

I gommisti italiani non hanno dubbi: l'etichetta europea è stata un flop. Questo è perlomeno il risultato dell'ultimo sondaggio di PneusNews.it, che non ha valore statistico, ma a cui hanno risposto circa 300 lettori, che rappresentano una cerchia selezionata di professionisti del settore particolarmente sensibili e attenti all'informazione. Addirittura l'82% dei lettori che hanno partecipato al sondaggio ritiene infatti che l'etichetta sia del tutto ininfluyente (45%) o comunque poco determinante (38%) nel momento dell'acquisto dei pneumatici. Solo 43 lettori (14%) pensano che l'etichetta stia diventando sempre più importante e uno sparuto gruppo di nove persone (3%) ritiene che abbia un ruolo decisivo nella scelta del prodotto da acquistare.

Se può essere di consolazione, questo è anche il risultato ottenuto dal portale tedesco del nostro gruppo editoriale, Reifenpresse.de, che ha proposto lo stesso sondaggio nelle scorse settimane. Anche per l'81% dei gommisti tedeschi, infatti, l'etichetta non ha funzionato, per nulla (39%) o molto poco (43%), e solo il 5% pensa che sia decisiva.

Insomma, un clamoroso insuccesso. Il principale problema sembra essere la scarsa credibilità di questo strumento di misura, che ad oggi si limita ad una autocertificazione, per cui tutti - gommisti e consumatori - si chiedono se le etichette siano proprio veritiere, soprattutto per i prodotti di terza fascia.

Tra le considerazioni espresse dai lettori nei commenti, oltre a confermare la quasi inutilità dell'etichetta, si trovano suggerimenti di buon senso. C'è chi, come Assistopneumatici suggerisce al legislatore di escogitare "regole più efficaci" per garantire la sicurezza sulle strade, come ad esempio modificare il limite minimo di profondità del battistrada. Oppure chi, come Gianluca e Luigi, sottolineano la differenza tra i marchi su cui si può fare affidamento e quelli no.

Non ultima, dai commenti, è emersa l'importanza del ruolo del gommista, che è l'unico della catena che può davvero stabilire quale sia il pneumatico giusto per un determinato cliente, perché, come dice Luigi, "il miglior pneumatico è quello che soddisfa il cliente con il prezzo, le prestazioni, la durata e l'assistenza. Se il cliente è soddisfatto, quella marca è la migliore". E Andrea gli fa eco: "Io credo che l'etichetta non possa essere considerato un valore assoluto, perché, per esperienza, posso dire che una gomma, che va benissimo ad un utente, può andare male ad un altro per un fatto di stile di guida, di strade, di veicolo".

[Leggi i risultati e i commenti del Sondaggio "Etichetta europea - top o flop?"](#)

© riproduzione riservata
pubblicato il 15 / 10 / 2014

