 2015 il mercato è calato del 3% ed ATG è cresciuta dell’11%, nel 2016 il mercato è calato del 5% e ATG è cresciuta del 9% ed infine nel 2017 è previsto che il mercato si attesti ad un -5%, mentre ATG crescerà del 10%. Ad oggi abbiamo 90 distributori in 40 paesi europei. Questi numeri sono emblematici.

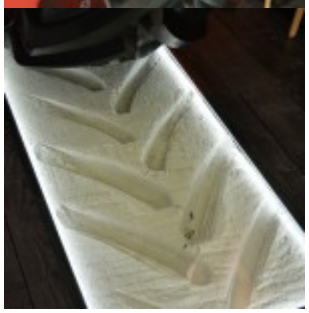
Cosa ci riserva il futuro prossimo?

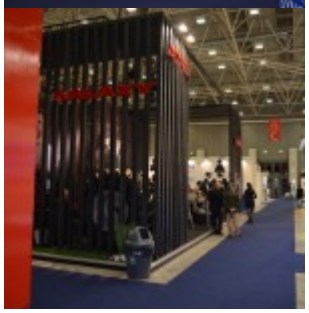
Nei prossimi 9 mesi saranno lanciati 167 nuovi articoli, tra cui prodotti per trattori, flotation, muletti, escavatori e molto altro. Inoltre, continueremo ad investire per supportare i nostri distributori, nello sviluppo di prodotto e nella nostra organizzazione.











© riproduzione riservata
pubblicato il 25 / 01 / 2017