

Innowacje i zrównoważony rozwój. Wywiad z CEO Prometeon Tyre Group.

data aktualizacji: 2023.06.01



Roberto Righi, CEO Prometeon Tyre Group.

Połowa towarów przewożonych w Unii Europejskiej podróżuje transportem kołowym. Jednak w społeczeństwie wciąż pokutuje mylne przekonanie, jakoby był on głównym winowajcą nadmiernego ruchu i zanieczyszczenia środowiska. A warto pamiętać, że jest to sektor hipertehnologiczny, który wraz z logistyką daje pracę 10 milionom osób w Europie i generuje przychód o wartości ponad 1500 miliardów euro.

Wywiad z Roberto Righim, CEO Prometeon Tyre Group.

Człowiek o tym nie myśli - widzi tylko ogromne ciężarówki, które stoją w kontraście do mikroczipów, i nie dociera do niego, że poziom technologii oraz innowacji we współczesnym transporcie przemysłowym jest bardzo wysoki.

Dokładnie tak. W zeszłym roku miała miejsce premiera nowej generacji naszych opon - Serie 02. Pracował nad nią zespół ponad 100 profesjonalistów pod przewodnictwem Alexandre'a Bregantima, przejeżdżając w ramach prób 180 milionów kilometrów. Możemy śmiało powiedzieć, że seria ta reprezentuje najnowocześniejsze technologie naszej produkcji w zakresie innowacji i zrównoważonego rozwoju.

Modnym ostatnio określeniem jest „zrównoważony rozwój”. Co to właściwie oznacza?

To ładne sformułowanie, lecz pozostanie puste, jeśli ów rozwój nie stanie się jednym z priorytetów firm i jeśli nie wdrożą polityki handlowej, która pozwoli to podtrzymać. Aby się rozwijać i dawać pracę ludziom, przedsiębiorstwa muszą generować zysk, jednak tylko silne wyczulenie na kwestie

zrównoważonego rozwoju jest w stanie umożliwić utrzymanie tych rezultatów na krótszą i dłuższą metę. Sama strategia nie wystarczy.

Różnica tkwi w szczegółach. Na przykład w latach 2020-2021 nasze fabryki zmniejszyły zużycie energii o 10% w ujęciu globalnym. Może nie wygląda to imponująco, ale to naprawdę dużo. Jeśli chodzi o linie produktów przeznaczonych do długich dystansów, nasza Serie 02 waży mniej od opon z poprzedniej generacji. Różnica wynosi kilka kilogramów, jednak w kontekście liczb związanych z produkcją przemysłową jest to ogromna redukcja kosztów, która przekłada się na zmniejszenie zużycia surowców, energii potrzebnej do produkcji i transportu, a także na niższy opór toczenia. To z kolei oznacza zmniejszenie zużycia paliwa i, co za tym idzie, wpływu na środowisko. To niewiele kilogramów, ale mają one fundamentalne znaczenie.

Kierowców może to jeszcze niewiele obchodzić, ale dla właścicieli TIR-ów lub floty opór toczenia ma znaczenie fundamentalne, gdyż ich środki transportu przejeżdżają wiele kilometrów. Pomówmy o liczbach: ile można zaoszczędzić, montując „zielone” opony?

Między naszą nową serią a poprzednią nastąpiła poprawa oporu toczenia o ponad 20%. Oznacza to, że flota 150 pojazdów o rocznym przebiegu 130 tys. km generuje ok. 700 ton CO₂ mniej. Aby skompensować taką ilość dwutlenku węgla, należałoby zasadzić prawie 1000 drzew, a my tymczasem w ogóle jej nie emitujemy. Koszt paliwa ma ogromne znaczenie w transporcie – jest on 5-6 razy wyższy niż cena opon.

Ruch coraz częściej napędzany jest elektrycznością, także w transporcie publicznym. Do 2025 r. niemal połowa miejskich autobusów używanych na całym świecie będzie elektryczna – krążyć będzie 1,2 miliona takich pojazdów. Co elektryfikacja oznacza dla łańcucha produkcyjnego?

Wymaga ona większych wysiłków w zakresie projektowania, gdyż z jednej strony silniki elektryczne dają znaczny moment obrotowy już od startu, z drugiej baterie zwiększają ciężar środków transportu, zatem producenci opon musieli opracować solidniejsze produkty, umożliwiające zastosowanie baterii o większej pojemności, nie idąc jednak na kompromis w kwestii liczby pasażerów. Te nasze, o których mogę z dumą powiedzieć, że należą do najlepszych na rynku, mają nośność do 8 ton na oś. Ponadto powstały po to, by nie były im straszne warunki miejskie, takie jak częste zatrzymywanie i wznawianie jazdy.

Przy projektowaniu opon przemysłowych należy brać pod uwagę naprawdę wiele zmiennych. Także opony do przyczep, które wydają się bardzo proste, są niesamowicie skomplikowane ze względu na angażowane ciężary oraz zużycie powodowane przez jazdę najpierw przy pełnym ładunku, a następnie na pusto. Zatem są to jedne z najbardziej skomplikowanych opon do zaprojektowania.

Jak duże znaczenie w transporcie samochodowym ma zatem bieżnikowanie opon, które nie cieszy się zbyt dużą popularnością wśród kierowców?

Gospodarka o obiegu zamkniętym jest bardzo ważna. Im bardziej wydłużamy życie danej opony, tym lepiej wpływamy na środowisko, gdyż oponę tę prędzej czy później wymienimy. W skali globalnej powinniśmy pozbywać się mniejszej liczby opon. Wyliczono, iż w 2020 r. we Włoszech dzięki stosowaniu bieżnikowania uniknęliśmy zaśmiecenia środowiska ponad 18 tys. ton zużytych opon. W ostatnich latach bieżnikowanie straciło na znaczeniu, jednak znowu wraca do łask i w przyszłości będzie coraz istotniejsze.

Jakie poprzednie lata były dla firmy Prometeon?

Rok 2021 był dla nas bardzo pozytywny, zanotowaliśmy bowiem wzrost popytu. W 2022 r. doświadczyliśmy większych trudności, niż przewidywaliśmy, zarówno z punktu widzenia rynku, jak i sytuacji gospodarczej. Zareagowaliśmy jednak szybko i skutecznie, w wyniku czego i ten rok zamknęliśmy z wynikami lepszymi niż spodziewane. Po raz pierwszy przychód grupy przekroczył próg 1,5 miliarda euro, przy marżach zysku zgodnych z oczekiwaniami oraz solidnej pozycji finansowej.

W wyniku decyzji podjętych pod koniec 2021 r. udało nam się zapewnić ciągłość funkcjonowania fabryk przy maksymalnym wykorzystaniu mocy przerobowych. Stało się tak dzięki skutecznemu zarządzaniu kosztami związanymi z nadwyżką zapasów oraz korzyściami wynikającymi z nieprzerwanej produkcji, nawet w momentach trudności z dostawami surowców. Jeśli chodzi o rynek, zwiększyliśmy nasz udział w Europie, ale także w Turcji, Egipcie i Brazylii – tradycyjnych bastionach Prometeon.

To Pana pierwsze doświadczenia z rynkiem opon przemysłowych. Jakie ma Pan wrażenia odnośnie do świata transportu drogowego? Nawiązując do tego, co zostało powiedziane na początku, dziś jest on bardzo daleki od niegdyśszych wyobrażeń ludzi.

Jest to świat, w którym technologia ma ogromne znaczenie, poziom przedsiębiorczości jest wysoki, a kompetencje technologiczne stanowią składnik o podstawowym znaczeniu – od zakładów produkcyjnych przez floty po dealerów i kierowców. Jest to jednocześnie świat, w którym czuje się pasję i dumę z bycia jego częścią. Te same, które odnalazłem w Prometeon.

Co czeka producentów opon w przyszłości?

Produkty będą się coraz bardziej innowacyjne i inteligentne, zdolne do dialogu ze środkiem transportu oraz z drogą. Jednocześnie zakłady produkcyjne będą wydajniejsze i bardziej elastyczne, co pozwoli zadowolić klientów, którzy oczekują coraz bardziej spersonalizowanych produktów.

Co do innowacji, we wszystkich oponach Serie 02 montowane są czujniki RFID - chipy identyfikujące, które korzystają z częstotliwości radiowych.

Ta technologia pozwala na dokładną identyfikację opony, a zatem ułatwia jej śledzenie zarówno przed montażem, jak i w trakcie użytkowania. W przyszłości zintegrowane z innymi czujnikami RFID pozwolą nam na nawiązanie dialogu z pojazdami.

Zostaliście oficjalnym sponsorem mistrzostw świata Superbike oraz klubu Parma Calcio 1913. Z jakich powodów Prometeon się na to zdecydował?

Chcieliśmy nie tylko zwiększyć widoczność marki Prometeon, lecz także zaoferować ludziom przeżycia, wzmacniając tym samym relacje z klientami, dostawcami, a także pracownikami firmy. Chcieliśmy też zbudować świadomość wewnątrz organizacji, podzielić się naszymi wartościami z personelem i umożliwić mu przeżycie wyjątkowych doświadczeń. Wygląda na to, że te wybory okazały się trafne. Uwaga skierowana w stronę ludzi to podstawowy element zrównoważonego rozwoju i wszystkiego, co robimy.

Skąd wybór, by wspierać akurat Parmę?

Ponieważ to drużyna o prestiżowej tradycji, która zaprowadziła ją na szczyty zarówno we Włoszech, jak i w Europie. Parma ma też bardzo aktywny program współpracy z legendarnymi graczami, który pozwala nam działać na rozmaitych rynkach zewnętrznych. Ponadto amerykańscy właściciele Parmy to dodatkowy aspekt, który zamierzamy wykorzystać, gdyż mamy plany ekspansji właśnie na ten rynek. W kontekście naszego sponsoringu są oni przede wszystkim bardzo dostępni – i rzeczywiście,

próbujemy różnych projektów, by zmaksymalizować nasze szanse.

Superbike może i wydaje się sektorem bardziej niszowym, jednak biorąc pod uwagę jego obecność na poziomie światowym, pozwala bardzo skutecznie działać w wielu krajach. Na każdym wyścigu gościmy od 30 do 40 klientów, spontanicznie tworząc dla nich bardzo pozytywne wrażenia. Wokół tych wydarzeń panuje ogromny entuzjazm, więc w ten sposób wzmacniamy partnerstwo zarówno z klientami, jak i z dostawcami na całym świecie.

Kto w tym roku wygra Superbike?

Banalnie rzecz ujmując, najlepszy. To nie zawsze musi być ten najszybszy, ale może się okazać, że będzie to ten najbardziej konsekwentny.

Dziękujemy za rozmowę.

Źródło: