

Il Paris Motor Show 2014, uno degli appuntamenti più importanti d'Europa per il settore automotive, è l'occasione privilegiata per parlare di sicurezza stradale: Bridgestone prende sul serio il ruolo di primo produttore al mondo di pneumatici e presenta la sua nuova campagna ADV sul tema, parte integrante di una strategia globale, di cui fanno parte anche nuovi investimenti, tecnologie e numerose ricerche di mercato.

La nuova campagna, attraverso grafiche e messaggi di forte impatto, punta a sensibilizzare gli automobilisti e, soprattutto, a favorire comportamenti coerenti: essere consapevoli di quanto sia importante la sicurezza significa fare tutto ciò che è necessario per garantirla (acquisto di prodotti di qualità, controlli e manutenzione regolari, sostituzione pneumatici usurati).

Come emerge dalle ricerche Bridgestone condotte nel 2013, il 43% dei consumatori ritiene che la sicurezza sia l'elemento più importante per la scelta dei pneumatici, ma nel momento dell'acquisto il fattore determinante resta il prezzo a discapito della qualità.

In un recente test pubblicato dalla rivista tedesca GTU, è stato effettuato un confronto tra un marchio produttore di pneumatici premium e 6 a basso costo, che ha chiaramente dimostrato il divario in termini di sicurezza offerto da pneumatici premium rispetto alle coperture a basso costo. Dai risultati è infatti emersa una differenza dello spazio d'arresto sul bagnato di 12m e una differenza di velocità residua tra il pneumatico premium e il peggiore a basso costo di 44kmh.

Non è solo per l'acquisto dei pneumatici che il comportamento dei consumatori si può definire 'paradossale'. Nonostante la dichiarata consapevolezza, decine di migliaia di controlli, effettuati da Bridgestone in Europa nel 2012, hanno rivelato infatti che il 78% degli automobilisti si mette in viaggio con una pressione dei pneumatici inadeguata, compromettendo in questo modo le prestazioni in frenata e maneggevolezza, incrementando il consumo di carburante e accelerandone il grado di usura.

Una campagna globale

Per contrastare questa tendenza, Bridgestone ha lanciato nei principali paesi europei una campagna integrata e trasversale su un'ampia varietà di canali, dall'ADV stampa, agli spot TV, passando per la cartellonistica e il web.

“Come azienda leader nel mondo, Bridgestone sente la responsabilità di dover assumere un ruolo di primo piano nella promozione di una maggiore sicurezza sulle strade. Ecco perché la sicurezza è il key message della strategia Bridgestone e della nuova campagna. Il nuovo

spot TV mette in luce che il pneumatico è l'unico sistema di sicurezza dell'auto a contatto con la strada: si può avere una macchina dotata di tutti i più recenti dispositivi di sicurezza, ma se non è equipaggiata con pneumatici di qualità, controllati da regolare manutenzione, la sicurezza non è garantita per conducente e passeggeri." ha affermato in occasione del Paris Motor Show Laurent Dartoux, Senior Vice-President Sales & Marketing di Bridgestone Europe.

Ricerca e sviluppo per il futuro

Comunicazione, ricerca e sviluppo: questo l'impegno di Bridgestone per sensibilizzare e garantire che i propri prodotti possano dare agli automobilisti la sicurezza, l'affidabilità e le performance di cui hanno bisogno.

Il fatto che Bridgestone produca la più ampia gamma di pneumatici premium del mondo per ogni tipo di veicolo, dai camion e autobus alle moto, passando per gli aerei, le macchine agricole ed edili e naturalmente le automobili, fa intuire le sfide che vengono affrontate per garantire la sicurezza e la performance su tutte le strade, per tutti i veicoli e in tutte le condizioni meteorologiche.

A conferma che questa sia la strategia giusta, gli ottimi risultati ottenuti nei test specializzati: il nuovo pneumatico invernale Blizzak LM001, ad esempio, è stato recentemente giudicato il migliore nelle performance sul bagnato negli annuali test ADAC dedicati ai pneumatici invernali, guadagnando l'etichetta di "altamente raccomandato" e si è posizionato al secondo posto complessivo solo pochi mesi dopo aver ricevuto il "TÜV Performance Mark" da TÜV SÜD. Anche Firestone ha ottenuto ottimi risultati nei test ADAC, conquistando il secondo posto per i consumi di carburante e battendo diversi marchi premium e ottenendo anch'esso la valutazione "altamente raccomandato".

Anche la tecnologia Run-Flat che ha rivoluzionato il mondo dei pneumatici, è un'altra innovazione che punta a migliorare considerevolmente la sicurezza del guidatore mantenendo la promessa di garantire un viaggio sicuro, su ogni fondo stradale e condizione climatica.

© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 10 / 2014