

Bridgestone lancia sul mercato europeo il nuovo pneumatico “verde” Ecopia EP150, che era stato annunciato alla fine dell’anno scorso al Motor Show IAA di Francoforte. Il nuovo prodotto, afferma l’azienda, riesce a coniugare gli obiettivi, apparentemente contraddittori, di estrema sicurezza su bagnato e ridotta resistenza al rotolamento, che significa una maggior efficienza nei consumi e una ridotta emissione di CO2.

Queste prestazioni sono possibili grazie ad una speciale miscela detta Nano Pro-Tech™, che abbassa il coefficiente di resistenza al rotolamento, riducendo la dispersione di energia, combinata con un nuovo design del battistrada, che migliora la pressione di contatto e la performance di frenata su bagnato.

A confronto con analoghi prodotti Bridgestone delle stesse dimensioni, la resistenza al rotolamento di Ecopia EP150 è migliorata del 15%, che significa una media di circa il 3% di miglioramento dell’efficienza nei consumi e altrettanto nella riduzione delle emissioni di CO2. Ecopia EP150 sarà presentato come prodotto ricambio e primo equipaggiamento per le auto compatte e di medie dimensioni con diametro da 14” a 16” e nei rapporti da 55 a 65.

Il marchio Ecopia è la bandiera dei prodotti ecocompatibili di Bridgestone e, mentre in Giappone esiste già dal 1991, in Europa ha fatto la sua apparizione la prima volta nel 1999, quando il modello Ecopia B381 ha equipaggiato la Volkswagen 3L Lupo, seguita poi dall’Audi A2 e nel 2008 dalla city car Toyota IQ con gli Ecopia EP25. La gamma Bridgestone premium Turanza ER300 è stata introdotta in Europa nell’aprile 2009 ed ha trovato spazio nell’allestimento originale di vari modelli di auto. Adesso, con il modello EP150, Bridgestone porta i vantaggi del brand ecologico Ecopia, sicurezza ed ecologia, al settore delle vetture medio-piccole.