**INFORMACJA PRASOWA**

**INFORMACJE O FIRMIE**

* **GOODYEAR POLSKA**
* **SP. Z O.O.:**
UL. Krakowiaków 46
02-255 Warszawa
* **NEWSROOM:**
https://news.goodyear.eu/pl-pl/
* **Więcej informacji udzielają:**

**BEATA CHĄDZYŃSKA**

Group Communications Manager EEN

Goodyear Polska Sp. z o.o.

Tel: 725 370 048

beata\_chadzynska@goodyear.com

**MARLENA GARUCKA-KUBAJEK**

Biuro Prasowe Goodyear

Alert Media Communications

tel: 506 051 987

goodyear@alertmedia.pl

**Goodyear na nowo definiuje pozycjonowanie marek w swoim portfolio**

Warszawa, 19 grudnia 2023 r. – Firma Goodyear wzmacnia portfolio swoich marek konsumenckich i zapowiada inwestycje w ich rozwój. Plan przewiduje umocnienie marki Goodyear w segmencie premium i na nowo definiuje pozycję innych marek, w tym marki Dunlop w segmencie środka, by rozszerzyć rynkowy zasięg portfolio i dostarczyć pełną, bardziej konkurencyjną ofertę dla każdego typu konsumenta. Ma to umożliwić również lepszą współpracę z siecią dystrybutorów i sprzedawców detalicznych.

Przygotowanie nowej strategii pozycjonowania marek zostało poprzedzone kompleksową analizą branży oraz szerokim badaniem wśród konsumentów w całej Europie [1]. Pytano o ich podejście do mobilności, postrzeganie marek opon oraz kryteria, którymi kierują się przy podejmowaniu decyzji o zakupie.

Kluczowe wnioski z badania:

• **74% konsumentów uważa opony za „bardzo ważne produkty”**, a nie jedynie za „materiały eksploatacyjne”.

• Świadomość marki i jej reputacja są głównymi czynnikami wpływającymi na wybór opon przez konsumentów.

Świadomość marki i jej reputacja są jednymi z głównych czynników wpływających na wybór opon przez konsumentów (35% odpowiedzi). Na kolejnych miejscach znalazły się osobiste doświadczenia (25%), wyniki testów opon przeprowadzonych przez niezależne podmioty zewnętrzne, takie jak specjalistyczne czasopisma (24%) oraz porady otrzymane od dealerów (23%).

Ponad 1/3 konsumentów dokonuje wyborów zakupowych na podstawie analizy osiągów opon. Co drugi użytkownik priorytetowo traktuje opony, które oferują optymalną równowagę między jakością a ceną, a tylko 14% konsumentów kieruje się ceną.

**Komplementarne i konkurencyjne portfolio marek i produktów**

Goodyear na nowo zdefiniował role dla swoich marek, aby zaspokoić potrzeby różnych grup konsumentów i oferować najbardziej konkurencyjne portfolio w segmentach premium, środka i lokalnych brandów na ewoluującym rynku.

* **Goodyear** jako marka premium kieruje swoją ofertę do konsumentów poszukujących lepszych wrażeń podczas jazdy. Jako jedna z najszybciej rozwijających się marek premium w Europie, Goodyear oferuje obecnie najbardziej zaawansowaną w swojej historii gamę opon, w tym wielokrotnie nagradzane produkty, takie jak Vector 4Seasons, Eagle F1 Asymmetric 6 oraz UltraGrip Performance 3, wyposażone w najnowocześniejsze technologie i innowacje.
* **Dunlop** jako strategiczny gracz w segmencie środka skupi się na inwestycjach, przyciągając kierowców poszukujących długotrwałej jakości w przystępnej cenie. Nowe pozycjonowanie sprawia, że marka staje się jedną z najsilniejszych w tym segmencie pod względem świadomości i rozważań zakupowych, co potwierdzają badania konsumenckie. Oferta opon samochodowych Dunlop rozszerzy się do 84% rynku od 2024 roku [2], obejmując opony letnie, zimowe i całoroczne.
* **Fulda, Avon, Dębica, Sava i Cooper** będą oferować kierowcom trwałe opony w segmencie marek lokalnych.

Opony Avon i Fulda będą nadal dostępne na całym europejskim rynku, odgrywając ważną rolę w segmencie marek lokalnych, odpowiednio w Wielkiej Brytanii i Niemczech, gdzie są dobrze rozpoznawalne. Ogólnoeuropejską ekspozycję zachowają też marki Dębica i Sava, utrzymując kluczową rolę w segmencie brandów lokalnych, szczególnie w krajach Europy Wschodniej. Z kolei Cooper Tires skupi się na długoterminowym zaopatrywaniu pojazdów 4x4, utrzymując mocną pozycję w segmencie opon terenowych.

W ramach strategii Goodyear, wszystkie marki z naszego portfolio będą dostępne na terenie całej Europy. Dzięki temu dealerzy opon otrzymają dodatkowe możliwości, co zapewni, że partnerstwo z Goodyear umożliwi kompleksowe zaspokojenie potrzeb rynkowych w segmentach premium, środka oraz marek lokalnych.

**Portfolio Goodyear zapewnia pokrycie całego rynku**

Nowe pozycjonowanie pozwala Grupie Goodyear na dotarcie do szerszego spektrum rynku niż dotychczas, umożliwiając oferowanie marek i produktów w każdym przedziale cenowym. Dzięki temu dealerzy opon będą mieli dostęp do większego wyboru produktów.

„Chcemy zwiększyć udział marek z Grupy Goodyear w rynku i pozycjonować nasze portfolio jako najbardziej konkurencyjne w Europie. Dążymy do pełnego wykorzystania zarówno indywidualnego, jak i łącznego potencjału naszych brandów, oferując opony odpowiadające potrzebom każdego typu kierowcy”, wyjaśnił David Anckaert, wiceprezes ds. opon konsumenckich Goodyear w regionie EMEA. „Goodyear będzie umacniał swój globalny wizerunek jako marka premium i symbol wysokiej wydajności, zaawansowanej technologii i niezawodności. Natomiast pozostałe nasze brandy zostaną strategicznie ułożone, aby dostarczać wartość dodaną i zapewniać konsumentom szeroki wybór. Jesteśmy też przekonani, że dalsze inwestycje w repozycjonowanie marki Dunlop na europejskim rynku umożliwią pełne wykorzystanie jej potencjały, napędzając wzrost w segmencie środka," dodał D. Anckaert.

[1] Badanie IPSOS przeprowadzone na zlecenie Goodyear w 2022, dotyczące kierowców i segmentacji kategorii. W badaniu wzięło udział 7 200 właścicieli samochodów, którzy niedawno dokonali zakupu opon na sześciu kluczowych rynkach, odpowiadających łącznie za 70% wolumenu europejskiego przemysłu oponiarskiego (Francja, Niemcy, Włochy, Hiszpania, Polska i Wielka Brytania).

[2] % miękkiego pokrycia według estymacji wewnętrznych Goodyear dotyczących liczby pozycji asortymentowych w 2023 r.; przygotowane w maju 2023 r., z uwzględnieniem OED.

**Goodyear**

Goodyear jest jedną z największych firm oponiarskich na świecie. Zatrudnia około 74 000 osób i wytwarza swoje produkty w 57 zakładach w 23 krajach świata. Jej dwa ośrodki innowacyjności w Akron w stanie Ohio i w Colmar-Berg w Luksemburgu dążą do opracowywania najnowocześniejszych produktów i usług, które wyznaczają standardy technologiczne i eksploatacyjne dla całej branży. Więcej informacji o firmie Goodyear i jej produktach można znaleźć na <https://news.goodyear.eu/pl-pl/>