

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.