

L'amministratore delegato di Michelin Nord Europa, Anish K. Taneja, che è anche presidente dell'Associazione tedesca dei produttori di gomma (wdk) si è espresso contro "i prodotti a basso costo provenienti dall'Asia e il loro dumping dei prezzi", parlando in un'intervista al quotidiano tedesco Bild. Il manager ha sottolineato che pneumatici come questi non sono sostenibili dal punto di vista ambientale, né sono sostenibili per i consumatori o per i posti di lavoro locali.

Questi commenti sono stati fatti in considerazione del fatto che i produttori di questi pneumatici, principalmente cinesi ma anche - come menziona Taneja - indiani, taiwanesi e di Singapore - continuano a crescere. La nostra recente [classifica dei principali produttori di pneumatici](#) conferma questa tendenza.

"Chiediamo standard di qualità più elevati all'interno delle normative sui pneumatici, per ripulire i mercati", fa appello Taneja ai politici europei, con l'obiettivo di fermare il dumping dei prezzi da parte dei fornitori dell'Estremo Oriente.

Dovremmo interpretare le parole del responsabile Michelin Nord Europe North come un ampio accenno a dazi antidumping come quelli che gli Stati Uniti hanno imposto da tempo sui pneumatici per auto e camion provenienti dalla Cina e, più recentemente, sui prodotti di altri paesi.

680 milioni di euro in ricerca e sviluppo

Un'analisi dei test comparativi europei sui pneumatici effettuati nel 2020 mostra che Michelin è il marchio più costoso tra quelli recensiti. Alcuni pneumatici economici dell'Estremo Oriente costano fino al 60% in meno, cosa che a Taneja "non piace affatto", secondo Bild. *"Perché ogni anno investiamo 680 milioni di euro in ricerca e sviluppo. È improbabile che venga fatto lo stesso dai produttori a basso costo dell'Estremo Oriente",* spiega.

Anche se Bild commenta che la concorrenza di quella regione non è solo "in costante aumento" ma anche in miglioramento dal punto di vista della qualità, il manager menziona le prestazioni dei test dei pneumatici economici. In particolare, commenta [la prova preliminare di frenata nel test estivo di Auto Bild dello scorso anno](#), dopo la quale i giornalisti di Bild hanno avvertito i lettori di evitare l'acquisto di una serie di pneumatici a basso prezzo a causa dei loro lunghi spazi di frenata.

Bild cita Nankang di Taiwan come esempio di un marchio a basso prezzo, ma la pubblicazione fa anche riferimento a "sottomarchi economici di noti produttori di

pneumatici, come Barum (Continental) e Dayton (Bridgestone). L'articolo non menziona, tuttavia, i sottomarchi Michelin a basso prezzo o economici, Kormoran, Orium, Riken, Taurus e Tigar.

[Questo articolo si basa su un testo pubblicato il 1 luglio dalla nostra pubblicazione gemella tedesca, Reifenpresse.de](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 12 / 07 / 2021