

Autopromotec, la nota rassegna internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico, ha confermato nelle ultime edizioni un sempre più forte carattere internazionale, con dati in costante aumento sia legati al numero di espositori (+9% nel 2011), sia in termini di visitatori professionali esteri (+11% nel 2011). La crescita della manifestazione Autopromotec a livello internazionale è frutto di un'attenta e precisa attività di promozione che Promotec Srl, società che organizza la fiera, sta conducendo ormai da qualche anno, e che continua a intensificare, con importanti istituzioni italiane, così come con le principali associazioni locali dei paesi strategici per l'aftermarket automotive e con enti di promozione del nostro territorio, al fine di dare ulteriore impulso alla conoscenza e alla commercializzazione della fiera.

In questo ambito, Autopromotec ha definito recentemente un'importante accordo con la regione Emilia-Romagna e con BolognaFiere, per la sua promozione in Brasile, Cina e Turchia, 3 paesi ormai strategici per il settore automotive, in tutti i suoi aspetti. Tale accordo, che ha ovviamente come obiettivo primario il rafforzamento della conoscenza della manifestazione, mira anche a diffondere la conoscenza del sistema italiano dell'aftermarket automotive e a rafforzare le importanti relazioni tra le principali associazioni di riferimento.

Gli sforzi iniziali degli organizzatori di Autopromotec saranno focalizzati sul Brasile, paese che rappresenta con i suoi numeri di crescita nella produzione auto e nel parco circolante un protagonista imprescindibile per tutti i costruttori di pneumatici, autoattrezzature e ricambi. L'intenzione dichiarata da parte degli organizzatori è quella di analizzare attentamente il mercato, i numeri che lo caratterizzano, la tipologia del suo circolante, così come di conoscere le principali associazioni e istituzioni, senza trascurare le manifestazioni fieristiche locali e i media professionali.

Per la promozione in Brasile, Autopromotec sta pianificando una serie di incontri nel mese di giugno, all'interno di una missione imprenditoriale, tesa a sviluppare un percorso di penetrazione nel mercato brasiliano.

Le attività in Turchia e Cina sono ancora in fase di definizione: in Turchia, in particolare, saranno incentrate su roadshow presso i distretti produttivi del settore automotive nel paese, con focus su potenziali visitatori ed espositori; in Cina la promozione sarà mirata ad attrarre importanti buyer locali alla manifestazione 2013.

In questa prima parte del 2012, Autopromotec conferma anche il rinnovo di alcune avviate collaborazioni, quali ad esempio quelle con la Camera di Commercio Italiana per la Germania e la Camera di Commercio Italiana a Buenos Aires, che hanno come fine, oltre alla promozione della manifestazione nei due paesi, anche il coordinamento di alcune

determinate attività come l'individuazione di buyer e rappresentanti della stampa specializzata locale e specifiche operazioni commerciali.

Si conferma anche l'accordo con l'ufficio ICE di Chicago (Istituto per il Commercio Estero) per la promozione negli Stati Uniti, intesa che ha già dato rilevanti frutti in passato, come la cospicua presenza di buyer, associazioni e importanti testate giornalistiche del postvendita automobilistico statunitense.

Gli organizzatori di Autopromotec continuano ad essere impegnati in numerose attività promozionali a livello internazionale, delle quali quelle descritte rappresentano una parte, grazie a una fitta e articolata rete di contatti con associazioni locali e gruppi editoriali del settore che contribuisce a conferire alla manifestazione un'alta riconoscibilità.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 3 / 05 / 2012