

“From tyres to soles” è la filosofia alla base del progetto nato nel 2014, che ha visto l’entrata di Michelin nel settore delle soles per calzature ad alte prestazioni, dall’outdoor alla sicurezza sul lavoro, dal lifestyle allo sport. In meno di 4 anni Michelin è stata scelta da oltre 60 aziende leader di settore con cui ha sviluppato più di 300 progetti con soles customizzate, ad hoc per specifiche richieste, in oltre 10 segmenti di mercato. Il 2018 vedrà Michelin a fianco dei suoi partners in oltre 19 fiere internazionali come Shot Show (military) a Las Vegas, Outdoor Retailer/SIA (outdoor e sport invernali) a Denver, ISPO (outdoor e trend sport) a Monaco, IWA a Norimberga, solo per citarne alcune, durante le quali verranno presentati nuovi modelli con nuove innovazioni Michelin.

Dal suo ingresso nel mondo delle soles per calzature ad alte prestazioni Michelin ricopre un ruolo da protagonista, perché da quando si è affacciata sul mercato, nel 2014, il settore ha trovato un partner competente in grado di fornire reale innovazione. L’azienda francese ha rivoluzionato il settore grazie all’introduzione di innovazioni ispirate dal mondo dei pneumatici, ma soprattutto grazie alla realizzazione del concetto “From tires to sole”. Così come esiste uno pneumatico adatto a un determinato tipo di terreno, o per uno specifico utilizzo, lo stesso vale anche per le calzature, la cui suola deve essere realizzata ad hoc per la specifica attività e per le specifiche esigenze dell’utilizzatore finale.



Andrea de Pascale, Head of Partnership and Marketing

Il progetto Michelin Technical Soles rappresenta il frutto di una partnership transnazionale, con il cuore italiano per la progettazione, un’anima francese per la ricerca e sviluppo e una

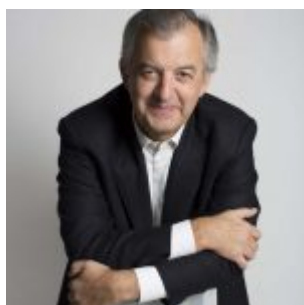
operatività nel far-east per la produzione: *“Una distribuzione mondiale al consumatore che vede oltre il 60% del proprio mercato di consumatori nel nord America”* sottolinea **Andrea de Pascale**, Head of Partnership & Marketing. Obiettivi 2018? *“Ampliare la divisione commerciale di Verona attraverso l’inserimento di nuove figure - conferma de Pascale - continuare l’espansione in nuovi segmenti di mercato ed incrementare la partnership con aziende leader, comunicando sempre di più la nostra unicità al consumatore finale”*.

A livello finanziario **Ambrogio Merlo** conclude: *Prevediamo di chiudere l’anno 2017 con un incremento di cifra d’affari di oltre il 40% rispetto al 2016. Oggi alla divisione R&D e sviluppo prodotti dedichiamo circa il 15% del fatturato”*.

*“La forza della nostra azienda è accettare sfide impegnative attraverso la proposta di soluzioni creative - sottolinea **Ambrogio Merlo** a capo del progetto Michelin Technical Soles - e sin dai primi passi in questo settore, Michelin si è posta nei confronti delle aziende come un partner capace, non solo di sviluppare soles personalizzate, ma anche di ingegnerizzare soluzioni tecniche innovative ai bisogni dell’utente finale”*.

Questo è il focus che ha sempre rappresentato il motore del progetto soles Michelin, e che viene confermato anche per il futuro, grazie alla sua capacità di introdurre sul mercato tecnologie e soluzioni sempre più innovative. Qualità riconosciute dai top brand che hanno scelto di equipaggiare le proprie collezioni con soles a marchio Michelin, introducendo soluzioni ad hoc nei 10 segmenti di mercato in cui opera Michelin: Motorsport, Outdoor, Active Sport, Winter Sport, Indoor Sport, Running, Trend Sport, Nature Sport Water Sport e Work & Safety.

Michelin è l’interlocutore privilegiato e competente per chi vuole distinguersi. *“La forza del nostro progetto sta nella collaborazione virtuosa tra il nostro team dedicato allo sviluppo tecnico delle soles guidato da Trond Sonnergren ed il team R&D di Michelin Tires composto da oltre 6.000 ingegneri e ricercatori ubicati nelle sedi di tutto il mondo. Un confronto che unisce la competenza Michelin di ciò che succede nel “contatto al suolo” con le expertise del brand partner, in un reciproco e continuo scambio di test e contributi”* conclude l’ingegner Merlo. *“Ogni progetto - aggiunge Trond Sonnergren - parte dall’esperienza di uno o più battistrada e dalle risposte della mescola applicata, per disegnare la suola che dovrà rispondere a una specifica esigenza. È per questo che ogni giorno si apre con una nuova sfida, ogni progetto ha sua storia, una sua anima, non esistono due soles uguali. Una scelta vincente la nostra, che ci ha permesso di dare vita a oltre 300 progetti”*.



Ambrogio Merlo, CEO Michelin Technical Soles



silhouette of construction worker on scaffold



Trond Sonnergren, Head of Design and Product Development per Michelin Technical Soles