

L'opinione della Deutsche Bank sulla prossima implementazione dell'etichetta europea è che non sposterà nulla nelle quote di mercato per i prossimi anni. Secondo una recente analisi della banca tedesca, il nuovo regolamento dovrebbe favorire in particolare quelle aziende, che hanno una strategia multi-brand (premium, quality, budget, ultra budget), ma, "su una gamma di 500 diverse gomme, ogni azienda riuscirà ad avere almeno alcuni pneumatici con valutazione AA da promuovere sul mercato e con la comunità finanziaria. Complessivamente il sistema di etichettatura si sta muovendo nella giusta direzione, ma non ci aspettiamo nessun cambiamento materiale nella quota di mercato nei prossimi anni", affermano gli analisti.

La Deutsche Bank sottolinea anche che alcune aziende produttrici si stanno già lamentando del fatto che altri importanti fattori non sono stati presi in considerazione nella valutazione delle prestazioni di una gomma, come ad esempio la frenata su asciutto, l'acquaplaning o il chilometraggio, e del fatto che alcune aziende saranno tentate di barare per far apparire migliori i loro risultati.

© riproduzione riservata
pubblicato il 28 / 08 / 2012