



A Padova, **Mercedes-Benz Italia** festeggia i suoi primi quaranta anni di attività, in occasione di Auto e Moto d'Epoca, dimostrando una grande feeling con il mercato italiano nel quale, la Casa di Stoccarda, ha venduto fino ad oggi **1,5 milioni di vetture**.

Un successo il cui *“Il merito principale va alla grande azienda che abbiamo l'onore di rappresentare”*, affermava **Piero Boccanelli**, Presidente Mercedes-Benz Italia dal 1973 al 1981, *“alla sua capacità di produrre auto di eccellenza, agli uomini che la dirigono, alla nostra volontà, il nostro continuo sforzo di anticipare le evoluzioni e i cambiamenti socioeconomici, la nostra costante determinazione nell'affermare e nel portare avanti i valori chiave del marchio Mercedes-Benz e la sua immagine”*.

Questi quaranta anni, sono raccontati attraverso le pagine di **'Autoritratto'**, un libro che sottolinea come l'industria automobilistica, abbia colto i mutamenti sociali e lo sviluppo economico realizzando prodotti e soluzioni di mobilità in sintonia con la cultura, le esigenze e le aspettative di una società che nel corso degli anni ha completamente cambiato il proprio modo di muoversi e comunicare...



La visione di Mercedes-Benz Italia, quella per cui è maggiormente apprezzata dal pubblico, è sempre stata legata al valore dei servizi verso la clientela e, quindi, alla rete di vendita e assistenza, che rappresenta sul territorio l'ideale anello di congiunzione tra le strategie ed i prodotti di un grande Gruppo e il rapporto quotidiano con chi possiede una vettura ed un veicolo commerciale con la Stella. Per offrire servizi di qualità al cliente occorre, una squadra che condivida la cultura del servizio legata alle aspettative di una clientela premium, nella consapevolezza che rappresentare in Italia il marchio Mercedes-Benz costituisca un'opportunità di successo e redditività.

Inoltre Mercedes ha sempre sempre sentito come una missione la partecipazione ed il sostegno ad iniziative in favore del patrimonio artistico e culturale italiano, costruendo una presenza responsabile nel Paese, promuovendo educazione e cultura in tutte le forme ed espressioni. E... qualche volta ha mostrato anche i muscoli, perché fascino e prestigio di un marchio passano anche attraverso l'amore per la sana competizione ed il temperamento sportivo.

Fair play, eleganza, capacità di controllo e dinamismo: i valori dello sport trovano piena corrispondenza con la filosofia che Mercedes-Benz trasferisce in ogni mercato, prodotto ed attività. Questi valori, maturati nel corso della storia della Stella, appartengono a quella speciale cultura aziendale che, come per un atleta, è fatta di impegno, sfide ed entusiasmo.

Photogallery

