

AUTOPROMOTEC 2019

INNOVAZIONE TECNOLOGICA, SPECIALIZZAZIONE E FORMAZIONE: LE CHIAVI DEL SUCCESSO DI QUESTA EDIZIONE



Puntando su questi tre temi, anche quest'anno Autopromotec ha confermato il trend che, edizione dopo edizione, ha visto aumentare costantemente sia il numero degli espositori sia dei visitatori

Autopromotec 2019 ha chiuso i battenti lo scorso 26 maggio dando appuntamento al 2021, sempre a Bologna, dal 26 al 30 maggio. Prima di rituffarsi nella preparazione della nuova edizione gli organizzatori hanno diffuso i dati che certificano il successo della 28ª edizione della manifestazione di riferimento per le filiere merceologiche dell'aftermarket automobilistico, dai pneumatici al car service, dalle attrezzature per

officina ai ricambi e, come si legge nel comunicato conclusivo, si sono spinti ad affermare che "grazie ai numeri registrati, Autopromotec si riafferma un punto di riferimento per il settore della manutenzione veicoli a livello mondiale". Molto soddisfatto anche Renzo Servadei, Amministratore Delegato di Autopromotec: "Il livello tecnologico delle aziende espositrici ha confermato quanto gli analisti ci avevano pre-



annunciato: tecnologia, informazioni tecniche e formazione sono ingredienti di una ricetta che porterà le aziende dell'aftermarket automobilistico verso le sfide di un futuro che è già cominciato. I nuovi carburanti, i sistemi di assistenza alla guida, il nuovo modo di intendere la mobilità e l'aumentata sensibilità ambientale rappresentano importanti sfide ma anche opportunità per coloro che sapranno coglierle. Autopromotec ha dato a molti indicazioni utili su come programmare il proprio futuro e quello dei propri figli."

L'affluenza è stata ancora in crescita

E i numeri relativi all'edizione 2019 sembrano confermare che la scelta dei temi su cui puntare è stata azzeccata. Sono state infatti 1.676 le aziende che hanno scelto Autopromotec come vetrina per presentare - spesso in anteprima - i propri prodotti e servizi, con un aumento del 4,4% del numero di aziende partecipanti rispetto all'edizione precedente, nel 2017. Merita di essere sottolineato il dato relativo alle aziende estere. La loro quota è stata pari al 43%, per un totale di 53 paesi rappresentati. La manifestazione, che ha cadenza biennale, era articolata su 17 padiglioni e 5 aree esterne, per una superficie espositiva totale di 162.000 mq. Sono stati complessivamente 119.108 gli operatori professionali, con un aumento del 4,85% rispetto al 2017, attirati a Bologna da una formula che abbinando esposizione fieristica e convegni e workshop ha offerto loro l'occasione per ag-

giornarsi e per fare il punto sull'evoluzione del mercato, dell'innovazione tecnologica e per aumentare la propria specializzazione formandosi su alcuni dei temi che, in prospettiva, sono destinati a determinare il futuro dell'aftermarket. Ad accrescere l'appeal di Autopromotec 2019 il fatto che, grazie anche al recente restyling del quartiere fieristico bolognese, gli organizzatori sono riusciti a valorizzare al meglio una delle caratteristiche che è sempre stata una sorta di cifra per Autopromotec: un layout che raggruppa gli espositori per categorie merceologiche in modo da consentire ai visitatori di pianificare percorsi merceologici personalizzati in base ai propri interessi professionali. Con evidenti vantaggi in termini di qualità del tempo speso in fiera sia per gli espositori sia per i visitatori.

Una fiera di dimensione internazionale

Suona come una conferma della valenza sempre più internazionale di Autopromotec il dato relativo alla quota di operatori professionali esteri, che è stata pari al 18% ed è stata arricchita dalla presenza di più di 100 delegati provenienti da 32 paesi. Proprio i buyer e gli operatori istituzionali sono stati protagonisti di 629 incontri B2B con gli espositori italiani, che sono stati un grande valore aggiunto della manifestazione. Questi incontri sono stati organizzati nell'ambito del piano per la promozione internazionale di Autopromotec e di tutta la filiera dell'aftermarket automotive, frutto della collaborazione con la Regione Emilia-Romagna e ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane).

Il grande interesse e il clima d'attesa suscitato



AUTOPROMOTEC 2019



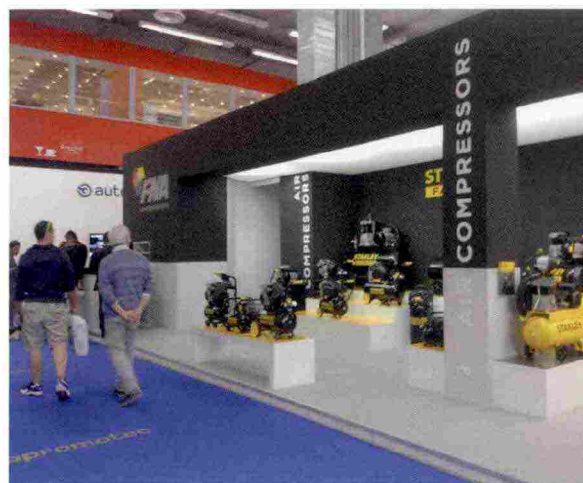
dalla manifestazione sono certificati anche dai dati relativi all'attività sul sito della manifestazione. Nei primi 5 mesi del 2019, il sito ha raggiunto quota 234.868 visitatori unici (+28,3% rispetto allo stesso periodo del 2017), per un totale di 2.476.314 pagine visualizzate (+25% rispetto allo stesso periodo del 2017). Notevole anche il numero di utenti che hanno seguito live l'edizione 2019 di Autopromotec, interagendo attivamente sui profili social.

Una fiera che è anche un'occasione di crescita professionale

A conferma di Autopromotec quale momento di approfondimento e crescita professionale per l'operatore del mercato dell'autoriparazione, l'edizione 2019 della manifestazione ha approfondito i temi chiave per il mercato del post-vendita automotive. Negli oltre 20 appuntamenti del calendario di convegni e tavole rotonde di AutopromotecEDU, finalizzati all'informazione, alla formazione e al confronto, è emerso quanto l'evoluzione del mercato e i nuovi scenari della mobilità implicino innovazioni tecnologiche applicate all'assistenza ai veicoli, ma anche nuove competenze professionali e nuovi strumenti di marketing.

Fiore all'occhiello dell'edizione 2019 di Autopromotec le iniziative speciali, che hanno richiamato un vasto pubblico di professionisti e appassionati: "Hybrid & ADAS Village", l'area dedicata alle dimostrazioni dei sistemi

ADAS di ultima generazione sulle auto ibride, realizzata in collaborazione con Quattroruote Professional. Come è noto, a partire dal 2022, è obbligatoria per tutte le vetture e i veicoli commerciali di nuova immatricolazione, l'installazione di diversi sistemi di assistenza alla guida, altrimenti noti come Adas (Advanced driver assistance system). Nel giro di pochi anni si stima che più della metà del parco circolante europeo sarà dotato di radar, telecamere, sensori di diagnostica e altri sofisticati strumenti telematici che, grazie alle connessioni Internet e ai dispositivi mobile, arriveranno a connettersi e a comunicare con il mondo esterno, dalle infrastrutture stradali agli altri veicoli. Tutto questo avrà, anzi sta già avendo, un impatto sul settore dell'autoriparazione. Si tratta infatti di una tecnologia che implica una specializzazione e aree dedicate in officina. In circolazione ci sono infatti già molte autovetture equipaggiate con Adas di livello 2, vale a dire in grado di controllare aspetti dinamici della vettura, utilizzando informazioni sull'ambiente di guida. Ed il loro numero è destinato a salire. Per poter "mettere mano" sui veicoli dotati di Adas che, sempre più numerosi, circolano sulle nostre strade, gli operatori aftermarket sono, dunque, chiamati a dotarsi degli strumenti e delle competenze necessarie. L'investimento può essere importante. Tuttavia, ci sono da considerare le opportunità, in aggiunta ai costi diretti e indiretti che si generano scegliendo, in alternativa, di affidare a terze parti l'intervento: dal rischio legato allo spostamento della vettura dalla propria officina



AUTOPROMOTEC 2019



a quella del concessionario di turno, che magari non è molto vicina, ai tempi che possono essere necessari per l'intero processo. “

Grande interesse ha suscitato anche “Autopromotec Motorsport”, l'iniziativa patrocinata da ACI Sport e ANFIA-Motorsport e riservata alle aziende operanti nel settore motoristico sportivo Internazionale. Oltre a essere sinonimo di passione e adrenalina il Motorsport è anche il grande banco di prova per lo sviluppo delle nuove tecnologie auto che popoleranno le strade nei prossimi anni. E questo perché permette una diffusione tecnologica a cascata nel mondo delle auto e delle moto di serie al fine di migliorarne le prestazioni e la sicurezza. L'iniziativa si proponeva di celebrare l'altissima qualità tecnologica del comparto, con un percorso espositivo dedicato e con una guida destinata alle aziende di produzione e sviluppo di componen-



tistica e servizi, operanti nel mondo del racing. In una manifestazione che si svolge nel cuore della “Motor Valley”, non poteva mancare un omaggio al genio, alla creatività e alla passione italiana per i motori con “Italia, passione in rosso”, una speciale mostra di auto d'epoca a cura di Ruoteclassiche, con 6 esemplari rigorosamente rossi del patrimonio motoristico storico italiano, realizzata in collaborazione con FCA Heritage e collezionisti privati.

Officina X.0

Il progetto “Officina X.0”, sviluppato in collaborazione con Accenture, ha sottolineato il ruolo della digitalizzazione e della connettività negli interventi di riparazione. Un ruolo destinato a diventare sempre più importante visto che il futuro della mobilità sarà sempre più smart. Anche le officine di autoriparazione sono chiamate a cambiare modello di business. Senza contare che, per la manutenzione e l'assistenza dei nuovi autoveicoli servono attrezzature e professionalità sempre più complesse. Non sono solo le vetture ad essere collegate in rete e a vivere in un ecosistema digitale che permette un flusso continuo di dati e informazioni sollecitati da tutti i diversi componenti del veicolo. Anche le attrezzature sono sempre più connesse, grazie all'internet of things, e i dati raccolti si integrano con quelli raccolti dai veicoli, così da fornire agli operatori un più completo quadro generale della vettura. Una “cartella clinica” dell'auto continuamente aggiornata in real time grazie alla connessione delle apparecchiature dell'officina. Il progetto Officina X.0 ha proposto un viaggio, diviso in cinque capitoli, all'interno del mondo della riparazione: l'assistente virtuale, e nello specifico il vocal assistant, che è di fatto un esempio di intelligenza artificiale che elabora dati e permette di dare assistenza al consumatore sulle sue necessità quotidiane; la smart reception, in cui attraverso la lettura della targa del veicolo si riuscirà ad accedere a una sorta di “carta di identità della vettura; l'intervento vero e proprio, dalla verifica attraverso strumenti diagnostici della reale problematica della vettura all'intervento eseguito con il supporto della realtà aumentata; l'additive manufacturing e, infine, il pagamento dell'intervento con strumenti digitali come la carta di credito, paypal o



i sistemi di pagamento android e IOS.

L'autolavaggio tra i protagonisti

Autopromotec è da sempre un appuntamento per gli operatori del settore delle attrezzature e dei prodotti per le stazioni di servizi e, in particolare dell'autolavaggio e del car care. A Bologna erano presenti le aziende di riferimento del comparto autolavaggio che hanno colto l'occasione per presentare le loro ultime novità. Per tutte il focus era sull'implementazione delle nuove tecnologie digitali, prime fra tutte l'uso di App, come strumento per rendere quanto più flessibile e "personalizzato" il servizio in modo da consentire al gestore dell'autolavaggio di fidelizzare il cliente grazie a performance di lavaggio superiori, ma soprattutto, anche grazie a servizi volti a rendere più semplice e soddisfacente la sua esperienza di utilizzo.

I convegni di Federmetano

Due i convegni organizzati a Bologna da Federmetano. Il primo, come si evince anche dal titolo "LNG: la soluzione green per il trasporto pubblico e per le merci", era incentrato sul ruolo del LNG nel trasporto pubblico e merci. importanti realtà nazionali, tra i maggiori interlocutori delle Istituzioni, hanno fatto il punto sullo scenario attuale e sulle prospettive future, mostrando le soluzioni immediatamente percorribili per rendere il parco circolante eco-compatibile. Il secondo, intitolato "L'evoluzione delle officine: un mix di competenze e tecnologie", era dedicato al comparto officine ed

ha affrontato tematiche molto specifiche come i requisiti di idoneità delle officine del settore Gas per autotrazione o il percorso formativo reso necessario dall'evoluzione delle tecnologie e delle competenze in officina. Ad animarli le maggiori realtà che operano nello scenario dei trasporti che hanno colto l'occasione per fare il punto sulle strade che portano a un futuro green (dal trasporto pubblico al trasporto merci, passando per il comparto delle officine).

Tra gli elementi emersi nel convegno incentrato sull'GNL, la conferma del trend che lo vede in crescita sia in Europa che nel nostro Paese, che conta già un significativo numero di stazioni di servizio GNC: sono oltre 1.300.

Ben 45 delle 200 stazioni di servizio che in Europa erogano metano liquido sono situate in Italia. E il loro numero è destinato ad aumentare rapidamente, visto che attualmente se ne stanno progettando altre 28. Il nostro Paese precede Francia e Spagna, che ne hanno rispettivamente 41 e 40. Colpisce il dato relativo alla Germania, dove le stazioni di servizio sono solo 4. L'indicazione emersa è che in prospettiva il numero di queste stazioni di servizio è destinato ad aumentare rapidamente. L'Industry Roadmap 2030, una ricerca curata da NGVA in collaborazione con EBA (European Biogas Association) stima che entro il 2030 il numero delle stazioni di servizio attive in Europa arriverà a quota e a 10.000 per il GNC e 2.000 per il GNL. A favorire questo sviluppo sarà l'apertura, prevista per il 2021 del primo Small Scale che verrà realizzato a Ravenna ad opera di Depositi Italiani GNL (società costituita da Edison e PIR).

