Ad Autopromotec ha esposto anche Kaeser Compressori, uno dei giganti mondiali dell'aria compressa, che ha voluto presentare la sua offerta per il mondo dell'aftermarket automotive. Giovanni Micaglio, Managing Director di Kaeser Italia, ha affermato: "La fiera è stata un evento positivo, dove abbiamo raccolto circa 150 contatti qualificati. Abbiamo deciso di partecipare ad Autopromotec perchè ci rendiamo conto che nel mondo dell'automotive aftermarket c'è sempre più la necessità di una gestione professionale dell'aria compressa, il cui costo di produzione continua ad aumentare."

Chi lavora con l'aria compressa sa, infatti, che la bolletta a fine mese è sempre più cara: i meccanici, i carrozzieri e, naturalmente, i gommisti devono affrontare elevati consumi energetici, che spesso aumentano ulteriormente a causa di attrezzature vecchie e poco efficienti.

"Il consumo energetico è un tema molto significativo oggi. Il compressore non può più essere considerato un attrezzo da tenere chiuso nel fondo della rimessa: è un prodotto attraverso il quale passa molto denaro. Kaeser è rinomata per la realizzazione di compressori con elevate performance di silenziosità, affidabilità e bassi consumi energetici. Per dimostrare il valore dei nostri prodotti al mondo dell'aftermarket, abbiamo dato vita alla campagna KaeseRelax, la formula di locazione operativa lanciata da poco."

La promozione KaeseRelax permette di avere in comode rate personalizzabili e con deducibilità fiscale il compressore a vite, a pistoni, ed anche essiccatori e relativi accessori a marchio Kaeser. Nella formula sono inoltre incluse la copertura assicurativa All risk e l'assistenza "Kaeser Service" e, una volta terminata la rateizzazione, il compressore può essere riscattato godendo del super-ammortamento previsto dalla Legge di Bilancio 2017.

"Questa promozione, che è subito partita bene, garantendoci nuovi contatti, è stata pensata per togliere ogni preoccupazione al nostro cliente. Per questo, potremmo addirittura pensare di vendere solamente l'aria compressa al metro cubo. È interessante notare che, alla fine, spesso i professionisti dell'automotive ci contattano avendo visto la promozione, ma poi concludono l'acquisto diretto del compressore."

Infine, sia in fiera che nella comunicazione aziendale, Kaeser sta cercando di declinare il tema ambientale associandosi alle api. Nello strand di Autopromotec era presente un Ape Piaggio personalizzata da un artista con l'aerografo, mentre parallelamente è stato creato il progetto BeeKaeser (www.beekaeser.com), che ha lo scopo di effettuare una ricerca scientifica su base nazionale utilizzando le api come bioindicatore. Analizzando le api ed il miele da loro prodotto, infatti, è possibile ottenere informazioni molto precise e preziose sulla presenza nell'aria di agenti inquinanti e metalli pesanti.

“20 nostri Kaeser Point, distribuiti in altrettante città italiane, produrranno miele e, in collaborazione con l’Università di Ferrara, verranno condotte delle analisi per valutare la qualità dell’aria. Siamo sensibili ai temi del risparmio energetico, del basso impatto ambientale e della qualità dell’aria e vogliamo dimostrarlo con i fatti oltre che con le parole.”

© riproduzione riservata
pubblicato il 8 / 06 / 2017