Michelin ha lanciato poco più di un anno fa il CrossClimate, presentandolo, grazie alla marcatura dei fiocchi di neve, come la prima gomma estiva con certificazione invernale e ostinatamente negando di definirlo un semplice all season.

Il mercato ha risposto più che positivamente e il CrossClimate ha registrato, grazie anche all'importante campagna pubblicitaria che ne ha accompagnato il lancio, un enorme successo di vendite: 2,5 milioni di pezzi, il 33% in più rispetto agli obiettivi.

© riproduzione riservata
pubblicato il 4 / 05 / 2016