

Hamaton ha partecipato a The Tire Cologne e ad Autopromotec. Abbiamo intervistato Ryan Dalton, marketing executive dell'azienda, che era presente a Bologna.

Come sono state le due fiere?

E' stata una settimana molto impegnativa. Per partecipare ad entrambe le manifestazioni abbiamo dovuto dividere il team. Una volta finita Colonia, chi era in Germania è poi venuto a Bologna. E' stato complicato, ma necessario. Avendo aperto da poco una [**filiale in Germania**](#) era importante partecipare a The Tire Cologne, per allargare la base di clienti e incrementare la conoscenza del marchio. Dall'altra parte, il mercato italiano è rilevante per Hamaton, quindi anche Autopromotec era un'opportunità da non perdere.

Come è andata Autopromotec?



Il primo giorno, il mercoledì, non abbiamo visto un grande via vai di visitatori, perchè era l'ultimo giorno di Colonia. Dal giovedì, invece, la uscia è decisamente cambiata. Siamo stati impegnatissimi, con un gran giro di clienti e tantissimi meeting. In Italia stiamo crescendo, sia come fatturato ma anche come dal punto di vista personale. Abbiamo iniziato a collaborare con Daniel Schon e Massimo Lippi, due uomini di grande esperienza nel settore pneumatici. E' importante avere persone che parlano italiano, nel mercato italiano.

Avete presentato qualche novità in fiera?

Certo! Lato sensori, avevamo il nostro EU-Pro Hybrid 3.5 in versione lite, una versione low

cost del nostro sensore di punta, che si differenzia dal fratello più costoso perchè è solamente programmabile. Inoltre, abbiamo lanciato il nuovo sensore bluetooth per Tesla **[BLE aftermarket \(Bluetooth Low Energy\)](#)**. Infine, presentavamo la App di programmazione TPMS gratuita, che rende molto semplice la programmazione dei sensori.

© riproduzione riservata pubblicato il 6 / 07 / 2022