

Tenneco Inc., produttore a livello globale di ammortizzatori e sistemi di sospensione a marchio Monroe, destinati al mercato del primo equipaggiamento e all'aftermarket, ha presentato di recente una nuova campagna di comunicazione volta ad aiutare gli operatori di settore nel sensibilizzare e ricordare agli automobilisti che i componenti si usurano e - così come la maggior parte degli oggetti soggetti ad usura - prima o poi vanno necessariamente sostituiti.

La campagna, intitolata "tutto invecchia. Anche i tuoi ammortizzatori", crea un parallelo tra gli ammortizzatori usurati e una vasta gamma di oggetti di uso comune, ben visibili e conosciuti a tutti che, allo stesso modo, si consumano mostrando chiari segni di invecchiamento, includendo tra questi banane, scarpe, calzini, pneumatici e persino spazzolini da denti.

"Non è un segreto che gli automobilisti non pensino spesso allo stato di usura degli ammortizzatori, principalmente perché questi si trovano nascosti sotto la carrozzeria. La campagna 'tutto Invecchia' ricorda loro che gli ammortizzatori si usurano e, non essendo più efficienti, potrebbero compromettere la sicurezza del veicolo," afferma Alex Gelbcke, vice presidente e general manager, Aftermarket EMEA Tenneco. "Ecco perché è molto importante per gli autoriparatori effettuare controlli periodici su tutti i veicoli che entrano in officina, raccomandando agli automobilisti di sostituire gli ammortizzatori mediamente ogni 80.000 chilometri, ma comunque in base al tipo di guida, veicolo, condizioni stradali).

[\(altro...\)](#)