

La promozione internazionale di Autopromotec 2017, che avrà luogo a Bologna dal 24 al 28 maggio del prossimo anno, prosegue senza sosta.

Gli organizzatori della manifestazione, che da sempre incentrano sull'internazionalità la strategia di sviluppo della manifestazione, stanno lavorando ininterrottamente per promuovere l'edizione 2017 in tutto il Mondo, presso nuovi potenziali espositori e visitatori. Dopo la recente **missione in Corea del Sud**, a seguito della quale è stata raggiunta un'intesa con i responsabili di "Automotive Week" per la promozione congiunta dei due brand fieristici, Autopromotec ha puntato l'attenzione su altre aree particolarmente strategiche per il settore aftermarket automotive.

All'interno di un progetto promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico, sviluppato sempre in collaborazione con ICE (Istituto per il Commercio Estero), gli organizzatori di Autopromotec hanno effettuato un **road show di presentazione della manifestazione in Turchia**, che ha visto come protagoniste le città di Jebze, Bursa e Izmir. Durante il viaggio, numerosi esportatori industriali regionali e oltre 100 aziende del settore automotive hanno potuto assistere alla presentazione dei principi chiave di Autopromotec, dei risultati raggiunti in oltre cinquant'anni di storia, con particolare riferimento alle ultime edizioni*, e delle conseguenti potenzialità che l'evento offre in termini di business.

Il piano strategico di promozione internazionale è definito anche per i prossimi mesi: a breve, gli organizzatori di Autopromotec voleranno in Sud America per un road show che avrà come mete principali **Colombia, Cile, Perù e Argentina**; proseguirà anche l'attività di promozione nel sud-est asiatico, per consolidare i rapporti già intrapresi con le aziende, le associazioni e i buyer di Paesi quali **Thailandia, Vietnam e Indonesia**.

Emanuele Vicentini, Brand Manager di Autopromotec, spiega così i fattori che hanno portato allo sviluppo di tale strategia: "In questa particolare congiuntura economica, Autopromotec ha delineato un percorso di promozione internazionale che prevede il coinvolgimento di Paesi produttori e acquirenti. In vista della prossima edizione, il piano è finalizzato a potenziare la presenza di nuove realtà produttrici e assicurare la partecipazione di buyer provenienti da nuovi mercati. L'obiettivo è di accrescere le opportunità commerciali delle aziende espositrici, ampliando allo stesso tempo l'internazionalità della rassegna".

A questo proposito, una spinta ulteriore verso un'edizione 2017 ancora più globale sarà garantita dall'accordo siglato da Autopromotec con Emirates, la compagnia aerea di bandiera dell'**Emirato Arabo di Dubai**, che in qualità di "vettore ufficiale" favorirà l'arrivo a Bologna di buyer dai mercati a maggiore potenziale.

Con le numerose missioni internazionali, promosse con il supporto di ICE e della Regione EmiliaRomagna, Autopromotec intende definire sempre più accordi con le associazioni di settore nei vari Paesi e assicurare la presenza in fiera di un numero sempre maggiore di delegati e associati; è così che, per la prossima edizione, è già prevista la partecipazione di **delegazioni internazionali provenienti da oltre 30 Paesi**. Autopromotec, inoltre, metterà a disposizione dei propri espositori la piattaforma di business matching B2Match, con la quale sarà delineato un calendario di incontri B2B durante i giorni di rassegna fieristica, per favorire ulteriormente l'interazione tra le aziende e i buyer internazionali presenti in Fiera.

Dati relativi all'ultima edizione (2015) di Autopromotec: 1.587 espositori (+4,8% rispetto al 2013) provenienti da 47 paesi, per un'area espositiva di 157.000mq e circa 104.000 visitatori.