L'etichetta europea è ora una realtà. Dal 1° Giugno i costruttori di pneumatici hanno finalmente campo aperto per comunicare il posizionamento dei propri prodotti nell'ambito dei tre parametri obbligatori che l'etichetta europea prevede: efficienza energetica, frenata sul bagnato e rumorosità. Il recente salone di Essen ha segnato il via ufficiale alla diffusione delle informazioni di ciascun costruttore sull'etichettatura dei propri prodotti, sebbene l'entrata in vigore obbligatoria dell'apposizione materiale dell'etichetta, su ogni copertura prodotta dopo il 1° luglio 2012, è sancita a partire dal 1° Novembre 2012. Il produttore tedesco dice che al Salone tedesco "si è assistito ad una vera e propria parata di 'lettere dell'alfabeto' riferite ai valori espressi nell'etichetta, spaziando dai produttori più qualificati fino agli emergenti asiatici, che si sentono autorizzati ad autocertificarsi tout court al top, per non perdere terreno nei confronti dei grandi costruttori storici."

Continental, al fine di evitare indicazioni parziali e imprecise, ha deciso di ufficializzare la propria posizione in merito, soltanto dopo il 1° luglio, data a partire dalla quale decorre l'obbligo dell'etichetta su tutti i pneumatici di nuova produzione. Il Gruppo utilizzerà il tempo ancora a disposizione per proseguire nei test utili a produrre un'autocertificazione basata su risultati reali, anziché simulazioni. Soltanto in questo modo i consumatori potranno effettuare una scelta precisa, identificando correttamente la dichiarazione dell'etichetta.

L'azienda tedesca spiega che, al momento, un'idea di massima può offrirla senz'altro la rinnovata Conti_5_Family, con un ContiEcoContact 5 più votato all'ambiente, un ContiPremiumContact 5 ecologico, ma con occhio di riguardo alla frenata sul bagnato, e i ContiSportContact 5 e 5P deputati sostanzialmente alla tenuta ed alla guidabilità alle alte velocità, sia su asciutto che su bagnato.

"Queste informazioni di carattere generale escludono tuttavia la possibilità di catalogare oggi con esattezza un prodotto o l'altro o l'altro ancora con alcune lettere dell'alfabeto, – continua l'azienda – prima del definitivo imprimatur dell'authority che stabilirà la certificazione. A questo percorso intende attenersi infatti Continental, rispettando quanto previsto dalle norme europee."

In attesa del posizionamento ufficiale della sua Conti_5_Family (e di tutti gli altri prodotti per vettura, van e autocarro in produzione), Continental punta principalmente l'attenzione alla giusta interpretazione del messaggio, espresso e inespresso, che l'etichetta intende veicolare, concentrandosi soprattutto sulla formazione in materia di coloro che poi dovranno illustrare in maniera completa le caratteristiche del pneumatico al consumatore: i rivenditori specializzati.

"L'etichetta è uno strumento validissimo per focalizzare l'attenzione del consumatore su un prodotto troppo spesso dimenticato e negletto come il pneumatico, 'nero, sporco e con il buco in mezzo'" afferma Daria Sala della Cuna, Training manager di Continental Italia SpA, "ma non la dice tutta su ciò che questo oggetto misterioso nasconde in sé. E' nostro compito quindi far arrivare all'utente tutte le informazioni necessarie perché possa operare una scelta intelligente e sicura. E siccome il più importante interlocutore dell'automobilista in questo campo è il gommista, sta a noi di Continental fare una intensa campagna di formazione nei confronti dei rivenditori del settore, per metterli in grado di effettuare consulenza al massimo livello. Non è solo guardando economicità di esercizio, frenata sul bagnato e rumorosità che automaticamente si riesce a scegliere il miglior pneumatico: ci sono circa una ventina di parametri, non evidenziati dall'etichetta, da prendere in considerazione, tra cui tenuta di strada su asciutto e bagnato, aquaplaning, trazione, direzionalità, confort, resa chilometrica e, non ultimo, il prezzo. E' qui che un gommista preparato assurge al ruolo di consulente, tanto più importante in quanto il pneumatico è uno degli elementi vitali per la sicurezza dell'automobilista".

L'attività di Continental col trade comporta una serie modulare di approfonditi training tecnici che portano a conoscere il pneumatico nei suoi minimi dettagli costruttivi, conoscenze che identificano una linea di prodotto dall'altra mettendone in risalto le caratteristiche di utilizzo e le finalità precipue di ciascuna, l'uso e la manutenzione, l'analisi della concorrenza a parità di posizionamento sul mercato. "Il rivenditore specializzato è il nostro partner primario nella diffusione del messaggio tecnico di sicurezza del pneumatico", prosegue Daria Sala, "ed è proprio a lui che il consumatore deve rivolgersi per la corretta scelta delle 'scarpe' della propria macchina, anche dopo essersi fatto un'idea di ciò che il mercato offre consultando le etichette: solo così avrà la certezza di viaggiare veramente al top in sicurezza".

Una maggiore trasparenza e conoscenza sul mercato in merito al livello di tecnologia dei prodotti serve ad incrementare realmente la scelta del consumatore a favore di una maggiore sicurezza stradale, e in questo campo, a fianco della figura del rivenditore professionista, un ruolo importante lo giocano i rapporti di collaudo delle principali redazioni specializzate indipendenti, che ogni anno pubblicano in primavera e in autunno i risultati dei loro test comparativi tra i pneumatici più diffusi. La corretta lettura delle informazioni riportate dalle riviste specializzate è comunque sempre un più che valido spunto per una oculata scelta del pneumatico guardando oltre ai tre valori definiti per legge sull'etichetta.