



## Una grande Autopromotec Servadei: "Obiettivi centrati"

BOLOGNAFIERE, 28 maggio - Renzo Servadei, amministratore delegato di Autopromotec, anima e spina dorsale al tempo stesso di questa fiera. E' visibilmente soddisfatto, e non solo per i dati di crescita che già all'inaugurazione avrebbero inorgogliato chiunque faccia il suo stesso mestiere. Di questi tempi poi. Quando manca l'ultima giornata, ma già si potrebbero dare numeri e percentuali senza il timore di sbilanciarsi, Servadei preferisce conservare la consueta pacatezza. "Questa è l'edizione che ha segnato un ulteriore salto di qualità, soprattutto in termini di visitatori. L'incremento di buyer



esteri che abbiamo registrato è fortissimo. Si badi bene, parliamo di professionisti che investono tempo e denaro per venire in fiera, arrivano da ogni parte del mondo e non di persone venute qui per fare del turismo. Ci sono importanti organizzazioni internazionali che hanno scelto

Bologna per tenere i loro meeting, è stato creato un matching fra i buyer internazionali e gli espositori, sia attraverso attività quali il bollettino domanda e offerta, ma anche dei networking messi in piedi sia dagli espositori che dall'organizzazione. Se posso esprimermi con uno slogan, direi che Autopromotec dimostra di essere un formidabile motore di ricerca reale e non virtuale. Una manifestazione dove ognuno trova quello che sta cercando, al massimo livello. Ci siamo dedicati particolarmente ai due focus, Autopromotec Edu e Autopromotec Industrial Vehicle Service.

*continua in ultima pagina*

### Servadei: "A great Autopromotec"

Renzo Servadei, Autopromotec Managing Director and organizing core is satisfied: "This is the edition that probably has marked a further quality step in terms of visitors above all. We have registered a remarkable increase of foreign buyers: professionals investing their time and money in the exhibition, coming from all over the world because they find business here. Important international organizations have chosen Bologna to hold their meetings and the matching between international buyers and exhibitors was very effective. Using a catchphrase I can say that Autopromotec proves to be an extraordinary real and not virtual research engine. An exhibition where everyone finds what is looking for at top levels. Excellent feedback even for the

*to be continued in last page*

# Lavoreremo per fare di "Edu" l'Università dell'Autoriparazione



Autopromotec Edu è uno straordinario progetto che ha mosso i primi passi in questa edizione della manifestazione e che promette di andare lontano. Parola di Emanuele Vicentini (foto a destra), marketing manager di Autopromotec, che ne ha partecipato alla costruzione fino a sentirlo come una "sua" creatura. "Considero Edu, fra le tante novità che proponiamo ad ogni edizione, probabilmente quella di maggiore importanza perché inquadra uno scenario e offre una soluzione lungimirante. Per un mondo della tecnologia automobilistica che avanza a passi da gigante, occorre fornire oggi strumenti adeguati e versatili di conoscenza, a tutti i livelli, in grado di valorizzare e far crescere il capitale umano. Ecco il perché di un numero così alto di incontri, seminari e convegni, per un totale di ben 16 eventi formativi nei cinque giorni di manifestazione. Ecco il perché di una così ampia varietà di temi, tutti focalizzati sull'assistenza, sull'autoriparazione e sull'aftermarket affrontati a

partire dalle visioni e dalle competenze più disparate: da quelle tecniche al marketing non convenzionale, dalla comunicazione alle case histories di successo.

Oggi terminano le cinque giornate di fiera, ma c'è un'altra novità: Autopromotec Edu continua. "Il progetto è stato concepito fin dall'inizio non come episodio isolato. Crescerà e si svilupperà attraverso programmi ed eventi che coinvolgeranno tutti gli operatori dell'aftermarket, con formazione ed informazione. Via via assumerà le caratteristiche di Università dell'Autoriparazione, lungo un percorso che condurrà da un'edizione di Autopromotec alla successiva, ed oltre".

"Per i futuri sviluppi ci sono varie ipotesi allo studio, fra le quali anche quella di un evento nell'anno in cui non si tiene la mostra", spiega Margherita Balletta, dell'Ufficio Promozione di Autopromotec. Ma i programmi da inserire nel calendario di attività, secondo l'abitudine consolidata dell'organizzazione di procedere sem-



pre in sintonia con le esigenze del proprio pubblico, saranno definiti non prima di aver analizzato la risposta di coloro che hanno preso parte alle iniziative di esordio, nei giorni di manifestazione, targate Autopromotec Edu. A fiera conclusa verrà effettuato un monitoraggio degli accessi e del gradimento di ciascuna iniziativa, per definire quali esattamente siano state le tematiche di maggior interesse per i visitatori e gli operatori della fiera.

## Auto Repair University

Autopromotec Edu is an extraordinary plan born in this exhibition edition and which is expected to take great steps. This is Emanuele Vicentini opinion, Autopromotec marketing manager. In the automotive technology world which is rapidly developing, knowledge versatile tools are needed at all levels, to improve and increase the human capital. This is the reason for such a high number of meetings, seminars and conferences, achieving the number of 16 educational events during the exhibition's 5 days life. A large variety of topics focused on servicing, auto repairs and aftermarket, handled from different perspectives and competences: ranging from the technical ones to non conventional marketing, from communication to successful case histories.

The aim of Autopromotec organisers, as far as EDU is concerned, is to make the plan keep on existing after the exhibitions' days. "The plan was intended not as isolate episode since the beginning. It will ripen and develop by programmes and events involving all aftermarket operators with education and information, up to become an Auto Repair University representing a 'bridge' between one Autopromotec edition and the other one", asserts Vicentini.



## Web, mobile, pdf, carta. Anche il “flash” è cresciuto

Un web magazine, una web-app che consente la consultazione sugli smartphone creando anche l'icona sulla tastiera virtuale dell'iPhone. E poi la versione cartacea, ormai diventata una tradizione. Tutte queste versioni, insieme, è l'Autopromotecflash versione 2011, che ha accompagnato la 24ma edizione della fiera. E che, per la prima volta dal suo esordio che risale al lontano 1999, non termina con la conclusione della manifestazione ma continua ad animare, in rete, la community dell'auto-riparazione e dell'aftermarket automobilistico.

Cresce la mostra e si adegua alle esigenze sempre nuove del suo pubblico. Anche l'informazione istituzionale ad essa legata, come l'Autopromotecflash, si sviluppa in forme diverse, adeguate a soddisfare le molteplici e diversificate preferenze del pubblico, dando la possibilità di essere raggiunti dalle stesse notizie sulla fiera, declinate a seconda dei mezzi su cui sono collocate: l'agilità degli smartphone e dell'iPad, la versatilità del web, la versione in pdf che si può sfogliare a video o anche scaricare e stampare o archiviare.

A testimoniare la spinta verso l'innovazione che l'organizzazione di Autopromotec è in grado di condividere, è stato scelto di sperimentare anche, per i più “tecnologici” l'accessibilità diretta con i “QR code”, i codici bidimensionali, quelle specie di disegni geometrici astratti riportati nelle pagine, che in realtà sono simboli riconosciuti dalla maggior parte degli smartphone e che permettono di collegarsi direttamente agli articoli che interessano, semplicemente inquadrandone il QR code, il codice, con la fotocamera. Oltre a queste innovazioni, c'è sempre la carta, nel consueto formato di newsletter a colori realizzata in tempo reale dalla redazione in fiera; uscita, anche quest'anno, in cinque edizioni. In pagina sono riportate le copertine delle quattro che precedono quella che state leggendo. In alto è riportata la “prima pagina” del web magazine: ci si accede con l'indirizzo [www.autopromotecflash.it](http://www.autopromotecflash.it). Una visita altamente consigliata: con un colpo d'occhio si potranno apprezzare ed eventualmente approfondire tutti i momenti significativi di questa edizione di Autopromotec.



**A WEB MAGAZINE, A WEB-APP ENABLING THE REFERENCE ON SMARTPHONES CREATING THE ICON ON THE I-PHONE VIRTUAL KEYBOARD AS WELL. TOGETHER WITH THESE ONES, THE TRADITIONAL PRINTED VERSION:** this is Autopromotecflash 2011, who has matched the 24th edition of the event. It will not close at the end of the exhibition, but will keep on enlivening the auto repair and automotive aftermarket in the web for the first time since its debut, 1999.

Institutional information related to Autopromotec grows parallel with the exhibition and develops into different shapes to answer the public evolved habits of news fruition.

The direct accessibility with “QR code”, the bidimensional codes identified by most of the smartphones which enable to link to the articles of interest by simply framing the QR code with the camera, was provided for technologies-confident readers.

Apart from these innovations, paper is always there with its usual newsletter colour format, realized in real time by the editorial office in the exhibition; five editions this year too, with the double language originality - Italian and English. The four covers of the editions, previous to the one you are reading, are to be found on the page. At the top you find the “first page” of the web magazine, in double language too, link: [www.autopromotecflash.it](http://www.autopromotecflash.it). A suggested visit: all significative moments of this edition of Autopromotec can be appreciated and analysed just at first view.



## Trucks bene in fiera e bene sul mercato

La particolare attenzione dedicata da Autopromotec agli automezzi pesanti con l'Industrial Vehicle Service, è stata di ottimo auspicio. Infatti, ad aprile le immatricolazioni di autocarri pesanti (e cioè con peso di 16 tonnellate ed oltre) nel nostro Paese, secondo i dati diffusi ieri da Acea, sono aumentate del 20,4%. Nel periodo gennaio - aprile la crescita evidenziata è del 20,8%. Nell'Unione Europea, sempre secondo i dati Acea, l'aumento delle immatricolazioni di autocarri pesanti è stato maggiore rispetto all'Italia: infatti il dato di aprile vede una crescita del 52,4% mentre il dato dei primi quattro mesi è in crescita del 61,9%.

L'aumento delle immatricolazioni avvenuto nel nostro Paese pone comunque all'attenzione un settore, quello dei veicoli pesanti da trasporto, che sta registrando dati positivi, in controtendenza rispetto ai dati sulle immatricolazioni di autovetture, che, sempre secondo i dati Acea, ad aprile sono calate in Italia del 2,2% e nei primi quattro mesi addirittura del 19%. Si può quindi dire che il mercato dei veicoli pesanti da trasporto in Italia sta uscendo dal periodo di crisi in maniera più veloce rispetto a quello delle autovetture, anche se la strada per ritornare ai livelli precedenti alla crisi economica è ancora lunga. E proprio l'approfondimento sulle ultime novità per l'assistenza agli autocarri pesanti ed in generale per i veicoli industriali, sia a livello tecnologico sia per quel che riguarda i servizi offerti, è una delle tematiche di maggior rilievo di Autopromotec 2011.



### Trucks are ok in the market too

The peculiar attention devoted to Industrial Vehicles Service by Autopromotec was of good omen. Actually the registration of trucks (with 16 tons weight and more) in April in Italy increased by 20,4%, as per the data issued yesterday by Acea. In January-April lapse the increase fixed at 20,8%. In the EU, the trucks' registrations increase was higher compared to Italy: actually, April data item registers 52,4% increase, the data item of the first four months increases by 61,9%. The increase of registrations in Italy points the attention on the industrial vehicles sector which is recording positive data, in opposite trend to cars' registration data which have decreased by 2,2% in Italy and in the first four months even by 19%, as per Acea data.

### DALLA PRIMA: SERVADEI

Certamente per l'Edu uno primo importante riscontro c'è già e viene dal numero di persone che hanno frequentato gli incontri. In una fiera di successo in genere è difficile riempire le sale perché gli operatori sono più attratti dai padiglioni; ci aspettavamo un certo riscontro, siamo andati anche oltre. Convegni tutti pieni e a volte abbiamo dovuto aggiungere delle sedie, il risultato ha superato le aspettative. Quanto al truck, i risultati potranno essere valutati solo a fiera conclusa, con dati consuntivi disponibili, ma anche lì i primi riscontri dicono che abbiamo visto giusto, spingendo con una formula nuova i visitatori a recarsi direttamente presso determinati espositori. Naturalmente occorrerà un po' di tempo per capire quanti hanno raggiunto gli stand inseriti nell'iniziativa per quella motivazione. Siamo totalmente soddisfatti, il principale obiettivo era ottenere un incremento significativo degli stranieri, è presto per fare dei numeri, ma le indicazioni di cui disponiamo sono inequivocabili: l'obiettivo è stato pienamente centrato.

### FROM FIRST PAGE: SERVADEI

two focuses strongly highlighted by Autopromotec: "Autopromotec Edu" has overwhelmed the conferences rooms, a very difficult task in a business-oriented exhibition: yet in many cases seats have been added in the rooms.




  
 Homo faber fortunae suae  
 24<sup>a</sup> Biennale Internazionale delle Attrezzature e dell'Aftermarket Automobilistico  
 24<sup>th</sup> International Biennial Exhibition of Automotive Equipment and Aftermarket Products  
**May 22-26 maggio 2013**  
 Arrivederci See You Auf Wiedersehen Hej Adiòs  
 Σας δείτε さようなら До свидания Au Revoir  
 Aan-herzien YAKINDA GÖRÜŞMEK ÜZERE  
 Do zobaczenia 再见 ADEUS إلى اللقاء