La 23ª edizione di Automechanika, che si è svolta dal 16 al 20 settembre 2014, ha fatto da cornice a tutte le più interessanti innovazioni che riguardano l'aftermarket a livello internazionale. Quest'anno circa 140.000 visitatori provenienti da 173 Paesi hanno colto l'occasione per informarsi sui prodotti e sulle nuove tecnologie per il settore automotive nel corso di cinque giorni di fiera1. Un visitatore su quattro proveniva dal comparto delle autofficine. La manifestazione ha raggiunto un nuovo record sul fronte degli espositori con 4.631 aziende provenienti da 71 Paesi.

Detlef Braun, membro del comitato direttivo di Messe Frankfurt, ha dichiarato: "Abbiamo ricevuto ottimi giudizi da parte dei nostri espositori. Impulsi particolarmente positivi giungono dalle aziende straniere, ma anche le imprese tedesche esprimono un giudizio più positivo circa l'attuale congiuntura del settore rispetto al 2012".

Il numero dei visitatori internazionali è aumentato di cinque punti percentuali raggiungendo il 60%. A suscitare grande interesse tra i visitatori sono stati temi come i sistemi di trazione alternativa, i processi di elaborazione digitali completamente automatizzati, l'efficienza energetica, le soluzioni per costruzioni leggere con carico utile finora mai raggiunto, gli accessori, il customizing, i car media e le stampe in 3D. Al riguardo Detlef Braun ha affermato: "Ora più che mai Automechanika Francoforte sta dando prova di essere una piattaforma adatta alla presentazione delle tecnologie più avanzate per lo sviluppo futuro dell'intero settore dell'automotive aftermarket".

Anche nel settore dei veicoli commerciali, la fiera ha presentato interessanti novità mondiali e tutti i più recenti sviluppi. "La sostenibilità e l'eco-compatibilità svolgono un ruolo di primo piano anche nel segmento dei veicoli commerciali. Ad Automechanika sono stati presentati per la prima volta furgoni con un carico utile mai raggiunto prima e camion frigo ad alimentazione elettrica e dal peso ottimizzato" ha aggiunto Detlef Braun. I visitatori hanno mostrato grande entusiasmo per l'elevato potenziale innovativo degli espositori del settore dei veicoli commerciali, contrassegnati dal logo "Truck Competence" posto sopra oltre 1.000 stand, e per le mostre speciali dedicate a questo tema. Alexandra Sommer, responsabile marketing aftermarket presso l'azienda Knorr-Bremse Systeme für Nutzfahrzeuge GmbH, ha dichiarato quanto segue: "Il nostro concept fieristico ha raccolto ampi consensi e stiamo registrando un netto incremento delle affluenze al nostro stand rispetto alla precedente edizione. Il nostro simulatore si inserisce perfettamente nel settore Truck Competence di Automechanika Francoforte. Non vediamo l'ora di tornare nel 2016."

Tra gli eventi del programma di Automechanika Academy, quello che ha attirato maggiormente l'attenzione è stato il "Damage Talk" con 600 partecipanti. Qui si sono presentati importanti rappresentanti del settore assicurativo, tra cui HUK Coburg, la nuova

Associazione federale tedesca delle autofficine partner (Bundesverband der Partnerwerkstätten / BVdP) e la società Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT). L'evento è stato sponsorizzato da aziende specializzate in verniciatura che dopo 12 anni hanno fatto il loro ritorno ad Automechanika. «Abbiamo riacquistato fiducia nelle fiere come strumento di marketing; a Francoforte abbiamo incontrato operatori provenienti da tutto il mondo», ha dichiarato Frank Forst, direttore commerciale di Cromax.

Che anche in una fiera si possa dare prova d'impegno sociale lo ha dimostrato l'iniziativa dell'associazione tedesca "TEILEn e.V." Oltre 50 rinomate aziende del libero mercato delle parti di ricambio e Automechanika hanno unito le forze per un buon fine e hanno donato oltre 250.000 euro all'associazione benefica Peter Maffay Stiftung. Il famoso artista che ha fondato l'associazione ha ritirato l'assegno personalmente in fiera, catalizzando così l'attenzione soprattutto del pubblico tedesco delle autofficine.

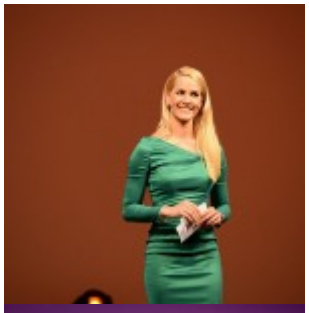
Nelle giornate di venerdì e sabato i visitatori del settore delle autofficine hanno sfruttato appieno l'offerta delle "giornate dell'autofficina di Automechanika". Il programma includeva varie presentazioni tecniche, interessanti mostre delle autofficine e concorsi organizzati tra l'altro dai membri dell'Associazione del libero mercato delle parti di ricambio (Verband freier Ersatzteilemarkt VREI e.V.), come, ad esempio, Schaeffler, ZF, Valeo e tanti altri. A proposito di questa iniziativa, Thomas Fischer, presidente VREI, ha dichiarato: «Insieme alle nostre aziende associate siamo riusciti a suscitare interesse tra i visitatori provenienti dal segmento delle autofficine.»

La prossima edizione di Automechanika Francoforte si svolgerà dal 13 al 17 settembre 2016.

Le voci degli espositori:

"Grazie ad Automechanika Francoforte riusciamo a raggiungere quasi tutti i nostri clienti in un unico luogo. Quest'anno siamo estremamente soddisfatti della fiera e abbiamo accolto con favore la decisione di spostare i giorni di fiera da martedì a sabato." (José Guilherme Ferreira, Direttore Marketing, Indústrias Metálicas Veneporte S.A.)

"Abbiamo esposto per la prima volta ad Automechanika Francoforte ed è stato un grande successo. La fiera rappresenta per noi la piattaforma perfetta per presentare la nostra azienda e per raggiungere sia i nostri clienti abituali che i nuovi clienti. Torneremo sicuramente all'edizione 2016; siamo già impazienti." (Armin Bolch, Amministratore Delegato, Petronas Lubricants Deutschland GmbH)

“La partecipazione alla fiera è per noi molto importante in quanto qui abbiamo la possibilità d’incontrare i nostri attuali clienti e potenziali nuovi clienti da tutto il mondo in un solo luogo. Siamo molto soddisfatti della qualità e del livello di internazionalità dei visitatori.” (Susana Oliveira Basílio, Assistente di Vendita, Joõo de Deus & Filhos, S.A.)

“Bizol ha partecipato quest’anno a sette fiere del brand Automechanika. A partire dalla prossima settimana ci prepareremo per Automechanika Shanghai e stiamo già programmando la nostra partecipazione ad Automechanika Chicago. Rispetto all’edizione 2012 il numero e la qualità dei partecipanti e dei visitatori di Automechanika Francoforte 2014 sono stati per noi più elevati. Quest’anno abbiamo utilizzato un nuovo servizio pubblicitario e due nuovi servizi stampa e siamo molto soddisfatti di entrambi. Ringraziamo il team di Automechanika 2014 per il servizio e il supporto eccellenti.“ (Marcello Assandri, Chief Marketing Officer, Bizol)