

Un'esperienza interessante ed affascinante

Aprile 2006

Con il Mercedes-Benz Center di Stoccarda, adiacente al museo Mercedes-Benz, la Casa automobilistica tedesca ha posto un altro importante segno della propria presenza. Con la caratteristica forma squadrata e il tetto verde, il Mercedes-Benz Center di Stoccarda si contrappone architettonicamente alla struttura sinuosa del museo, al quale è collegato da una galleria sotterranea. Con l'affascinante costruzione davanti ai cancelli dello stabilimento di Untertürkheim, il gruppo DaimlerChrysler porta avanti con coerenza la propria offensiva per promuovere il marchio Mercedes-Benz. Grazie a questo complesso architettonico, la capitale del Baden-Württemberg, una delle due sedi principali del gruppo DaimlerChrysler, sarà la quarta città tedesca a disporre di un centro di questo genere, in cui i Clienti potranno conoscere da vicino l'intera gamma di prodotti Mercedes-Benz.

Lo straordinario edificio del Mercedes-Benz Center, progettato dal Prof. Christoph Kohlbecker (Gaggenau) è situato, insieme al nuovo museo Mercedes-Benz, sull'area collinosa alta circa sei metri del "Mondo Mercedes-Benz", direttamente di fronte allo stabilimento DaimlerChrysler di Stuttgart-Untertürkheim. Il Center troneggia su un angolo dell'area, che si sviluppa da un parcheggio di forma ascendente, rappresentando così il pendant architettonico del museo, due volte più alto. Una galleria vetrata lunga 80 metri (detta "Passage") con punti gastronomici, negozi e spazi espositivi collega i due edifici, puntando al tempo stesso i riflettori sull'attuale gamma di veicoli.

Con oltre 9.100 metri quadrati di spazi espositivi inondati di luce e con grandi vetrate, il nuovo Center presenta al Cliente la gamma completa di prodotti Mercedes-Benz, distribuita su tre piani. Seguendo la speciale suddivisione degli spazi, i visitatori avranno l'opportunità di ammirare singole serie di modelli oppure particolari tipologie di veicoli, come ad esempio vetture Cabrio, a trazione integrale 4MATIC, firmate AMG o con allestimenti designo. Ciò consentirà a

Clienti e visitatori di conoscere da vicino la straordinaria varietà di prodotti Mercedes-Benz attraverso ben 130 veicoli in esposizione. All'interno dello spazio espositivo situato nella torre del Centro, il Mondo Mercedes-Benz offrirà ai visitatori una serie di mostre sui temi della ricerca, della sicurezza e del design. Con un'esposizione di prodotti senza precedenti, a simbolo dei valori di fondo del Marchio, nel Center verranno presentate tutte le 19 serie di modelli attuali. Gli addetti alla vendita saranno a disposizione dei Clienti per qualsiasi consulenza. Si calcola che in futuro, nel Mercedes-Benz Center, lavoreranno circa 120 dipendenti.

Moderni servizi di accettazione e di assistenza

Oltre ad una vasta serie di servizi, il nuovo Mercedes-Benz Center di Stoccarda disporrà anche di uno dei più moderni centri di assistenza Mercedes-Benz. Con un avanzato sistema di accettazione, un vasto assortimento di ricambi e le più moderne tecniche di lavorazione, la Casa di Stoccarda punta a soddisfare i massimi requisiti in termini di qualità, affidabilità ed orientamento al Cliente. Questo centro di assistenza per autovetture, con 16 postazioni di officina per riparazioni, interventi di manutenzione e servizi vari, è situato al disotto dell'area del Mondo Mercedes-Benz. Attraverso l'istituzione di doppi turni, si prevede di tenere aperto il centro di assistenza con orario continuato dalle 7 alle 22 (il sabato dalle 8 alle 16).

Con il nuovo autosalone edificato sullo stesso luogo in cui è nata la Casa di Stoccarda, il gruppo DaimlerChrysler presenta la forma più moderna di vendita ed assistenza di prodotti automobilistici, con soluzioni avveniristiche in termini di orientamento al Cliente, commercializzazione, assistenza, immagine del Marchio e architettura. "Il Mercedes-Benz Center di Stoccarda riflette in modo esemplare cosa intendiamo per una commercializzazione davvero moderna nelle metropoli di tutto il mondo", spiega il Dr. Klaus Maier, responsabile Vendita e Marketing del Mercedes Car Group. "Il Cliente è sempre al centro delle nostre attività. Con la presentazione dell'attuale gamma completa di vetture, una galleria di mostre dedicate al Marchio continuamente aggiornate ed un centro esclusivo per la

consegna dei veicoli, il Mercedes-Benz Center di Stoccarda rappresenta un vero e proprio modello di riferimento per questo settore."

Pagina 3

Nell'area circostante il Mercedes-Benz Center sarà disponibile un numero sufficiente di parcheggi per visitatori e Clienti, in parte sotterranei ed in parte esterni. Tutti saranno collegati direttamente al centro di assistenza del Mercedes-Benz Center di Stoccarda, situato nella collina, al disotto dell'area del Mondo Mercedes-Benz, e quindi non direttamente visibile ai visitatori.

"Nell'ambito dei nuovi Mercedes-Center di Berlino, Monaco e Colonia, il Mercedes-Benz Center di Stoccarda è destinato ad assumere un ruolo del tutto particolare, soprattutto in virtù della sua vicinanza al nuovo museo Mercedes-Benz e al luogo natio della mobilità", commenta Christoph Köpke, Presidente del Consiglio di Amministrazione dell'Organizzazione di Vendita DaimlerChrysler Germania (DCVD): "Inoltre qui a Stoccarda, in futuro, potremo esporre tutta la varietà dei nostri prodotti, cosa che sarebbe impossibile in un autosalone di tipo tradizionale."

Il complesso architettonico, senza precedenti a livello mondiale, comprende il museo Mercedes-Benz e il centro espositivo della filiale di Stoccarda, offrendo a Clienti e visitatori l'affascinante possibilità di scoprire la storia del marchio Mercedes-Benz dagli esordi fino all'attuale gamma di prodotti. Il Centro presenta inoltre ulteriori attrattive legate alle immediate vicinanze allo stadio Gottlieb-Daimler, alla Hans-Martin-Schleyer Halle e al futuro Karl-Benz-Center.

"In questo nuovo Centro, adiacente al museo Mercedes-Benz, vogliamo presentare ai nostri Clienti una panoramica completa dei prodotti del Marchio. Consapevoli della responsabilità di questo particolare luogo, saremo sempre aperti alle esigenze della nostra clientela", ha dichiarato Burkhard Wagner, direttore della Filiale Mercedes-Benz di Stoccarda.

Il "Passage": un collegamento diretto al museo Mercedes-Benz

Attraverso la galleria sotterranea denominata "Passage", il Mercedes-Benz Center è collegato direttamente al museo Mercedes-Benz. Lungo questo corridoio, che si

estende per 100 metri nel sottosuolo dell'area del centro, sono ospitati punti gastronomici, negozi e parte delle sezioni espositive del Mondo Mercedes-Benz. Inoltre, a stabilire un collegamento tra i complessi architettonici provvede la configurazione armoniosa e la possibilità di utilizzo dell'area circostante, che tra l'altro prevede un'arena open-air con spazio per 500 spettatori. L'area complessiva del centro consente di ospitare più di 30.000 persone per l'organizzazione di manifestazioni all'aperto.

Il "cuore" del Mercedes-Benz Center di Stoccarda è rappresentato da una torre alta 27 metri, di forma conica e rivestita in alluminio, ben visibile anche da lontano. All'interno di questa torre è ospitata la cosiddetta "galleria del Marchio", un elemento che caratterizza la formula innovativa dell'intero Mercedes-Benz Center. Su tre piani ed una superficie di circa 500 metri quadrati, nella torre vengono presentate mostre temporanee sui più svariati temi del Marchio. Può trattarsi di Motorsport, sicurezza, innovazione, tecnica o design: la gamma di argomenti è ampia e offre numerose prospettive da presentare anche dal punto di vista emozionale. Infatti, in queste mostre non vengono soltanto esposti dati e fatti, ma anche raccontate storie che invitano i visitatori a partire alla scoperta di un nuovo mondo. Le esposizioni vengono programmate e realizzate nell'ambito delle attività di comunicazione integrata. In questo modo, il progetto della galleria del Marchio soddisfa entrambe le esigenze di Clienti e visitatori: ricevere nel "point of sale" un mix equilibrato di informazioni, ma anche emozioni.

Stoccarda è una delle metropoli selezionate in tutto il mondo da Mercedes-Benz per realizzare la sua visione dell'autosalone del futuro. Qui è nato un moderno centro di comunicazione automobilistico che stabilisce nuovi standard in termini di orientamento al Cliente. È dato che il Mercedes-Benz Center di Stoccarda non intende essere un autosalone in senso tradizionale, qui i visitatori potranno vivere una nuova ed esclusiva esperienza del Marchio, che in futuro non sarà limitata soltanto a questa regione.

La comunicazione sempre in primo piano

In tutti i Mercedes-Benz Center, l'obiettivo è dare la priorità non al classico colloquio di vendita, bensì alla comunicazione. Informare, affascinare ed appassionare: sono questi gli imperativi. Fin dalla progettazione del Centro è apparso evidente che occorre rivolgersi sia ai genitori che ai bambini, agli appassionati di tecnica e agli amanti del design. I visitatori devono sentirsi a proprio agio e tornare volentieri, sia come Clienti effettivi o potenziali che come ospiti. Ma sempre con una premessa: il Mercedes-Benz Center di Stoccarda deve offrire in ogni caso molto di più di un autosalone convenzionale.

L'identità del Marchio Mercedes-Benz si basa su valori di fondo come leadership tecnologica, sicurezza, comfort, affidabilità e competenza nel design. Questi valori si riflettono in modo evidente anche nell'architettura del Marchio. Flessibile e raffinata, ma non stravagante; tendenzialmente intramontabile e concreta: sono queste le caratteristiche distintive dell'architettura Mercedes-Benz. Lo stile architettonico può sostenere l'immagine di un Marchio soltanto se attinge ad un linguaggio formale chiaro. Per questo motivo, nei suoi Center, Mercedes-Benz punta a mantenere sempre elementi chiaramente riconoscibili, senza tuttavia rinunciare all'individualità dello stile architettonico.

Questa chiara linea di fondo è ripresa nei dettagli, come ad esempio la configurazione uniforme del portale o delle facciate delle officine, e l'impiego delle stesse tinte e forme per i pilastri che sostengono le entrate principali. Anche le facciate in acciaio e vetro sono elementi predefiniti. E naturalmente la Stella girevole: anche questo elemento sottolinea il particolare status dei Center.

Nuovi parametri di riferimento per l'orientamento al Cliente

Il progetto di base per i Center metropolitani è nato dall'idea di concepire un "autosalone del futuro" per i punti vendita del Marchio Mercedes-Benz. Una Concessionaria che potesse stabilire nuovi parametri di riferimento in termini di orientamento al Cliente. L'obiettivo era creare uno stile architettonico che potesse essere applicato in tutto il mondo e che rispondesse ai requisiti del Marchio Mercedes-Benz; un linguaggio architettonico in grado di rimanere valido negli anni, consentendo tuttavia al tempo stesso un continuo perfezionamento.

Ma nel progetto devono poter confluire anche i background culturali delle diverse sedi di vendita, come pure le specifiche esigenze sociali ed urbanistiche che esistono a livello locale. E naturalmente, Mercedes-Benz deve poter contare su un'immagine del Marchio e sul mercato che sia sempre riconoscibile, ma al tempo stesso individuale. Da tutto ciò è nato il cosiddetto "progetto metropolitano".

L'autosalone come centro di manifestazioni ed attrazioni per il pubblico

Il tipico formato dell'autosalone è stato profondamente rielaborato. In alcune metropoli selezionate come Stoccarda, questi Center svolgono il ruolo di ulteriori punti di supporto per la rete di Concessionari. Essi sono concepiti come spazi espositivi che al tempo stesso sono in grado anche di attirare il pubblico della rispettiva area metropolitana con eventi particolari. La validità di questo concetto è stata dimostrata dai progetti già realizzati a Berlino, Monaco, Parigi e Colonia. Prossimamente verranno inaugurati altri Center a Milano e Londra. Le esperienze dei Mercedes-Benz Center di Berlino e Monaco testimoniano la grande forza di attrazione esercitata sulla regione, di cui hanno potuto beneficiare anche le Concessionarie circostanti. La permanenza media dei visitatori nei Center equivale a circa un'ora, e quindi risulta due volte più lunga rispetto a quella che si registra in un autosalone di tipo classico.

Referente

Mercedes-Benz Center Stuttgart:

Eberhard v. Lobenstein, Tel.: +49 711 25 90-22 75,
eberhardv.lobenstein@mercedes-benz.de
Konstanze Fiola, Tel.: +49 30 26 94-20 12;
konstanze.fiola@daimlerchrysler.com

Mercedes-Benz Welt:

Enrico Müller, Tel.: +49 711 8 87 87-113,
enrico.mueller@daimlerchrysler.com

Indirizzo Internet

Per ulteriori informazioni e notizie su DaimlerChrysler potete visitare il sito
Internet: <http://media.daimlerchrysler.com>

Pagina 7

Il nuovo Mercedes-Benz Center di Stoccarda: dati e fatti

Pagina 8

Architetto:	Prof. Christoph Kohlbecker, Gaggenau
Architettura degli interni:	Karlheinz Detzler, Stoccarda
Posa della prima pietra:	7 settembre 2004
Copertura del tetto:	14 luglio 2005
Inaugurazione:	19 maggio 2006
Altezza max.:	27 metri
Lunghezza max.:	74 metri
Larghezza max.:	102 metri
Area di lavoro:	142.500 metri cubi
Superficie complessiva:	34.000 metri quadrati
Piani:	3
Superficie espositiva:	9.100 metri quadrati
Galleria del Marchio:	1.300 metri quadrati
Superficie Centro Assistenza:	3.500 metri quadrati
Veicoli esposti:	130
Parcheeggi per i visitatori:	530