

Goodyear annuncia di aver completato i test su oltre 1.200 pneumatici vettura diversi, che coprono circa 70 tipologie di modelli, soddisfacendo così il nuovo regolamento europeo sull'etichettatura dei pneumatici che entrerà in vigore a partire dal 1° novembre 2012. La classificazione di tutti i pneumatici ha richiesto quasi un anno ed è stata effettuata presso il Centro di Innovazione Goodyear in Lussemburgo, la principale struttura di ricerca e sviluppo di pneumatici dell'azienda in Europa. Goodyear ha testato tutti i suoi pneumatici in modo che siano conformi al nuovo regolamento europeo, entro il 1° novembre di quest'anno. Il nuovo regolamento prevede che ciascun produttore testi i propri pneumatici per stabilire la nuova classificazione, basata su metodi di prova rigorosamente definiti dall'Unione Europea.

L'etichettatura è stata completata in anticipo, quasi otto mesi prima che tale disposizione diventi un requisito normativo. A partire dal 30 maggio 2012, sarà permesso apporre l'etichetta su base volontaria su tutti i pneumatici venduti nel territorio dell'Unione Europea. A decorrere dal 1° novembre 2012 l'etichettatura diventerà un requisito formale. La nuova etichetta è stata progettata per offrire agli automobilisti maggiori informazioni e una maggiore comprensione del prodotto che acquistano e su come esso influenzi le prestazioni globali del veicolo in termini di frenata sul bagnato, resistenza al rotolamento e rumore esterno di rotolamento.

"Riteniamo che l'etichetta avrà un ruolo importante per aiutare gli automobilisti ad acquisire maggiore familiarità con i principali vantaggi ambientali e per la sicurezza offerti dai pneumatici", afferma Elena Versari, Direttore Marketing Vettura e Moto Goodyear Dunlop Tires Italia. "Pertanto, abbiamo affrontato con molta serietà la classificazione di tutti i nostri pneumatici per renderli conformi al nuovo regolamento. In totale circa 100 persone, tra ingegneri e operatori, sono state coinvolte in questa analisi di classificazione".

Garantire che Goodyear fosse pronta per l'etichettatura era di importanza fondamentale per l'azienda, che negli ultimi 100 anni ha costruito la sua reputazione sulla sicurezza stradale e sul rispetto per l'ambiente. L'introduzione dell'etichetta mette questi aspetti fondamentali in una prospettiva nuova, con elevate aspettative sia in termini di resistenza al rotolamento, che si ripercuote sul quantitativo di carburante consumato e sulle emissioni di CO2 dei veicoli, sia sulla frenata sul bagnato, importante criterio di sicurezza.

Oltre ad effettuare l'etichettatura dei pneumatici, Goodyear si occuperà attivamente di campagne di informazione e integrerà l'etichetta nel materiale di marketing indirizzato ai suoi clienti, inserendo una chiara panoramica delle etichette sui suoi siti internet e sul materiale informativo stampato.

© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 05 / 2012