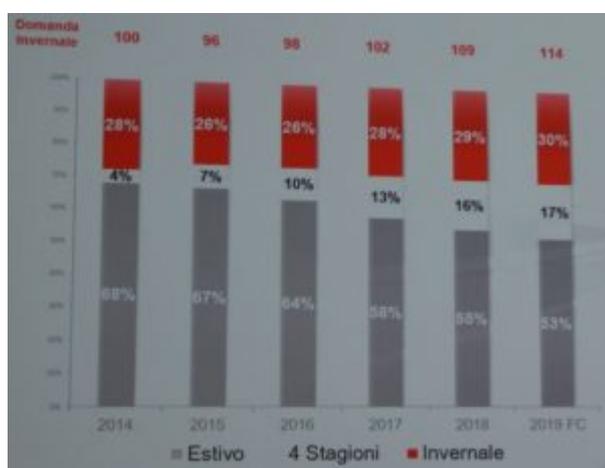


In occasione della [presentazione del nuovo Blizzak LM005](#), Bridgestone ha dato qualche spunto interessante sulla direzione che il mercato pneumatici sta prendendo e prenderà in futuro.

Il settore automotive è stato definito da Stefano Parisi “disruptive”, ovvero rivoluzionario, e i numeri pronosticati da Bridgestone lo dimostrano: nel 2030, il 100% dei veicoli circolanti sarà in qualche modo connesso. Il 22% sarà, invece, a guida autonoma e il 33% sarà condiviso. E per quel che riguarda la propulsione? Il 57% dei veicoli sarà elettrico o ibrido.



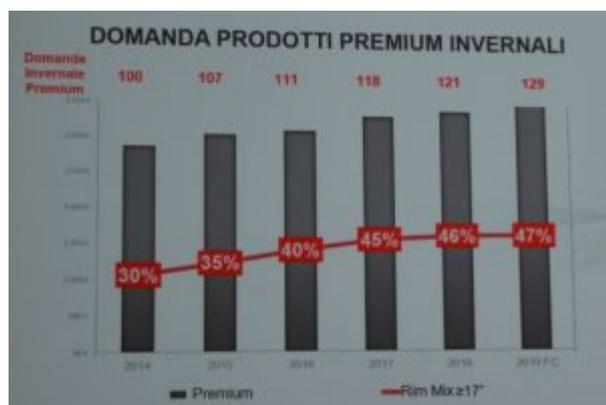
Naturalmente, con la rivoluzione che sta vivendo il settore automotive, cambia anche il mercato dei pneumatici. Un esempio può essere visto in questi numeri: nel 2014, fatto 100 il mercato, il 68% erano pneumatici estivi, il 28% era costituito da pneumatici invernali e il restante 4% da all season. Oggi, Bridgestone dichiara che il mercato vale 109, cioè è cresciuto del 9% rispetto al 2014. Di questo, il 55% delle vendite sono pneumatici estivi, il 29% invernali e il 16% sono all season.

Si nota immediatamente la crescita del mercato all season, che ha eroso principalmente le quote di mercato dell'estivo. C'è stato anche un consolidamento del mercato invernale: vale quasi un terzo del totale, quindi chi aveva paura che l'all season erodesse quote di mercato all'invernale si sbagliava. Certo, non si può non considerare che oggi il mercato, consta di 3 segmenti, rispetto ai 2 di 5 anni fa.

Un altro dato interessante è la quota dei prodotti premium nel mercato invernale: oggi le vendite di pneumatici da 17 pollici in su rappresentano il 46% del totale delle vendite.

Come risponde a questi cambiamenti del mercato? Dal punto di vista prodotto, i manager Bridgestone hanno citato un'importante semplificazione e razionalizzazione della gamma, per fornire riferimenti facili al consumatore finale e ai rivenditori. Oggi l'azienda giapponese ha 3 famiglie principali di prodotti: Turanza per l'estivo, Blizzak per l'invernale e Weather

Control per l'all season. Inoltre, per il segmento performance, troviamo lo storico marchio Potenza.



Parlando di semplificazione, come esempio si può citare proprio il neonato LM005: con questo nome saranno offerti tutti i prodotti invernali, che prima erano divisi in Blizzak LM001, LM001 EVO, LM80, LM80 EVO e Driveguard Winter. Il Driveguard stesso è passato da essere un prodotto a sé stante ad una versione speciale delle famiglie di prodotti sopra menzionate.