NR. 27 / NOIEMBRIE 2012

premio magazin

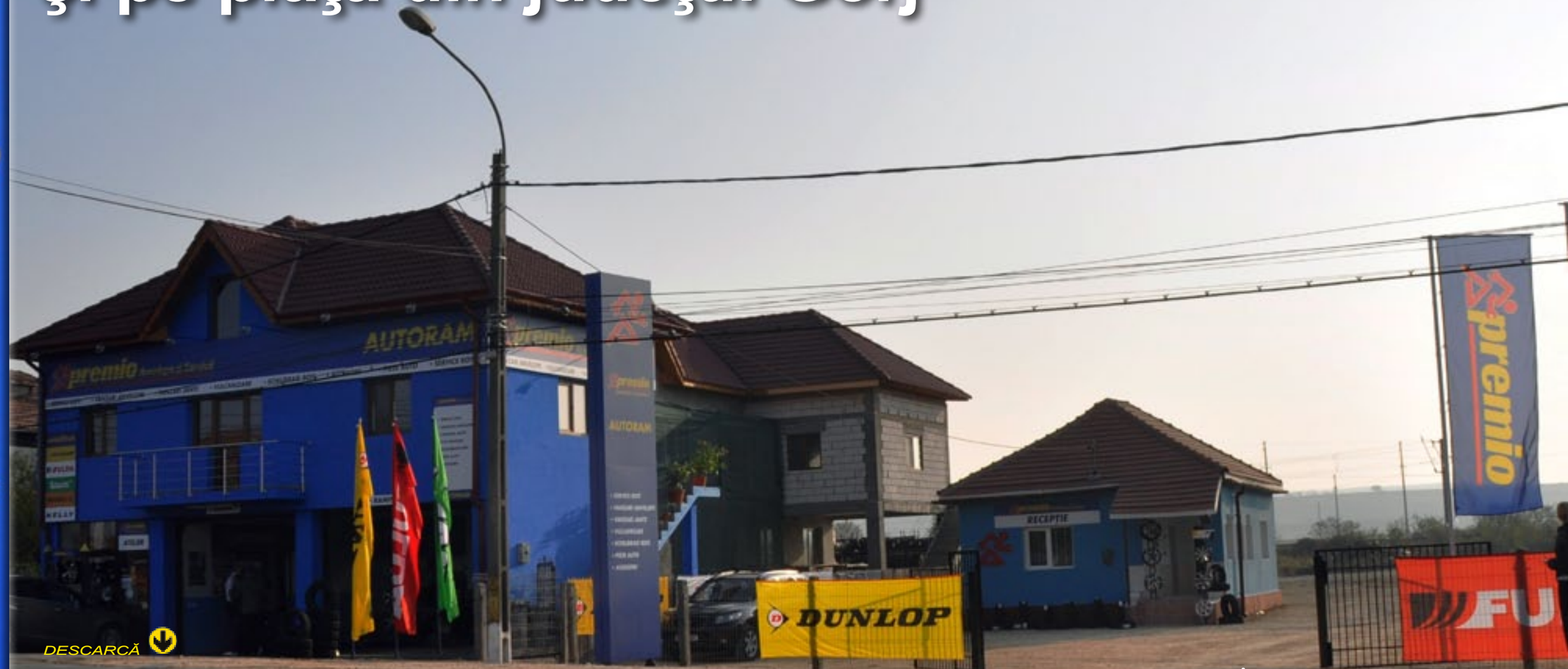
•NOI CENTRE PREMIO ÎN ŢARĂ •DISCOUNTURI •PONTURI •SFATURI UTILE •EVOLUŢIA PIEŢEI

PREMIO AUTORAM, UN NOU STANDARD AL SERVICE-ULUI ŞI RETAIL-ULUI CU ANVELOPE, ACUM ŞI PE PIAŢA DIN JUDEŢUL GORJ

ÎN ACEST NUMĂR:

DE VORBĂ CU REPREZENTANŢII CONSILIULUI PREMIO
MICII SUPORTERI ÎN ATENŢIA GOODYEAR
ANXIETATEA ŞI GRIJILE, PRINCIPALELE PROBLEME ÎN RÂNDUL TINERILOR CONDUCĂTORI AUTO

Premio Autoram, un nou standard al service-ului şi retail-ului cu anvelope, acum şi pe piaţa din judeţul Gorj



premio
Service Anvelope

- SERVICE ROTI
- VANZARI ANVELOPE
- GEOMETRIE
- ECHILIBRARI
- ACCESORII

DESCARCĂ

Goodyear Dunlop Tires România, împreună cu partenerul său francizat S.C. Autoram S.R.L din Târgu Jiu, au inaugurat la sfârşitul lunii octombrie primul magazin-service Premio din judeţul Gorj.

Situat în Cartier Iezureni la nr.7, în Târgu Jiu, Premio Autoram dispune de o suprafaţă totală de peste 4000 de metri pătraţi dintre care 200 de metri pătraţi sunt destinaţi depozitului de anvelope, 150 de metri pătraţi spaţiului de service-are, 200 de metri pătraţi parcării, ş.a. Premio Autoram este destinat exclusiv service-ului şi desfacerii de anvelope şi accesorii auto, capacitatea mare de stocare şi depozitare a anvelopelor fiind o dovadă în plus a accentului deosebit pus pe importanţa anvelopelor, pe siguranţă şi confort.

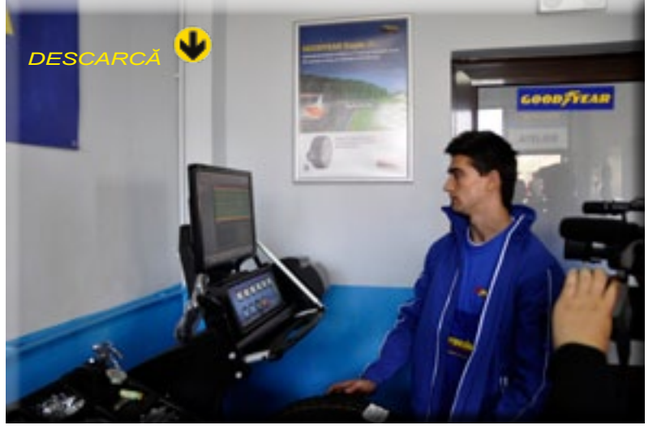
“Suntem parteneri ai Goodyear din acest an, franciza Premio fiind cea care ne-a convins să ne dorim o relaţie puternică şi de durată cu unul dintre cei mai importanţi producători de anvelope de top, lider la nivel mondial. Deschidem acum acest centru Premio cu încrederea unei investiţii solide şi cu certitudinea că în curând vom deschide un al doilea centru Premio în această parte a ţării”, a declarat Ramona Popa, Administrator al SC Autoram SRL.

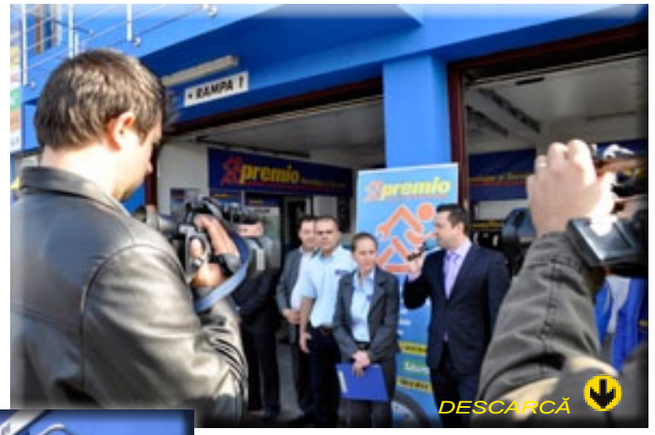
SC Autoram SRL desfăşoară activităţi de service şi retail cu anvelope pe piaţa de profil din Târgu Jiu din 2006. Intrarea în franciza Premio şi deschiderea Premio Autoram în Târgu Jiu reprezintă o investiţie iniţială de peste 100.000 de euro realizată de societatea comercială locală, actualmente partener francizat al Goodyear. Această investiţie a fost consumată în dotarea centrului cu aparatură şi echipament de ultimă generaţie, în extinderea şi modernizarea spaţiului şi în angajarea de personal calificat.

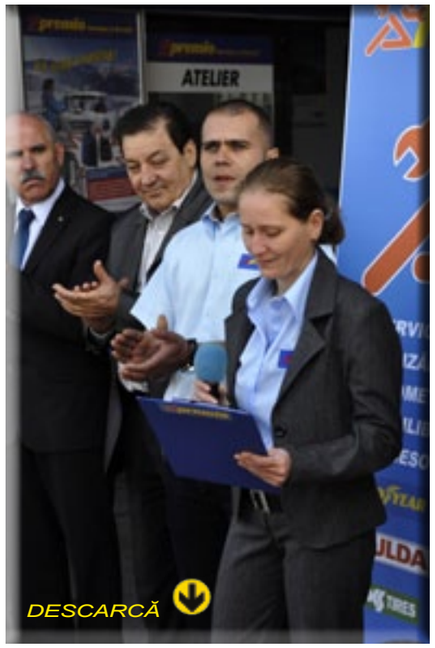
În viitor, SC Autoram SRL din Târgu Jiu intenţionează să crească numărul angajaţilor în centrul Premio Autoram, să realizeze noi investiţii pentru reamenajarea spaţiului, precum şi să deschidă un nou centru Premio într-o altă locaţie din zonă.

PREMIO Autoram este primul centru Premio din judeţul Gorj şi al 29-lea centru Premio din reţeaua de franciză de la Goodyear din România.

101% SATISFACȚIE GARANTATĂ







Claudiu Dinoacă: „Toate investiţiile sunt realizate pentru a satisface clientul, iar cursurile urmate pentru specializări şi dezvoltarea personalului implicat în activităţile Premio au ca scop final mulţumirea clientului într-un procent de 101%.

Premio Gomm, Râmnicu Vâlcea, Strada Libertăţii Nr. 49

Claudiu Dinoacă, Director Premio Gomm

O nouă întrunire a Consiliului Premio ne-a facilitat întâlnirea cu trei reprezentanţi importanţi ai reţelei Premio din România. Am avut astfel ocazia de a afla informaţii noi despre evoluţia francizei în această parte a Europei, despre evoluţia pieţei în 2012 comparativ cu anul precedent, precum şi despre câteva din planurile lor de viitor.

PM: Tocmai aţi participat la o nouă întâlnire a Consiliului Premio. Cât de importantă este o astfel de întâlnire pentru un partener Premio precum Gomm, care se numără printre cele mai vechi magazine-service din reţeaua de la noi din ţară?

Claudiu Dinoacă: *Odată cu dezvoltarea rețelei de franciză a fost necesară formarea unui consiliu de parteneri francizați, menit să îmbunătățească relația dintre rețeaua Premio și partenerul Goodyear. Un astfel de consiliu este foarte important pentru noi, pentru că are atât un rol consultativ, cât și unul activ în a întreține o relație cât mai bună între noi şi francizor.*

PM: Cum apreciaţi nivelul atins de reţeaua Premio în România şi nivelul şi importanţa standardelor propuse de această franciză?

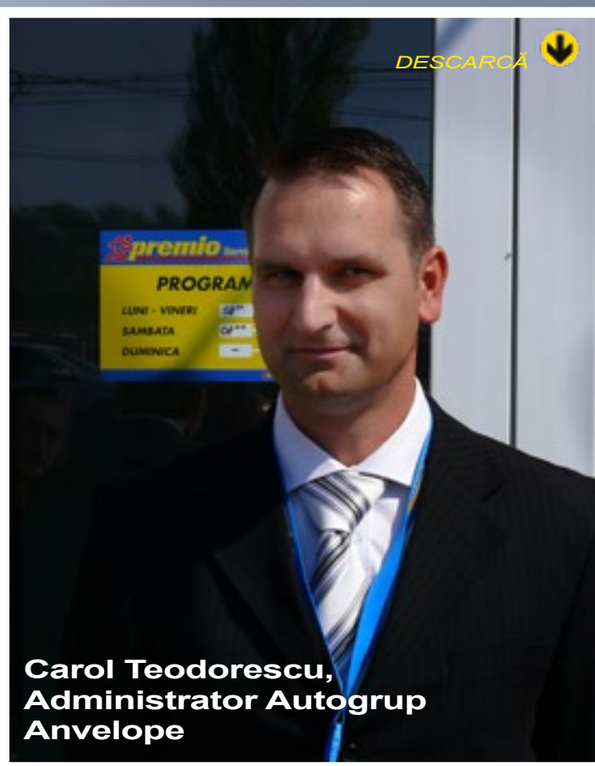
CD: *Mă bucură faptul că acest nivel este în creștere. Pe parcursul creșterii numărului de francizați Premio, este necesară şi o tot mai mare ridicare a standardului, iar aceasta se face prin formare profesională continuă și prin organizarea de training-uri la nivel de rețea. Acestea se efectuează cu sprijinul Goodyear și noi depunem efortul de a participa cât mai mulți parteneri francizați, pentru ca standardul de profesionalism să fie la nivelul dorit.*

PM: Din momentul intrării în franciză şi până în prezent aţi continuat să investiţi în dezvoltarea centrului Premio din Râmnicu Vâlcea?

CD: *Din momentul în care am intrat în franciză și până în prezent, la noi, la Premio Gomm, s-a realizat o investiție de aproximativ 300.000 de euro, menită să ridice standardele la nivelul actual. Ne bucurăm de aprecierea și de sprijinul partenerului Goodyear. La momentul intrării în franciză partea de service reprezenta aproximativ 10% din cifra de afaceri totală, în timp ce acum a crescut la 25-30%, restul reprezentând vânzarea anvelopelor și a altor accesorii. În acest moment, practic, activitatea Gomm este 100% Premio și la fel și implicarea noastră în această colaborare. Toate investiţiile sunt realizate pentru a satisface clientul, iar cursurile urmate pentru specializări și dezvoltarea personalului implicat în activitățile prestate au ca scop final mulțumirea clientului într-un procent de 101%.*

Premio Autogroup Anvelope, Deva, Strada Sântuhalm Nr. 69P (DN7)

DESCARCĂ



DESCARCĂ

Carol Teodorescu, Administrator Autogrup Anvelope

PM: Sunteţi primul partener Goodyear care a îmbrăţişat franciza europeană Premio. Cu ce gânduri vă întoarceţi acum la momentul în care aţi intrat în această franciză?

Carol Teodorescu: *Într-adevăr, am fost primul partener Premio din România, practic noi am pus la Deva în aprilie 2009 bazele acestui concept care se dezvoltă acum în toată țara. Privind retrospectiv, după trei ani și ceva de activitate, pot să spun că a fost un plus, iar ideea de a intra în rețeaua Premio a avut un oarecare succes.*

PM: Care au fost pentru dumneavoastră cele mai semnificative avantaje aduse de intrarea în franciză?

CT: *Bineînțeles, există plusuri și minusuri în orice întreprindere pe care o facem de-a lungul activității noastre, dar intrarea în Premio mi-a dat acces la parteneriatul cu Goodyear Dunlop România, unul dintre cei mai puternici jucători de pe piața de anvelope. Acest parteneriat îți dă acces, pe lângă prețurile competitive la anvelopele de turisme și camioane, la anumite programe de training care se desfășoară în rețeaua Premio, apoi la anumite proceduri de desfășurare a activității pe care un simplu service nu le are. Cu alte cuvinte rețeaua Premio vine și cu know-how-ul pe care îl pune la dispoziția partenerilor ei. Asta înseamnă că există un set standard de proceduri de customer treatment, se specifică foarte clar etapele tratării clientului din momentul intrării în service și până la ieșirea acestuia, se urmărește nivelul de satisfacție a clientului. Există anumite proceduri conexe, precum clientul misterios, prin care se bonifică respectarea standardelor rețelei Premio.*

PM: Cum apreciaţi nivelul atins de dezvoltarea acestei reţele, binecunoscute în Europa, la noi în ţară?

CT: *Iată că suntem la inaugurarea celui de-al 27-lea partener și mai urmează din câte am înțeles de la Consiliul Premio încă șase deschideri până la sfârșitul acestui an. Deci, se estimează că vom fi în jur de 50 de parteneri Premio în următorul an sau maxim doi ani.*

PM: Beneficiaţi de sprijin în derularea de activităţi de promovare?

CT: *Un alt avantaj al apartenenței la franciza Premio este derularea permanentă a campaniilor și acțiunilor promoționale, avem două campanii importante: în iarnă pentru anvelopele de iarnă și în primăvară pentru anvelope de vară. Aceste campanii sunt însoțite întotdeauna de panotaj corespunzător în arealul acoperit de partenerul Premio, de reclame pe posturile de radio sau TV locale şi/sau naționale. Acestea sunt însoțite de anumite acțiuni promoționale, precum cadouri instant sau câştiguri obţinute prin trageri la sorți. Toate acestea vin în sprijinul partenerului Premio pentru a atrage cât mai mulți clienți în locația respectivă. De aceea este foarte importantă apartenența la rețeaua Premio. Aceasta îți dă acces la aceste campanii care sunt în general finanțate de bugetul partenerului Goodyear, ei suportând toate aceste costuri, care vă pot spune că sunt considerabile la nivelul unui partener.*

Premio Arinovis, Braşov, Calea Feldioarei Nr. 57 (DN13), Stupini

premio
Service Anvelope

• SERVICE ROTI
• VANZARI ANVELOPE
• GEOMETRIE
• ECHILIBRARI
• ACCESORII

DESCARCĂ

PM: Cum apreciaţi evoluţia pieţei în 2012 în raport cu anul precedent?

Abri Șandor: *Referitor la piața din 2012 vis-a vis de 2011, din păcate aceasta este în scădere, chiar și în Europa, nu doar în România. Sperăm ca 2013 să fie un an mai bun, să vedem dacă și potențialul de cumpărare crește. Avem speranța că vor fi cumpărate mai multe anvelope, mai ales de bună calitate, din gama premium.*

PM: Pregătiţi un al doilea centru Premio în Braşov?

AȘ: *În ceea ce privește deschiderea celui de-al doilea punct de lucru în Brașov, acesta este un pas pe care ni-l dorim din mai multe motive: să fim mai prezenți pe piața din Brașov și să avem o notorietate sporită pentru Premio, mai ales că ne ajută logistica, iar reclamele putem să le folosim pentru ambele puncte. Sperăm ca asta să ne creeze un avantaj, iar cu timpul – dacă o să existe randament – ne putem gândi chiar și la al treilea punct de lucru și o să fim astfel primii din România cu trei puncte Premio în portofoliu.*

MAGAZINE-SERVICE PREMIO ÎN ȚARĂ

Premio AutoGrup Anvelope	Deva	Str. Sântuhalm nr. 69P 0254 / 210 922
Premio Primat Silver	Bucureşti	Şos. Fundeni nr. 272, sect. 2 021 / 240 5541
Premio Gomm	Râmnicu Vâlcea	Str. Libertăţii nr. 49 0350 / 401 750
Premio Dumivest	Timişoara	Calea Buziaşului nr.130 0356 / 113 265
Premio Speed	Ploieşti	Str. Grigore Cantacuzino nr.360 0748 / 112 231
Premio Service	Galaţi	Str. Drumul de Centură nr.1B 0336 / 401 916
Premio HIL-SERV	Bucureşti	Str. Turnu Măgurele nr.40-42, sect. 4 021 / 460 7739
Premio Barami	Bucureşti/ Voluntari	Str. Erou Iancu Nicolae nr.126, Pipera 031 / 824 1135
Premio REC	Botoşani	Str. Calea Naţională nr. 231A 0231 / 514 037
Premio Railex	Suceava	Str. Traian Vuia nr.10B 0330 / 803 333
Premio Dumivest Arad	Arad	Str. Calea Radnei nr.236 0257 / 279 058
Premio Mondo Trade	Târgu Mureș	Str. Gheorghe Doja nr.225 0365 / 401 085
Premio Frontier	Cluj Napoca	Str. Vaida Voievod nr.63 0264 / 403 444
Premio Tenet	Baia Mare	Bdul. Independenţei nr. 30b, 0362 / 404 000
Premio Arinovis	Braşov	Calea Feldioarei nr.57 (DN13), Stupini, 0268 / 515 514
Premio Esedra	Satu Mare	Str. Lucian Blaga nr. 75, 0261 / 710 341
Premio Auto Class	Craiova	Str. Aroportului nr. 207, Comuna Cârcea, 0251 / 458 325
Premio Top Westyre	Oradea	Str. Vavilov nr. 2, 0359 / 425 429
Premio ARA Grup	Pitești	Calea Câmpulung nr. 35, 0248 / 257 007
Premio ARA Grup	București	Bdul Iuliu Maniu nr. 307, 021 / 310 06 97
Premio Gomma Motors	Bacău	Str. Gării nr.19 0234 / 515 569
Premio Cedol	Iași	Bdul C.A. Rosetti nr. 27, 0232 / 274 260
Premio Autoest	Afumați	Șos. Bucureşti-Urziceni nr.118, DN2, Ilfov 0722 / 283 979
Premio Tenet2	Baia Mare	Bdul. București nr. 44 0262 / 223 754
Premio Clio	Buzău	Bdul. Stadionului nr. 94, 0238 / 716 812
Premio Total Service 2001	Focșani	Calea Munteniei km 181 + 300 m - Șoseaua de Centură, 0237 / 216 067
Premio Euro Star Group	Alba Iulia	Str. Gării nr. 2 Bis 0358 / 100 064
Premio Convenabil	Tulcea	Str. Barajului nr. 6, 0240 / 533 552
Premio Autoram	Târgu Jiu	Cartier Iezureni nr. 7, 0766 / 244 735
Premio Proinvest	Alexandria	Şos. București Km 2, 0744 / 595 795

Micii suporteri în atenţia Goodyear

Goodyear Dunlop Tires România a lansat, cu ocazia meciului Rapid Bucureşti – Delta Tulcea, desfăşurat în optimile Cupei României, proiectul pilot „Goodyear Pentru Siguranţa Celor Mici”, primii beneficiari fiind cei mai tineri suporteri ai echipelor care îşi dispută supremaţia în actuala ediţie a acestei competiţii.

Orientat către educarea şi informarea celor mici în spiritul creşterii siguranţei lor în trafic şi în mediul urban în general, proiectul „Goodyear Pentru Siguranţa Celor Mici” are ca primi beneficiari suporterii nu mai vârstnici de 8 ani ai echipelor din cadrul Cupei României.
Pornind de la un set de elemente grafice mai pe gustul celor mici, proiectul „Goodyear Pentru Siguranţa Celor Mici” se adresează copiilor cu scopul de a le oferi un set de informaţii minimal şi un pachet de bază cu materiale folositoare creşterii vizibilităţii lor în trafic, pe timp de noapte, în locuri aglomerate şi/sau cu vizibilitate redusă.

Copiii de vârsta claselor primare încep să fie mult mai activi social şi să se implice în activităţi altături de adulţi pe tot parcursul zilei. Astfel, par că se descurcă excelent asumându-şi sarcini şi responsabilităţi, dar această situaţie este adesea înşelătoare. Un copil de 8 ani nu se poate descurca încă singur în trafic şi nu se poate plasa mereu în condiţii de siguranţă. Un copil de 8 ani este mai scund decât înălţimea unei maşini, prin urmare este mai greu de văzut şi vede la rândul său mai puţin. Odată cu trecerea la ora de iarnă, această situaţie se înrăutăţeşte, vizibilitatea copiilor în trafic fiind şi mai scăzută cu lăsarea prematură a întunericului.

„La oricare din meciurile care se dispută acum în Cupa României putem vedea suporteri mai mici de 8 ani. Zelul lor este admirabil cu atât mai mult cu cât vin, alături de părinţi, să îşi susţină favoritele cât de târziu în seară. Pentru a-i ajuta pe părinţi să se asigure că cei mici sunt în deplină siguranţă şi

premio
Service Anvelope
• SERVICE ROTI
• VANZARI ANVELOPE
• GEOMETRIE
• ECHILIBRARI
• ACCESORII
DESCARCĂ

pentru a-i face pe copii mai uşor de reperat în situaţii aglomerate şi de trafic, cum pot fi cele generate în timpul unui meci de fotbal, aducem celor mici un pachet de elemente de siguranţă şi informaţii necesare siguranţei lor", a subliniat Ovidiu Bălan, director general al Goodyear Dunlop Tires România. „În calitate de parteneri oficiali ai Cupei României, mulţumim organizatorilor pentru sprijinul acordat în implementarea acestui proiect în rândul celor prezenţi pe stadioane la meciurile din Cupă, începând cu această etapă a 8-imilor", a mai precizat acesta.

Copiii pot fi mai vizibili în trafic şi în mediul urban în general prin:

• Haine vizibile. Acestea trebuie să fie luminoase, strălucitoare şi intens colorate.

• Accesorii reflectorizante pentru haine. Adăugând benzi reflectorizante în jurul braţelor sau pe încălţăminte ajută de asemenea la a-i face mai vizibili în special seara, în zile ceţoase, ploioase sau pur şi simplu mohorâte, sau pe drumurile lăturalnice mai puţin luminate.

• Bicicleta şi ghiozdanul. Acestea sunt mai uşor de remarcat prin accesoriile reflectorizante ataşate şi prin luminile – din faţă şi din spate – funcţionale. De asemenea adăugarea unor stickere reflectorizante pe ghiozdan îi ajută şi mai mult să fie vizibili în trafic.

Pachetul de bază „Goodyear Pentru Siguranţa Celor Mici" răspunde acestor nevoi şi conţine: vestă reflectorizantă pentru cei cu vârsta între 6 şi 9 ani, brăţară reflectorizantă flexibilă ce poate accesoriza şi hainele sau un rucsac pentru cei mai mici de 6 ani şi stikere fosforescente pentru diverse utilizări ca accesorii pe ghiozdan, bicicletă şi chiar încălţăminte.

DESCARCĂ

premio
Service Anvelope

• SERVICE ROTI
• VANZARI ANVELOPE
• GEOMETRIE
• ECHILIBRARI
• ACCESORII

premio
Service Anvelope

• SERVICE ROTI
• VANZARI ANVELOPE
• GEOMETRIE
• ECHILIBRARI
• ACCESORII

Anxietatea şi grijile, principalele probleme în rândul tinerilor conducători auto

Tinerii din "Generaţia Y" îşi exprimă nemulţumirea când sunt la volan, adresând cuvinte jignitoare celorlalţi conducători auto şi accelerând când alţii încearcă să-i depăşească.

Cel mai recent studiu realizat de Goodyear pentru a cerceta bagajul de credinţe şi cunoştinţe, dar şi dispoziţiile comportamentale ale conducătorilor auto în traficul de zi cu zi, a arătat că tinerii conducători auto din ziua de azi au un nivel ridicat de anxietate, care îi determină să aibă un comportament agresiv în trafic. Criza economică, rata crescută a şomajului în rândul tinerilor şi problemele de la nivel global, cum sunt terorismul şi schimbarea climei au determinat o generaţie care are atât probleme de anxietate, cât şi de agresivitate.

Studiul, care a investigat comportamentul a 6.400 de tineri conducători auto cu vârste sub 25 de ani din 16 pieţe (15 ţări europene şi Africa de Sud), a fost conceput pentru a înţelege cum gândeşte un şofer începător şi pentru a oferi câteva aspecte interesante în ceea ce priveşte comportamentul tinerilor conducători auto în trafic.

Într-o lume cu multe probleme de anxietate, studiul realizat de Goodyear a constatat faptul că aceste probleme nu sunt legate doar de dificultăţile din lumea exterioară, ci şi de condusul auto în traficul de zi cu zi. Anxietatea este determinată de nucleul amigdalin al creierului, care ajută la reglarea hormonilor şi emoţiilor, inclusiv la stăpânirea fricii. Ca parte a angajamentului său de a aborda şi de a înţelege siguranţa în trafic, al treilea studiu anual privind

premio
Service Anvelope

• SERVICE ROTI
• VANZARI ANVELOPE
• GEOMETRIE
• ECHILIBRARI
• ACCESORII

siguranţa rutieră realizat de Goodyear a urmărit comportamentul tinerilor conducători auto în trafic.

Furie extremă în trafic în rândul tinerilor europeni

Studiul a analizat o serie de stereotipuri referitoare la caracteristicile naţionale. Suedezii, care în studiul de anul trecut au fost clasaţi pe locul al doilea în ceea ce priveşte cei mai precauţi conducători auto de către ceilalţi europeni, se află acum

pe primul loc pe lista privind tinerii şoferi agresivi cu 83% şanse de a adresa injurii celorlalţi participanţi la trafic şi cu 28% şanse de a face gesturi obscene. Tinerii conducători auto din Turcia, Spania şi Italia sunt printre cei mai puţin predispuşi să adrese injurii celorlalţi şoferi din trafic (46%, 56% şi respectiv 58%).

Şoferii francezi, din contră, arată atât o agresiune verbală, cât şi una fizică, fiind cu 78% mai predispuşi la a adresa injurii celorlalţi, în fiecare secundă (53%) chiar frânând cu un anumit scop atunci când o maşină se opreşte în spatele lor prea aproape şi unul din trei (33%) făcând gesturi obscene. Tinerii din Rusia şi din Africa de Sud sunt aproape tot la fel de furioşi, procentul fiind de 63%, doi din trei mărturisind că trec de pe o bandă pe alta în trafic aglomerat pentru a economisi timp (în comparaţie cu media europeană de doar 28%).

Bărbaţii sunt mai agresivi în trafic decât femeile – nu ne surprinde!

Stereotipurile de gen sunt încă prezente şi bune în trafic. Studiul a arătat că bărbaţii sunt mai agresivi decât femeile şi mai înclinaţi să manifeste un comportament periculos, cum ar fi depăşirea a mai mult de un vehicul la un moment dat pe o şosea cu două benzi (58% bărbaţi faţă de 42% femei); accelerând intenţionat atunci când cineva încearcă să-i depăşească (25% faţă de 19%); urmărind o maşină îndeaproape şi apoi orbindu-i pe ceilalţi şoferi cu farurile pentru a fi lăsaţi să treacă (22% faţă de 12%).

Rezultat interesant: tinerii conducători auto care trăiesc pe cont propriu sunt mult mai agresivi decât cei care locuiesc cu părinţii. Ei sunt probabil mai predispuşi la a vorbi urât (73% faţă de 63%), la a face gesturi obscene (31% faţă de 25%) şi la a depăşi mai mult de două maşini pe o şosea cu două benzi (49% faţă de 39%). Acest lucru poate fi cumva explicat prin faptul

că aceştia, stând acasă, beneficiază de sfaturile şi încurajarea părinţilor, în timp ce tinerii care trăiesc pe cont propriu s-ar putea simţi mai vulnerabili şi neliniştiţi la contactul cu lumea exterioară.

Manifestarea unei atitudini curajoase, dar marcată de nesiguranţă

Agresiunea din trafic pare să ascundă un sentiment profund înrădăcinat de anxietate în rândul tinerilor conducători auto – în special faţă de factorii externi pe care nu îi pot controla. 64% dintre conducătorii auto începători se tem în trafic de conducătorii auto care au consumat alcool, în timp ce 63% se tem de a nu fi loviţi de o altă maşină şi 58% sunt îngroziţi de a nu rămâne în pană. Dar, dincolo de acest lucru, tinerii sunt, de asemenea, îngrijoraţi de problemele serioase de la nivel mondial. Poate că era de aşteptat ca şomajul şi criza economică să se situeze pe primele locuri cu 61% şi respectiv cu 43%, să fie probleme referitoare la mediu şi terorismul global, mai puţin decât o altă îngrijorare imediată cu 27% şi respectiv 20%. În climatul actual nesigur, aproape un sfert din cei menţionaţi au afirmat că obţinerea unui loc de muncă este prioritatea numărul unu în viitorul apropiat, în timp ce 21,5% au susţinut că terminarea studiilor a fost principalul lor obiectiv.

Acei tineri care trăiesc în ţările care se confruntă în special cu situaţii materiale dificile par a fi cei mai îngrijoraţi. Spania este alarmată cel mai mult de conducătorii auto aflaţi sub influenţa băuturilor alcoolice, cu 81%, Italia nu cu mult în urmă, 73%, şi, de asemenea, teama de a nu fi lovit de o altă maşină, care este în primele locuri ale sondajului. Ţările care sunt cel mai puţin îngrijorate de aceste lucruri – de la a nu fi lovit de o maşină până la a nu le ceda frânele – sunt Olanda, Suedia şi Danemarca, ţări care au trecut cu mult mai bine peste crizele economice. Sud-africanii au un nivel mai ridicat de anxietate în ceea ce priveşte majoritatea problemelor şi, în special, provocarea unui accident într-un cartier rău-famat al oraşului sau faptul de a li se fura maşina – acest lucru arată o rată mai mare a criminalităţii şi o situaţie socială mult mai dificilă în Africa de Sud.

Înţelegând nevoia de a atenua acest comportament agresiv în trafic, producătorul de anvelope Goodyear va continua parteneriatul cu Asociaţia Europeană a Şcolilor Auto, pentru a oferi tinerilor mai multă pregătire cu privire la conducerea autovehiculului în condiţii de siguranţă şi în mod responsabil, şi preocuparea pentru întreţinerea maşinii şi a anvelopelor.