

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Brussels Expo | du 29 au 31 mars 2026

AutoTechnica 2026 confirme sa place de rendez-vous incontournable du secteur

Bruxelles, le 14 avril 2026 – AutoTechnica 2026 s’est achevée sur un bilan très positif, après trois journées dynamiques et riches en échanges à Brussels Expo. Plus de 30.000 professionnels venus de tout le Benelux ont fait le déplacement pour découvrir les nouveautés, comparer les produits et surtout se rencontrer. L’ambiance sur le salon était particulièrement dynamique, marquée par un fort intérêt, de nombreuses interactions et de réelles opportunités d’affaires.

Selon l’organisation, le besoin d’un lieu de rencontre à l’échelle de tout le secteur reste plus que jamais d’actualité. « AutoTechnica réunit l’ensemble du secteur : des fabricants internationaux de pièces et les distributeurs jusqu’aux spécialistes d’équipements et d’outillage, aux gestionnaires de flotte et aux partenaires de distribution de pneus. Les exposants ont fortement misé sur les lancements de produits et les démonstrations pratiques. Les visiteurs continuent de venir au salon pour voir, tester, apprendre et même acheter. Plusieurs exposants ont d’ailleurs conclu des accords concrets. Les moments de networking et de formation ont également été très appréciés », explique Klaus Van Cauwenberghe, du partenaire organisateur i-ONE. « En tant que co-organisateur, nous ne pouvons qu’être extrêmement reconnaissants envers les exposants, qui ont fourni d’énormes efforts pour réaliser des stands de grande qualité. »

Un visitorat de qualité et des échanges approfondis

Les retours des exposants soulignent avant tout un profil de visiteurs solide. Le public était composé de professionnels avec un intérêt ciblé et des questions concrètes, favorisant des échanges approfondis et pertinents.

« AutoTechnica attire un public intéressé et averti », explique *Michel Vervekken (CEO de TAE Techno Automotive Equipment et président du salon)*. « Les visiteurs veulent comparer et comprendre leurs besoins afin de faire les bons choix. Le salon est également précieux pour nos propres équipes. Nous sommes présents ici avec une

équipe très large, composée de chefs de produits, commerciaux et techniciens. Le contact direct avec les clients, partenaires et autres acteurs du secteur représente aussi une réelle valeur ajoutée pour eux et leur permet de mieux comprendre ce qui se vit sur le marché. »

Une offre complète réunie en un seul lieu

« Pour de nombreuses entreprises, AutoTechnica 2026 a offert l'occasion de présenter l'ensemble de leur gamme dans un même espace. Cela renforce à la fois l'attractivité pour les visiteurs et la pertinence stratégique pour les exposants », explique Michel Gillard de la Fédération AutoMatériel asbl.

« Notre stand était plus grand que lors de l'édition précédente. Nous avons saisi l'occasion de montrer toute l'étendue de notre offre. Nos outils spéciaux ont notamment attiré beaucoup de visiteurs. Cela nous a aussi permis de montrer que nous proposons également des vêtements de travail et des solutions d'aménagement pour véhicules utilitaires », confirme *Kim Jochems (Würth Group)*.

Le networking et la force de l'écosystème

AutoTechnica 2026 a de nouveau confirmé son rôle de rendez-vous pour l'ensemble de l'écosystème automobile. Des OEM aux acteurs de l'aftermarket, en passant par les spécialistes de l'outillage et les entreprises de flotte, le secteur était représenté dans toute sa diversité.

« Tous les acteurs sont présents, ce qui rend le salon particulièrement intéressant », souligne *Stijn Janssens (Ferdinand Bilstein Benelux)*. « On ressent ici toute la dynamique du secteur et on perçoit clairement les évolutions du marché. J'aimerais avoir encore voir d'avantage d'OEM ou d'entreprises actives dans le secteur du camion lors de la prochaine édition. »

Le networking reste est aussi un atout important. Les exposants soulignent la valeur des rencontres informelles avec les clients, les partenaires et même les concurrents. « C'est aussi un événement où l'on rend visite à des confrères, partenaires et même concurrents pour échanger », souligne *Fabrice De Greef (MOTRIO)*. « Cette interaction B2B apporte une réelle valeur ajoutée. »

Des leads de qualité et résultats concrets

Au-delà de la visibilité et des échanges, le salon a généré des résultats tangibles. Plusieurs exposants font état de leads qualifiés et d'opportunités concrètes.

« Nous avons identifié des leads très intéressants », explique *Valerie Van Mol (Robert Bosch)*. « Nous avons constaté un vif intérêt, surtout pour l'équipement et à travers nos actions promotionnelles. » D'autres exposants confirment cette tendance. « Nous

clôturons le salon avec plusieurs leads de grande qualité », indique *MOTRIO*. « Les visiteurs venaient sur notre stand avec un objectif précis. »

Certains résultats sont même particulièrement concrets. « Nous avons vendu un véhicule pendant le salon, ce qui est assez exceptionnel dans notre secteur (dépannage) », se réjouit *Bob D'hondt (Omars by ADB Technics)*.

L'accent supplémentaire mis sur le dépannage porte ses fruits

Parmi les nouveautés de cette édition figurait une attention particulière portée aux services de dépannage et de remorquage. Cette initiative a rencontré un vif succès, générant beaucoup d'intérêt et d'interactions, tant sur les stands que lors des démonstrations en extérieur.

Pour *Omars by ADB Technics*, il s'agissait en outre d'une toute première participation à un salon, et d'un succès immédiat. « C'était la première fois, en 25 ans d'existence, que nous participions à un salon. C'était un défi, mais dès le premier jour, cela s'est révélé être un vrai succès », explique *Bob D'hondt*. « Nous avons noué de nombreux nouveaux contacts et nous avons aussi beaucoup appris. C'était une expérience très positive. Nous serons certainement à nouveau présents lors de la prochaine édition. »

Une dimension internationale croissante

La forte présence de visiteurs internationaux, notamment des Pays-Bas et d'Allemagne, a également marqué cette édition. Cela souligne l'importance croissante d'AutoTechnica comme événement du Benelux à rayonnement international.

« J'ai remarqué une augmentation du nombre de visiteurs internationaux, ce qui est essentiel. Bruxelles est située au cœur de l'Europe et peut donc jouer ce rôle international. Pour moi, AutoTechnica peut encore renforcer cette dimension internationale », conclut *Bertrand du Quesne (DU QUESNE)*.

Les regards se tournent désormais vers la prochaine édition d'AutoTechnica, qui se tiendra du 26 au 28 mars 2028.

www.autotechnica.be