TRASPORTARE OGGI IN EUROPA
Mensile
Data 07-2019
Pagina 36/39
Foglio 1 / 4

AUTOPROMOTEC

EVENTI

Bologna caput aftermarket

È più che un appuntamento. È un'**esigenza** per il **comparto**, anche se purtroppo il settore dei veicoli commerciali annega un po' nel mare magnum del mondo auto

A CURA DI ANDREA TRAPANI

Ventotto edizioni e sembra ancora giovane. Autopromotec, la biennale internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico, si è conclusa con successo l'ultima domenica di maggio dopo una cinque giorni, tra il 22 e il 26 maggio, in cui ha riaffermato il proprio ruolo all'interno della manutenzione dei veicoli, un settore sempre più all'insegna dell'evoluzione del mercato, dell'innovazione tecnologica, della specializzazione e della formazione professionale. L'evento ha riunito a Bologna l'intero settore, registrando – senza falsi giri di parole – numeri da evento mondiale. Sono state, infatti, 1.676 le aziende che hanno scelto la manifestazione come vetrina, con un aumento del 4,4% rispetto all'edizione precedente. Interessante anche il numero di stand con protagonisti stranieri, tanto che la quota di aziende estere è stata pari al 43%, per un totale di 53 nazioni rappresentate. L'ampiezza degli spazi ha confermato l'attrattività di una manifestazione che si è articolata su 17 padiglioni e 5 aree esterne, per una superficie espositiva totale di 162.000 m², capace di attirare e ospitare ben 119.108 operatori professionali, con un aumento del 4,85% rispetto al 2017.

Risultati di rilievo, commentati con soddisfazione da Renzo Servadei, Amministratore Delegato di Autopromotec: *"Il livello tecnologico delle aziende espositrici ha confermato quanto gli analisti ci avevano preannunciato: 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".*

150372

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

VEICOLI COMMERCIALI, UN SETTORE TRASVERSALE

Il settore automotive, *ça va sans dire*, comprende anche quello dei veicoli commerciali che, data la trasversalità della manifestazione, ha trovato spazio praticamente in ogni padiglione, anche se con una presenza ridotta e non esclusiva, visto che le aziende sono state raggruppate per categoria merceologica, in modo da consentire ai visitatori percorsi personalizzati sulla base dei differenti interessi professionali. Il mondo delle **attrezzature per officina**, l'**assistenza pneumatici**, il sollevamento pneumatici e cerchi ha avuto spazio in un'area contigua (Padiglioni 19, 20, 14, 15 e 22), così come **ricambi**, **componenti** e **Car Services** (Pad. 16, 18 e 21); come novità assoluta, un intero padiglione è stato dedicato ai **lubrificanti** (Pad. 28 e parte del 29). Anche le attrezzature e i prodotti per la **carrozzeria** hanno trovato spazio in due padiglioni adiacenti (Pad. 26 e 29), mentre il mondo della **diagnostica** è stato ospitato al padiglione 30. Infine, la parte relativa alle stazioni di servizio, agli autolavaggi e al Car Care al Pad. 25 e le attrezzature polifunzionali, utensili e compressori al Pad. 36.

PNEUMATICI: NOVITÀ PER VAN E NON SOLO

Chi si occupa di trasporto, si sa, in estate pensa al prossimo inverno. Particolarmente interessante è quindi l'offerta nel campo degli pneumatici che è andata ad anticipare alcune novità della prossima stagione: ad esempio, **Bridgestone** ha scelto la tematica dell'innovazione per far vedere come i nuovi trend sociali, economici e tecnologici stiano velocizzando i tempi del cambiamento nel settore automobilistico. In questo contesto Bridgestone ha identificato le soluzioni di mobilità digitale e soluzioni per le flotte come una priorità strategica. Sul fronte dei veicoli pesanti, il costruttore ha esposto lo pneumatico Ecopia H-Drive 002, al top nella categoria lunghe percorrenze per prestazioni, risparmio di carburante ed efficienza. Presente anche il mondo del ricostruito con Bandag Fueltech H-Drive 002. La forte attenzione al settore dell'agricoltura è stata testimoniata invece dal nuovo VX Tractor. Tra i protagonisti assoluti **Giti Tire** che ha promosso diversi nuovi pneumatici, tra cui una soluzione anche per il trasporto pesante. In collaborazione con lo storico partner Magri Gomme, infatti, ha presentato, in

autopromotec
Homo faber fortunae suae

anteprima assoluta, la nuova generazione di pneumatici da rimorchio Giti GTR955 Combi Road, che migliorano la resa chilometrica di circa il 30% rispetto agli analoghi prodotti precedenti; le gomme riportano il simbolo che raffigura un fiocco di neve e una montagna a tre cime (3PMSF), ad indicare le sue prestazioni di trazione e di frenata sia in inverno che nelle altre stagioni. Da segnalare anche il nuovo GT Radial Maxmiler AllSeason, il nuovo pneumatico europeo 4 stagioni pensato per il mercato europeo di van e furgoni: la sua caratteristica speciale è una speciale mescola del battistrada, studiata per adattarsi alle diverse condizioni atmosferiche, combinata con cinghie in acciaio rinforzate, spalle rigide per aumentare chilometraggio e usura e un battistrada non direzionale che riduce al minimo l'effetto della pioggia.

Anche **Yokohama** ha condiviso il proprio stand con Magri Gomme e CDG-One (società del gruppo che si occupa dei servizi dedicati ai rivenditori specializzati nonché *Master Franchisee* per l'Italia del network internazionale Kwik Fit) per presentare le proprie innovazioni. Per il mercato 4X4 si sono accese le luci sul modello per off-road estremo chiamato Geolandar X-MT G005,

Formazione
AUTOPROMETEC EDU, INFORMAZIONE E CONFRONTO

Non sono mancati i momenti di approfondimento e crescita professionale, temi chiave per il mercato del post-vendita. 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 implichino innovazioni tecnologiche applicate all'assistenza ai veicoli, ma anche nuove competenze professionali e nuovi strumenti di marketing.

150372
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

destinato a quella nicchia di mercato in cui i guidatori cercano prestazioni assolute su fango, rocce e ghiaia.
Anticipazioni anche da **Toyo Tires**, presente per la prima volta alla kermesse, che ha presentato in anteprima il nuovo pneumatico invernale Observe S944 con battistrada direzionale: lo sviluppo con la tecnologia Nano Balance, informa il costruttore, ha permesso di ottenere mescole innovative che posizioneranno il nuovo prodotto ai massimi livelli di prestazione sul bagnato. Non solo, sono stati esibiti anche gli pneumatici NITTO, il brand executive di Toyo Tires, di recente introduzione sul mercato italiano. All'interno dello stand **Goodyear** era presente il portafoglio prodotti di SuperService: Goodyear, Dunlop, Fulda, Sava e Kelly, inclusi i pneumatici moto e autocarro che sempre più rivenditori decidono di trattare come elemento di differenziazione.
A proposito del mondo gommato, dobbiamo ricordare anche l'aspetto convegnistico, con la conferenza internazionale dedicata al settore degli pneumatici ricostruiti dal titolo **"Il futuro della ricostruzione"**: l'incontro ha fatto il sunto sulle sfide e sui nuovi scenari che si prospettano per il settore degli pneumatici ricostruiti. La conferenza è stata introdotta da Stefano Carloni (presidente di Airp, Associazione Italiana Ricostruttori Pneumatici) e moderata da David Wilson (direttore di Retreading Business). Gli argomenti chiave sono stati vari, tra cui il futuro dell'industria cinese degli pneumatici sul mercato della ricostruzione, il ruolo dell'automazione nel settore e l'andamento del mercato italiano ed europeo. È stata l'occasione anche per comunicare un dato fondamentale per il settore: dopo anni di calo costante, il mercato europeo degli pneumatici ricostruiti ha visto finalmente il tanto atteso rimbalzo.

LUBRIFICANTI, MOTORI E NON SOLO

Se da una parte Chevron Lubricants, azienda leader nei lubrificanti finiti che opera in Europa con il marchio **Texaco**, ha presentato ad Autopromotec 2019 due nuovi prodotti a bassa viscosità (Havoline ProDS MG SAE 0W-20 e VB SAE 0W-20) che sono andati ad arricchire la sua linea premium Havoline ProDs destinata alle autovetture,

dall'altra, produttori come **Petronas**, hanno allargato la loro offerta presentando soluzioni a 360° gradi. Ad esempio, la gamma PETRONAS Tutela si compone di fluidi lubrificanti ad elevato contenuto tecnologico destinati alla protezione degli organi di trasmissione, assali e differenziali, che - insieme al sistema di raffreddamento e all'impianto idraulico - hanno un ruolo fondamentale per garantire il buon funzionamento e la sicurezza di un veicolo. Inoltre, con uno speciale sguardo a quel mondo di van elettrici che sta continuando a crescere, erano presenti anche i prodotti della linea PETRONAS iona, presentati in anteprima nel marzo scorso al Salone Internazionale dell'Automobile di Ginevra, che fanno parte del programma di sostenibilità promosso al fine di contrastare i cambiamenti climatici e ridurre le emissioni di CO_2.

RICAMBI ONLINE NEL FUTURO DELL'AFTERMARKET

Tra i fornitori indipendenti, importante è lo spazio che è riuscita a ritagliarsi **Diesel Technic Italia**, una delle realtà più importanti nell'aftermarket di ricambi per veicoli commerciali leggeri e pesanti. A Bologna l'azienda ha voluto confermare ancora una volta il proprio valore di partner su cui i clienti possono contare. Basti pensare che, ad oggi, la gamma completa comprende oltre 41.000 referenze a marchio DT Spare Parts e SIEGEL Automotive. In particolare,

Normative
OBIETTIVO SCONTI SUL PEDAGGIO

Mentre a Napoli si era appena conclusa la Conferenza GNL sui cui potete trovare un approfondimento in questo numero, **Federmetano** ha deciso di rinnovare la propria collaborazione con Autopromotec. Oltre alla presenza fisica con uno stand dedicato, ha curato i convegni del 24 e 25 maggio con l'obiettivo di mostrare, attraverso le voci delle maggiori realtà che operano nello scenario dei trasporti, le strade che portano a un futuro green e offrire una puntuale analisi del cambiamento che sta coinvolgendo i diversi ambiti della filiera della g-Mobility (dal trasporto pubblico al trasporto merci, passando per il comparto delle officine). Durante il primo intervento, è arrivato l'appello di Massimo Marciani, presidente del Freight Leaders Council, che ha chiesto di "*ridurre i pedaggi autostradali per i mezzi commerciali alimentati con carburanti meno inquinanti come il GNL. È un'iniziativa che il Governo deve mettere in campo al più presto per accelerare la transizione verso un sistema dei trasporti a minore impatto ambientale*".

150372
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

nella cinque giorni felsinea, l'azienda ha colto l'occasione per rendere noti gli ultimi cataloghi relativi ai più recenti modelli di veicoli Volvo Bus e Mercedes-Benz. I visitatori inoltre hanno potuto navigare su Partner Portal, la piattaforma per ricercare e ordinare i ricambi online e attingere alle istruzioni di montaggio messe a disposizione dall'azienda. Autopromotec è stata l'occasione anche per mettere a fuoco Partner Program, il programma di supporti di marketing dedicati alla clientela. Tra questi, particolare risalto viene dato all'iniziativa di fidelizzazione Premium Shop, che permette ai clienti di raccogliere corone da utilizzare per poter richiedere premi prestigiosi e ambiti all'interno di una selezione di proposte sempre più ampia.

SCANIA E IL FUTURO ELETTRICO

Anche Scania è stata presente ad Autopromotec con l'obiettivo di dare una prova concreta dell'impegno dell'azienda nel guidare il cambiamento verso un trasporto maggiormente sostenibile. Durante i giorni della fiera, presso l'area esterna 43, Scania ha messo in mostra gli innovativi trattori stradali con pantografo e il mezzo alimentato a metano liquefatto.

Il trattore stradale con pantografo è stato probabilmente il mezzo più fotografato nei giorni della kermesse. Il perché è facilmente intuibile: la particolare tecnologia del veicolo, sviluppata da Scania in collaborazione con Siemens, funziona per mezzo di un pantografo, ovvero un collettore di elettricità montato sul telaio dietro la cabina, che collega il mezzo alle linee di corrente posizionate sulla corsia destra della strada elettrificata. Interesse anche per il veicolo alimentato a metano liquefatto LNG, dotato di motore a metano da 13 litri, con una coppia di 2.000 Nm e 410 CV: il truck esposto è pensato per la lunga distanza, grazie ad un'autonomia fino a 1.100 km e a prestazioni paragonabili a quelle di un motore a diesel di pari potenza.

LE INIZIATIVE SPECIALI PER I PROFESSIONISTI DEL SETTORE

Come abbiamo già evidenziato, il fulcro dell'edizione appena conclusa è stata l'evoluzione che sta guidando il mondo automotive e che sta modificando, di conseguenza, anche il business della riparazione: per far ciò "Futura", la testimonial speciale di Autopromotec 2019, ha accompagnato il visitatore verso il futuro – non così lontano – del mondo dell'assistenza ai veicoli. In questo viaggio, tutt'altro che virtuale, sono arrivati spunti e approfondimenti sulle tecnologie e sull'evoluzione del mercato anche grazie ad alcune iniziative speciali.

Ad esempio, per sensibilizzare gli autoriparatori sulla necessità di conoscere i nuovi sistemi di ausilio alla guida, garantendo così ai propri clienti la massima sicurezza post manutenzione, è allestito "**Hybrid & ADAS Village**": un'esclusiva area dedicata alle dimostrazioni dei sistemi ADAS di ultima generazione sulle auto ibride, realizzata in collaborazione con Quattroruote Professional. Nell'Area Esterna 48, in una pista di 14.000mq, i visitatori hanno potuto sperimentare il comportamento delle vetture nelle condizioni di attivazione dei sistemi di sicurezza, effettuando differenti test.

Un altro passaggio obbligato è stato il progetto **"Officina X.0"**, sviluppato in collaborazione con Accenture all'interno al Padiglione 36, grazie al quale è stato possibile riscontrare come intelligenza artificiale, realtà aumentata e connettività siano elementi già implementabili e funzionali nel mondo dell'officina nell'epoca X.0. Un'iniziativa che ha catturato l'attenzione del pubblico, riscuotendo un notevole successo, riempiendo praticamente ogni sessione aperta ai visitatori.

Novità assoluta dell'edizione 2019, l'iniziativa **"Autopromotec Motorsport"** volta a celebrare la correlazione tra le aziende del settore aftermarket e il comparto delle competizioni motoristiche, patrocinata da ACI Sport e ANFIA-Motorsport: in fiera, le aziende espositrici legate al mondo delle competizioni sono state identificabili da una bandiera a scacchi con il logo "Autopromotec Motorsport", e segnalate in un'apposita guida.

Ormai però si pensa già al prossimo appuntamento e l'attenzione degli organizzatori di Autopromotec è già rivolta al futuro, e le date della prossima edizione della fiera sono già state definite: la 29a edizione di Autopromotec si terrà **dal 26 al 30 maggio 2021**, sempre presso il quartiere fieristico di Bologna.

OFFICINA X.0: LA RIPARAZIONE DEL FUTURO

FOCUS

Nel Padiglione 36, gli organizzatori di Autopromotec in collaborazione con Accenture hanno creato "Officina X.0": un progetto nato nella precedente edizione con "Officina 4.0: Proof of Concept" e che punta a valorizzare il ruolo della digitalizzazione e della connettività nel mondo dei servizi di riparazione. Il progetto Officina X.0 consiste in un viaggio, diviso in cinque capitoli, all'interno del mondo della riparazione.

Il primo capitolo si concentra sul ruolo dell'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.

Il secondo invece, si focalizza sulla *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'operatore potrà così risalire alle caratteristiche dell'auto, ma anche agli interventi già effettuati, ai ricambi sostituiti e alle problematiche già registrate in precedenza.

Il terzo capitolo si concentra sull'intervento vero e proprio, dalla verifica attraverso strumenti diagnostici della reale problematica della vettura all'intervento eseguito con il supporto della realtà aumentata.

La quarta fase è dedicata all'*additive manufacturing*, mentre l'ultima riguarda il pagamento dell'intervento che avverrà in modo digitale: carta di credito, Paypal, sistemi di pagamento Google Pay e Apple Pay.

150372
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.