



PNEUMATIQUE : l'effet étiquette 6 mois après !

Aujourd'hui, si 54,2 % des automobilistes interrogés déclarent avoir été influencés par l'étiquette lors de leur dernier achat de pneumatique, d'autres critères prioritaires s'imposent : le prix, la longévité et la notoriété des marques.*

En France, six mois après l'application de la réglementation européenne et l'obligation d'étiquetage des pneus neufs, Allo pneus, le leader de la vente et du montage de pneus sur internet, a mené une nouvelle enquête auprès de plus de 2 500 automobilistes pour connaître l'influence de cette étiquette et leurs priorités en matière de choix.

Selon les résultats de l'enquête Allo pneus datée mai 2013, 76,6% des interrogés ont « vu » cette étiquette et 67,7% en trouvent les critères « tout à fait satisfaisants » ou « à peu près satisfaisants ». **Néanmoins, 1 automobiliste sur 2 n'a pas été influencé par l'étiquette dans son choix lors de son récent achat de pneumatique.**

L'enquête révèle que 66,8% des sondés déclarent « avoir l'intention » de prendre en compte les critères de cette étiquette dont l'adhérence sur sol mouillé (77,1%) suivi de l'efficacité en carburant (43,6%), et qu'ils sont surtout motivés par d'autres critères.

Parmi les critères qui influent sur leurs achats et qu'ils souhaiteraient voir mentionner sur les étiquettes, les sondés plébiscitent : la longévité des pneumatiques (83,6%), l'adhérence / freinage en virage sur sol mouillé (70,4%), les performances en conditions hivernales (68,4%), et l'adhérence / freinage en virage sur sol sec (67%).

Pour ces automobilistes, les critères de choix prioritaires sont : le prix du produit (93,1%), la longévité des pneumatiques (83,6%) et la notoriété des marques (65,5%).

35,9% des sondés déclarent également qu'ils n'achèteraient pas un produit avec une note inférieure ou égale à D pour les critères efficacité énergétique et adhérence sur sol mouillé. Le site Internet Allo pneus.com constate en effet qu'aucun produit noté en dessous de D ne figure dans son top 20 des ventes depuis le lancement de l'étiquette en Novembre dernier.

«A l'issue de ce nouveau sondage, nous constatons que « l'effet étiquette » a un impact assez relatif quant au choix définitif des automobilistes. Dans un contexte économique difficile, le critère prix reste prédominant. Néanmoins, la sécurité et la notoriété des marques restent très influentes. Il ne faut en effet pas oublier que le pneu est le seul point de contact à la route et donc garant de la sécurité des automobilistes. L'offre est de plus en plus large sur le marché et le consommateur doit être mieux informé pour mieux choisir. Pour bien comprendre l'étiquetage, nous avons créé le site Internet etiquetagepneus.com qui permet aux automobilistes d'appréhender eux-mêmes la nouvelle législation. . Et afin d'accompagner le client dans son achat, Allo pneus met à disposition des avis clients, fiches produits, essais comparatifs et un centre d'appel pour répondre à toutes les questions sur tous les pneus. » commente Didier Blaise, Président fondateur d'Allo pneus.com

** Enquête nationale allo pneus réalisée sur Internet auprès de 2 559 automobilistes du 15 avril 2013 au 15 mai 2013.*

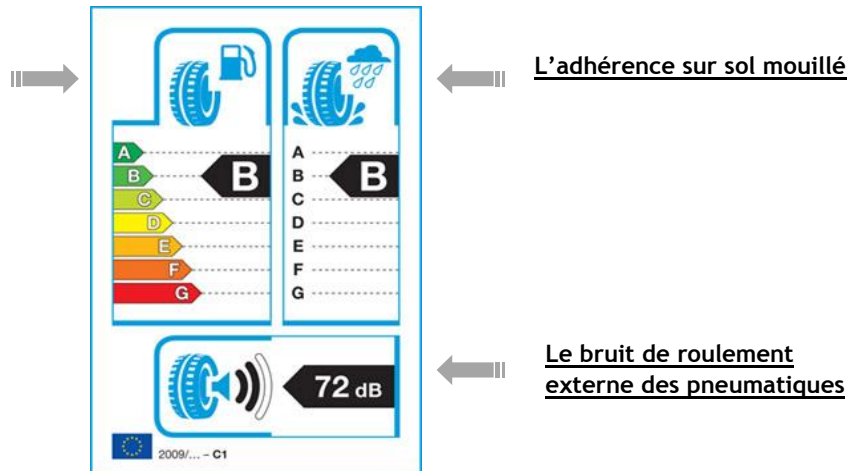
Etiquetage pneumatique : rappel

Depuis le 1^{er} Novembre 2012, les consommateurs disposent, comme pour les appareils électroménagers, les ampoules électriques et les véhicules, d'étiquette pour les pneus des véhicules.

Cette nouvelle étiquette met en avant 3 critères :

- 1 – L'efficacité en carburant (résistance au roulement), noté de A à G,
- 2 – L'adhérence sur le sol mouillé (distance de freinage), noté de A à G,
- 3 – Le bruit de roulement externe des pneumatiques, mesuré en décibels et classifié en 3 niveaux de bruit.

L'efficacité énergétique mesurée à travers la résistance au roulement



L'adhérence sur sol mouillé

Le bruit de roulement externe des pneumatiques

Allopnus.com est le leader français de la vente et du montage de pneu sur Internet.

Créée en 2004, Allopnus est une société 100% française, dont le siège est basé à Aix-en-Provence.

Membre de la FEVAD, allopnus.com propose le plus large choix de gammes du marché (pneus tourisme, agricoles, 4x4, motos, quads, utilitaires et poids lourds ainsi que jantes alu et jantes tôle) à des prix de 20 à 40% inférieurs aux réseaux traditionnels, et des solutions de montage pour tous : plus de 4 200 centres de montage de pneus agréés et pour les pneus tourisme un service 'exclusif' de montage à domicile qui dessert aujourd'hui 80 % du territoire.

En 2012, le site a vendu près de 2 millions de pneus (toutes catégories confondues) avec un chiffre d'affaires de 167 millions d'euros en croissance de 20 % par rapport à 2011.

Le site www.allopnus.com est visité en moyenne chaque mois par 1 million d'internautes totalisant près de 14 millions de pages vues. (Source Google Analytics - compte Allopnus).



Rendez-vous sur :

<http://www.allopnus.com>

<http://www.etiquetagepneus.com/>

<http://blog.allopnus.com/>

CONTACTS PRESSE

Valérie LESEIGNEUR & Joy LION

VLC* / CAPmedias

Tél. 06 68 80 37 35 / 07 62 59 65 86

valerie@agencevlc.com / joy@agencevlc.com

Margot PAOLI BOTTAÏ

Allopnus.com

Tél : 04 88 72 67 46 / 06 18 02 05 69

margot.b@allopnus.com