

Rispetto a tutti i beni che vengono acquistati online, anche dagli stessi professionisti che poi si lamentano dei consumatori che comprano gomme in rete, i pneumatici possiedono una caratteristica che, per ora, li ha salvati dall'essere conquistati totalmente dall'e-commerce: devono essere montati. Questa è l'unica differenza con, ad esempio, l'acquisto di un televisore su Amazon.

Negli Stati Uniti diversi produttori di pneumatici come Bridgestone, Michelin e Goodyear stanno vendendo pneumatici online. Michelin, inoltre, **[ha sperimentato il servizio di montaggio mobile](#)**, con scarso successo. Negli ultimi mesi, riguardo al servizio mobile si sta muovendo il colosso numero 1 delle vendite online: Amazon. La piattaforma offre la possibilità di acquisto del servizio di montaggio in officina già da diverso tempo, ma oggi a fianco dell'opzione che permette il montaggio presso un professionista, c'è anche quella che lo offre a casa del consumatore.

Il servizio non è ancora disponibile su scala nazionale, ma già ad ottobre scorso si era parlato di un interessamento della catena di servizi automobilistici Monro, proprietaria dei siti di vendita [tirerack.com](#) e [tireBuyer.com](#), che offrono lo stesso servizio di montaggio a domicilio.

Ma perchè Amazon dovrebbe riuscire dove altri hanno fallito?

Quello che Amazon può garantire è un servizio mobile di installazione dei pneumatici nazionale su larga scala. Ma non solo: Amazon garantisce una facilità di selezione e una facilità di processo senza pari e, cosa importante per il consumatore, ha un'ottima reputazione. E molto denaro a disposizione, naturalmente. Siamo vicini alla definitiva rivoluzione digitale del settore pneumatici?