

Nell'ultimo sondaggio di PneusNews i lettori hanno espresso la loro opinione su quale sia stato il prodotto o evento più influente del 2015. Ebbene, su 220 voti, quasi la metà (97, ovvero il 44%) sono andati all'All Season. In effetti il fenomeno dei pneumatici quattro stagione è esploso durante lo scorso anno, sia dal punto di vista dei consumatori, che hanno iniziato a chiederli, sia dal punto di vista dei produttori, che, con una domanda in forte ascesa, hanno presentato un prodotto adatto a tutto l'anno. Oggi quasi tutti i marchi hanno a listino un All Season e chi non lo ha, molto probabilmente lo sta progettando. L'attenzione su questa categoria di prodotti si può vedere anche **[dal grande aumento di test di prodotto condotti dalla riviste indipendenti.](#)**

Al secondo posto si sono piazzate le vendite online, con il 19% dei voti. Il 2015 è stato l'anno in cui diversi produttori hanno focalizzato la loro attenzione sull'e-commerce. Per quel che riguarda l'Europa, Michelin è sicuramente stata la casa più attiva, con il recentissimo **[lancio in Francia della vendita online del Pilot Sport 4, l'avvio del canale online di Euromaster](#)** anche in Italia, **[l'acquisto del sito inglese Blackcircles](#)** e di **[quello francese Allopneus](#)**. Infine, a novembre **[Apollo ha annunciato l'acquisto di Reifen.com, proprietario del sito italiano 123gomme.it](#)**. In USA, **[Goodyear ha lanciato il canale online di vendita diretta](#)**, così come **[Bridgestone](#)**. Ma non sono solo i grandi marchi a fare passi verso il web: è il caso di **[Landsail, per esempio, che ha realizzato il portare di e-commerce per i clienti britannici.](#)**

Al terzo posto troviamo i TPMS, con il 16% dei voti. In questo caso, il podio appare quasi come una sconfitta, perché i sensori della pressione dei pneumatici dovevano essere il prodotto dell'anno. Avrebbero dovuto rivoluzionare il lavoro dei gommisti, costretti a lavorare con sensori e strumenti di diagnosi, ma evidentemente non è stato così. Le possibili motivazioni sono due: la prima è che la formazione sia stata talmente efficace da non far percepire l'avvento dei TPMS come rivoluzionario, la seconda ipotesi, meno felice, è che semplicemente il fenomeno non sia ancora esploso davvero. In quest'ultimo caso, comunque, è solo questione di tempo e la ripresa del mercato auto porterà sicuramente più auto dotate di TPMS in officina.

La vendita di pneumatici usati, l'importanza dei test e il Decreto Ruote hanno ottenuto risultati marginali. Solamente 17 voti, ovvero l'8%, sono andati alla vendita di pneumatici usati, un fenomeno che però in Italia sembra essere in netta crescita a discapito delle vendite di prodotti nuovi e, in alcuni casi, anche della sicurezza stradale. 5% per i test di prodotto e 4% per il decreto ruote, una legge quest'ultima che potrebbe diventare più influente nel corso di quest'anno.

Adesso, ad inizio del nuovo anno, non rimane che chiedersi quale sarà l'evento più

importante del 2016. I pneumatici All Season conquisteranno una fetta di mercato sempre più importante? Oppure i produttori si concentreranno sull'online? Oppure i TPMS arriveranno a rivendicare l'importanza che finora non hanno ottenuto? Lo sapremo nel corso dell'anno.

Cosa ha cambiato di più il tuo business nel 2015:

- TPMS - 16% (36 voti)
- Decreto Ruote - 4% (9 voti)
- All Season - 44% (97 voti)
- Cresce importanza test pneumatici - 5% (10 voti)
- Vendita pneumatici usati - 8% (17 voti)
- Crescono vendite online - 19% (41 voti)
- Altro - 5% (10 voti)

 [Guarda tutti i sondaggi di PneusNews.it](#)

© riproduzione riservata
pubblicato il 15 / 01 / 2016