



TREND IN CRESCITA PER L'ULTIMA EDIZIONE DELLA RASSEGNA

Autopromotec dà i numeri

L'ottimismo registrato in fiera da espositori e visitatori confermato dall'analisi delle presenze

È il momento di fare i conti per l'organizzazione di Autopromotec dopo i fasti dell'ultima edizione che, confermando i sentori di espositori e visitatori durante la manifestazione, si è confermata la più ricca della sua lunga storia. L'innesto dei nuovi settori merceologici dei ricambi e dei car services hanno consolidato l'ultima Autopromotec come l'unica fiera italiana e una delle più importanti fiere internazionali dedicate all'assistenza dei mezzi di trasporto.

Se mai ce ne fosse stato bisogno, la lettura particolareggiata dei dati sull'affluenza a Bologna dal 18 al 22 maggio scorsi conferma la vocazione internazionale e l'incontrastata leadership territoriale della rassegna. Sono già da tempo noti i dati finali sul numero dei visitatori che hanno abbondantemente superato quota 90.000.

La prima sorpresa per gli organizzatori si è avuta proprio con riferimento al mercato italiano. I visitatori nazionali hanno registrato

infatti un notevole aumento rispetto alle presenze dell'edizione passata. Ben 77.515 visitatori italiani che corrispondono a un incremento del 10,1% rispetto all'edizione del 2003. Un dato che testimonia ancora una volta il profondo radicamento della rassegna nel mercato domestico con un'affluenza capillare da tutte le regioni. In particolare mentre il Centro Nord risulta ormai consolidato, si possono contare i professionisti del settore che risiedono a Nord del Tevere che non hanno visitato la fiera, sono proprio le regioni del Sud a dimostrare una spiccata vivacità che non può che essere un ottimo segno per l'intero mercato, oltre che per la rassegna appena conclusi. I visitatori del Sud Italia sono cresciuti infatti passando dal 15% al 17% del totale dei visitatori nazionali. Un dato importante in quanto non solo il Sud ha accompagnato l'aumento generale di oltre settemila unità, ma addirittura aumentato la propria

AUTOPROMOTEC 2005 AFFLUENZA GENERALE

GIORNI		NAZIONALI			ESTERI			TOTALE		
		Dati 2005	Dati 2003	Variaz. % su 2003	Dati 2005	Dati 2003	Variaz. % su 2003	Dati 2005	Dati 2003	Variaz. % su 2003
18	Mercoledì	6.108	4.506	35,6	2.219	1.952	13,7	8.327	6.458	28,9
19	Giovedì	11.529	9.220	25,0	4.422	3.541	24,9	15.951	12.761	25,0
20	Venerdì	15.087	12.387	21,8	4.425	3.998	10,7	19.512	16.385	19,1
21	Sabato	27.179	26.747	1,6	3.324	2.828	17,5	30.503	29.575	3,1
22	Domenica	17.612	17.526	0,5	1.179	1.145	3,0	18.791	18.671	0,6
TOTALE		77.515	70.386	10,1	15.569	13.464	15,6	93.084	83.850	11,0

quota sui visitatori nazionali affermandosi come un territorio su cui puntare nei prossimi anni per il rinnovamento di magazzini ricambi e macchinari.

Analizzando il prospetto del profilo professionale del visitatore italiano censito all'ultima Autopromotec, emergono interessanti spunti di riflessione che confermano come il maggiore afflusso sia in gran parte dovuto all'apertura dei nuovi settori tanto che le voci distributori e affiliati ai car services sono diventati il quarto e terzo grande blocco di visitatori nazionali (oltre il 27% sul totale dei visitatori).

Mantengono la propria quota rispetto al passato i meccanici indipendenti, da sempre fulcro vitale della rassegna, i gommisti e i carrozzieri assieme agli elettrauto. Anche quest'anno il pubblico generico è rimasto alle porte a conferma di una manifestazione estremamente proficua rispetto alle maggiori concorrenti internazionali proprio perché assicura un alto rendimento dell'investimento dovuto al fatto che chi si aggira per i corridoi del salone è al 99% un professionista del settore.

Il nuovo record assoluto di visitatori esteri con 15.569 operatori provenienti da 109 diversi paesi è poi il fiore all'occhiello di una manifestazione, che non vuole e non può rimanere all'interno dei propri confini nazionali. Che Autopromotec sia ormai diventata una manifestazione imperdibile all'interno delle fiere di settore di tutto il mondo lo dimostra il fatto che nonostante le tante manifestazioni concomitanti o svoltesi nei giorni vicini ad Autopromotec in paesi pur molto importanti, i grandi buyers non hanno comunque rinunciato a venire a Bologna per concludere affari direttamente coi maggiori produttori italiani e internazionali.

In questo panorama un ruolo importante lo hanno svolto gli uffici Ice disseminati in giro per il mondo la cui collaborazione con Autopromotec quest'anno è stata particolarmente rinvigorita grazie all'accordo di settore firmato tra il Ministero delle Attività Produttive, l'Istituto per il Commercio Estero e l'AICA, Associazione Italiana di Costruttori di Attrezzature, che assieme ad AIRP e Federpneus (le altre due grandi associazioni di categoria dedicate al mondo della gomma) organizza la rassegna. I risultati si sono visti e sentiti direttamente nei corridoi e tra gli stand del salone attraverso i quali i responsabili degli uffici Ice hanno accompagnato oltre 90 delegati selezionati tra i grandi buyers di 14 paesi ritenuti strategici.

Ai delegati degli uffici Ice, è stata riservata una particolare accoglienza grazie a un meeting point appositamente allestito ai piani superiori del centro servizi, una cena di gala e un convegno di benvenuto a cui hanno partecipato il Presidente di AICA e il nuovo direttore commerciale di Bologna Fiere. La Francia poi, grazie alla vulcanica consulenza dell'ex brand manager di Automechanika Francoforte Michel Morlat, recentemente acquisito dallo staff Promotec come supporto all'internazionalizzazione, è stata particolarmente proficua.



I primi ad arrivare sono stati i giornalisti delle principali testate seguiti dal consiglio direttivo della Feda, la principale associazione francese di settore, e di molti dei suoi membri. Delegazioni non annunciate sono arrivate spontaneamente da Finlandia, Brasile, Romania, e Giappone. Così anche quest'anno la componente estera ha registrato il massimo storico attestandosi al 17% del totale dei visitatori e facendo registrare un aumento del 15,6% rispetto all'ultima edizione del 2003. La spiccata vocazione internazionale dell'ultima Autopromotec d'altronde era già evidenziata dalla presenza di un numero di espositori esteri superiore al 31% del totale delle aziende in Fiera, ben 348 produttori stranieri hanno infatti completato l'offerta delle oltre 750 aziende italiane.

Lungi da potersi sbilanciare in previsioni così rosee alla vigilia della manifestazione, la macchina organizzativa ha continuato a funzionare a pieno regime soprattutto per vincere l'importante sfida rappresentata dall'apertura ai nuovi settori merceologici.

Un'intensa attività di pubbliche relazioni e comunicazione, realizzata sia attraverso l'Osservatorio Autopromotec che l'ufficio stampa della manifestazione, ha affiancato lo sforzo promozionale. I risultati sono stati a dir poco sorprendenti con 150 giornalisti (di cui il 30% esteri) accreditatisi presso l'ufficio stampa della manifestazione durante i giorni della fiera e più di 800 riprese stampa (di cui il 35% su riviste specializzate straniere) oltre ai numerosi servizi radio/Tv su Autopromotec 2005.

Non da ultimo lo svolgimento di Autopromotec quest'anno è stato accompagnato da un intenso calendario di convegni e seminari sui temi più caldi dell'aftermarket automobilistico dalla direttiva

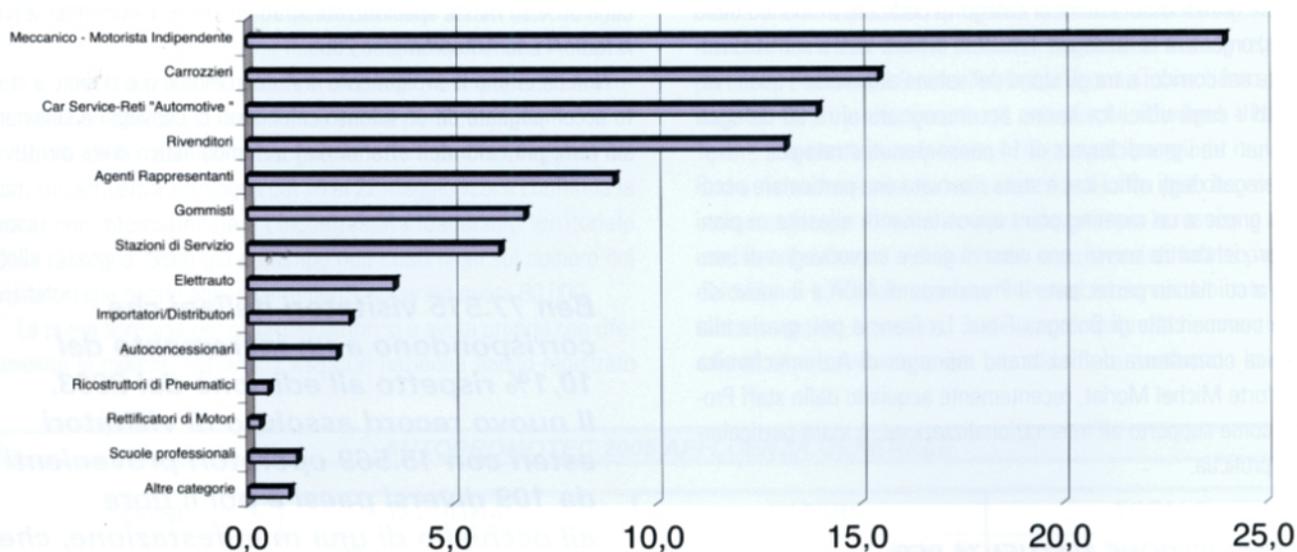
SCOMPOSIZIONE AFFLUENZA PER:

Giorni di manifestazione		
	Nazionali	Esteri
Primi 3 giorni	42%	71%
Ultimi due giorni	58%	29%
TOTALE	100%	100%

Ben 77.515 visitatori italiani che corrispondono a un incremento del 10,1% rispetto all'edizione del 2003. Il nuovo record assoluto di visitatori esteri con 15.569 operatori provenienti da 109 diversi paesi è poi il fiore all'occhiello di una manifestazione, che non vuole e non può rimanere all'interno dei propri confini nazionali. Moltissime novità e grande attenzione ai problemi dell'autoriparazione

PROFILO PROFESSIONALE DEL VISITATORE NAZIONALE (Totale 2005: 77.515)

SPECIALIZZAZIONE	Percentuali sul totale 2005
Meccanico - Motorista Indipendente	24,0
Carrozzeri	15,5
Car Service-Reti "Automotive "	14,0
Rivenditori	13,2
Agenti Rappresentanti	9,0
Gommisti	6,8
Stazioni di Servizio	6,2
Elettrauto	3,6
Importatori/Distributori	2,5
Autoconcessionari	2,2
Ricostruttori di Pneumatici	0,5
Rettificatori di Motori	0,3
Scuole professionali	1,2
Altre categorie	1,0
TOTALE	100,0

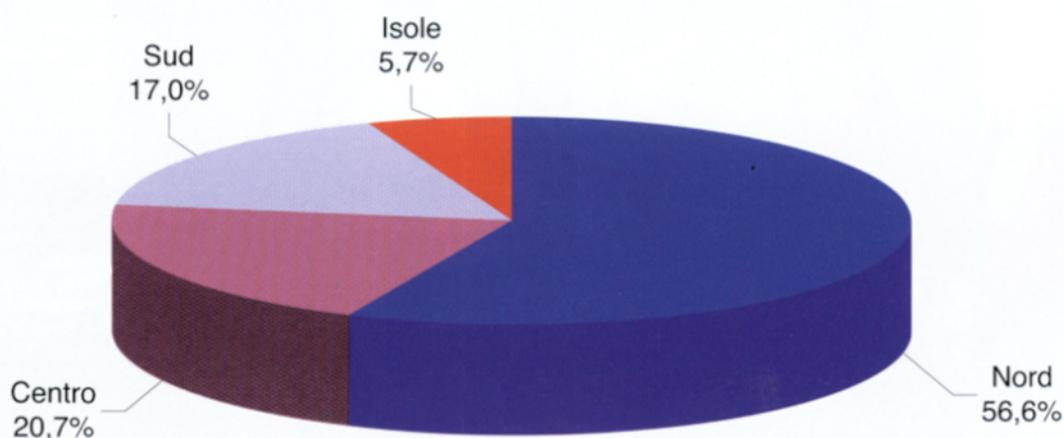


europea sulla garanzia alle problematiche relative alle informazioni tecniche per la riparazioni delle auto. Inoltre anche i convegni privati organizzati dagli espositori quest'anno si sono concentrati su nuove soluzioni di marketing annoverando il lancio in anteprima europea di ben tre nuove reti di assistenza ufficiali.

Alla fine, grazie alla sinergia con le tante associazioni di categoria italiane ed estere, gli incontri organizzati in Fiera sia di livello internazionale che hanno coinvolto giornalisti e addetti ai lavori sono stati oltre sessanta; il successo registrato su tutti i livelli dall'ultima manifestazione ha fatto da lubrificante agli ingranaggi del-

PROVENIENZA VISITATORI NAZIONALI PER REGIONE
% (Totale 2005:77.515)

REGIONI	AUTOPROMOTEC 2005	2003
Piemonte/Valle d'Aosta	6,6	6,5
Lombardia	14,0	14,8
Trentino Alto Adige	1,6	1,9
Veneto	13,0	14,0
Friuli Venezia Giulia	2,0	2,1
Liguria	1,3	1,7
Emilia Romagna	18,1	16,8
TOT. NORD	56,6	57,8
Toscana	7,5	8,2
Umbria	2,0	2,0
Marche	4,2	4,8
Lazio	7,0	6,5
TOT. CENTRO	20,7	21,5
Abruzzi/Molise	3,5	3,3
Basilicata	0,8	0,7
Campania	5,5	4,5
Puglia	5,4	4,8
Calabria	1,8	1,7
TOT. SUD	17,0	15,0
Sicilia	4,4	4,1
Sardegna	1,3	1,6
TOT. ISOLE	5,7	5,7
TOTALE	100,0	100,0



la macchina organizzativa che sta già lavorando all'edizione di Autopromotec 2007. Un nuovo appuntamento che non vorrà essere meno importante del precedente e che riserverà ad espositori e visitatori di tutto il mondo importantissime novità soprattutto sul piano dell'internazionalizzazione della manifestazione.

Crisi o non crisi, augurandosi che la recessione per quella data sia ormai un ricordo del passato, ad Autopromotec 2007 se ne vedranno delle belle.

Francesco Paravati