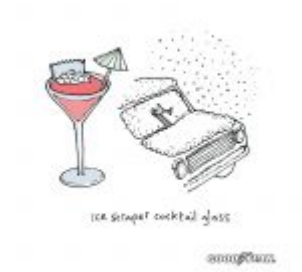
Il pneumatico Goodyear Tiempo proponeva un concetto ignoto al momento del lancio avvenuto esattamente quarant’anni fa. Il suo successo l’ha portato poi ad essere acclamato come il pneumatico “tuttofare” che ha rivoluzionato il mercato.

La speciale mescola del Goodyear Tiempo, in grado di fornire trazione su tutte le strade e in tutte le condizioni atmosferiche, assicurava un’eccellente aderenza su strade piovose e bagnate e, a differenza degli altri pneumatici proposti sul mercato, poteva essere usato tutto l’anno, permettendo di risparmiare il costo del cambio gomme stagionale e dando sicurezza agli automobilisti che vivevano in zone con condizioni meteorologiche variabili.

Per celebrare la sua esperienza decennale nei pneumatici all season, Goodyear ha collaborato con l’artista Dominic Wilcox, che ha reinventato oggetti di uso comune, tipicamente utilizzati in una sola stagione, per renderli fruibili tutto l’anno. Dagli skateboard ai barbecue, fino alle decappottabili, questa galleria delle invenzioni può essere visitata sul sito www.hugtheroads.com/allseasons.



“Goodyear è da sempre orientata all’innovazione: ci piace spingerci oltre i limiti ed esplorare nuove strade, che una volta ci hanno portato fin sulla luna. Quarant’anni fa abbiamo adattato il pneumatico tradizionale, predisponendolo per affrontare tutte le condizioni atmosferiche. Attraverso la collaborazione con Dominic abbiamo voluto capire cosa potrebbe accadere se estendessimo il nostro pensiero innovativo anche ad altri oggetti,” spiega Matteo Castelli, Direttore Marketing Consumer di Goodyear Dunlop Italia.

Sin dall'introduzione del Tiempo, la crescente domanda degli automobilisti e l'innovazione continua hanno fatto sì che i diversi pneumatici quattro stagioni introdotti raggiungessero livelli record in tutti i mercati.

Adesso, il segmento all season rappresenta il 5% di tutte le vendite di pneumatici in Europa, con una domanda in forte crescita a partire dal 2012. Le ricerche condotte da Goodyear indicano che questi pneumatici rappresenteranno **il 10% di tutte le vendite entro il 2020**, sostenute dalle regioni con inverni miti e con temperature che raramente scendono sotto lo zero, nonostante una moderata presenza di neve e ghiaccio.

Le mutate condizioni climatiche, il crescente desiderio di evitare il cambio gomme stagionale e la necessità di risparmio per le famiglie, hanno reso i pneumatici all season un prodotto attraente soprattutto per la seconda auto di famiglia, con la quale si percorre un numero limitato di chilometri ogni anno.
Se altri costruttori hanno seguito Goodyear nella commercializzazione di varianti all season, l'attuale gamma Goodyear Vector continua a ottenere ottimi risultati nei test indipendenti e tra i produttori di auto, come dimostrato dagli ultimi test effettuati sui pneumatici all season dalla famosa rivista inglese 'Auto Express', dove Goodyear ha conquistato di nuovo il 1° posto con Vector 4Seasons Gen-22.

Definito un 'prodotto versatile che offre serenità mentale' e un 'pneumatico ben bilanciato con eccellenti prestazioni in tutte le circostanze', Vector 4Seasons Gen-2 continua ad offrire agli automobilisti prestazioni eccellenti in tutte le condizioni meteorologiche, sulle strade asciutte, bagnate, fangose e persino ghiacciate o innevate2. Oltre ad avere il simbolo "snow flake", che indica un prodotto conforme agli standard ufficiali dei pneumatici invernali, i risultati dei test indipendenti hanno dimostrato che Vector 4Seasons Gen-2 ha uno spazio di frenata sul bagnato ridotto del 6% e uno spazio di frenata sulla neve ridotto dell'8% rispetto alla media dei tre principali concorrenti.

Castelli conclude: "Questa rivoluzionaria innovazione di Goodyear ha cambiato la percezione che le persone hanno dei pneumatici. Prevediamo che il mercato all season continui a crescere e noi continueremo a investire in questo segmento per migliorare costantemente il nostro portafoglio di prodotti all season".

© riproduzione riservata
pubblicato il 15 / 02 / 2017