

**AIRP**

**MENO PETROLIO  
 GRAZIE AI RICOSTRUITI**

**S**ono ben un milione i barili di petrolio risparmiati ogni anno grazie ai pneumatici ricostruiti. Questo dato emerge dal bilancio ecologico ed economico della ricostruzione di pneumatici redatto dall'Airp (Associazione Italiana Ricostruttori di Pneumatici) per il 2006 e assume un particolare significato in considerazione dei livelli record raggiunti dal prezzo del greggio.

Sempre dal bilancio dell'Airp si evince che sono 44.591 le tonnellate di pneumatici usati non immessi nell'ambiente per essere invece destinati alla ricostruzione. Questo sistema ha consentito un risparmio di 45.264 tonnellate di materie prime, mentre la riduzione del consumo energetico è di 158 milioni di litri di petrolio ed equivalenti.

Dalla ricostruzione viene poi una minore spesa per l'utilizzatore finale di pneumatici pari, sempre su base annua, a 291 milioni di euro, in quanto un pneumatico ricostruito costa decisamente meno di uno nuovo. ◀

**Il bilancio della ricostruzione**

(Conto ecologico ed economico, Italia 2006)

Risparmi	Quantità
Pneumatici usati non immessi nell'ambiente	44.591 tonnellate
Minor consumo energetico (petrolio ed equivalenti)	158 milioni di litri
Minor consumo di materie prime	45.264 tonnellate
Minore spesa per gli utilizzatori finali	291 milioni di euro

Fonte: Airp

- le imprese artigiane versino le somme di cui sopra nell'apposito conto corrente i cui estremi identificativi sono indicati nel testo dell'accordo. ◀

*Trattandosi di un accordo ponte, le parti hanno convenuto che l'accordo modifica il testo del contratto collettivo nazionale previgente solo per le materie disciplinate dallo stesso. Conseguentemente, continua a trovare applicazione integrale il testo precedente per tutto quanto non modificato.*

## SINERGIA TRA **FIERE**

**Un importante accordo sottoscritto tra gli organizzatori del Motor Show e l'Autopromotec, manifestazioni fieristiche di picco del settore automotive internazionale, punta a rafforzare la leadership del polo bolognese in Italia e a ricercare nuove opportunità di sviluppo sui mercati esteri.**

**U**na storica intesa quella sottoscritta a Rimini tra Motor Show - Salone Internazionale dell'Automobile e Autopromotec - e Salone Internazionale di Attrezzature e Prodotti per l'Industria Automotive, le due maggiori manifestazioni fieristiche internazionali del settore automotive organizzate a Bologna. Con questo accordo, che rafforza il polo bolognese del settore automotive, le due manifestazioni puntano a consolidare la leadership in Italia e a ricercare nuove opportunità di sviluppo sui mercati esteri.

La collaborazione è stata sottoscritta in occasione della sesta edizione di My Special Car Show - Salone dell'Auto Speciale e Sportiva - da Giada Michetti e da Renzo Servadei, rispettivamente amministratore delegato di Promotor International S.p.A. e di Promotec S.p.A.

Come noto, la società organizzatrice del Motor Show di Bologna e di My Special Car Show di Rimini è stata acquisita lo scorso anno dal gruppo francese GL events, azienda leader mondiale nell'organizzazione di

eventi, nella gestione di quartieri fieristici e nella fornitura di servizi, che può contare su oltre 3.000 addetti e più di 80 sedi in 13 diversi Paesi.

Attraverso tale acquisizione, il Motor Show di Bologna, uno tra i saloni dell'automobile più visitati al mondo, ha avuto la possibilità di inserirsi in una organizzazione internazionale con straordinarie potenzialità. Autopromotec, interamente di pro-

prietà delle associazioni di categoria AICA e AIRP (Associazione Italiana Costruttori Autoattrezzature e Associazione Italiana Ricostruttori di Pneumatici) giunta alla 23ª edizione biennale, ha ottenuto nel 2007 uno straordinario successo, affermandosi come la più specializzata rassegna internazionale delle attrezzature, dei prodotti e dei servizi per l'industria automotive. Le rassegne hanno sede, non a caso, a Bologna, culla della passione motoristica, che con questo accordo vede ulteriormente potenziato il proprio ruolo di polo di riferimento del settore.

L'intesa tra le due manifestazioni, che coprono ambiti diversi ma complementari del comparto automotive - l'una rivolta al grande pubblico, l'altra all'utente professionale - punta a rafforzare la leadership in Italia e a ricercare nuove opportunità di sviluppo sui mercati esteri. L'accordo ha l'obiettivo di creare un tavolo istituzionale per studiare sinergie che valorizzino la vocazione motoristica del territorio, al fine di incrementare il numero dei visitatori e creare nuove occa- ▶



## Notiziario

Confartigianato

sioni di business, con particolare attenzione verso l'estero. Sul piano internazionale, l'accordo prevede infatti di studiare forme di collaborazione in sinergia con la fiera di Bologna. Inoltre, i siti fieristici ed espositivi messi a disposizione dal gruppo GL events (che vanno dai Paesi dell'Est Europa al Sud America, dall'Estremo Oriente al Canada) unitamente all'eccellente capacità organizzativa e al know how fieristico di Promotor International e di Promotec, consentiranno di esprimere potenzialità sino ad ora inesplorate di questi mercati.

Commentando la sottoscrizione dell'intesa, l'amministratore delegato di Promotor International, Giada Michetti, ha dichiarato: «Siamo veramente lieti dell'accordo raggiunto

*con gli organizzatori di Autopromotec che, anche grazie alle sinergie che si possono creare con un grande gruppo quale è GL events, può offrire straordinarie occasioni per dare ancora maggior rilievo alle nostre esperienze sul piano internazionale».*

Renzo Servadei, amministratore delegato di Promotec, ha a sua volta dichiarato: «Autopromotec è la manifestazione espositiva più specializzata in tutti i comparti dell'aftermarket automobilistico. Riteniamo che la nostra esperienza e la rete associativa internazionale che supporta la manifestazione, uniti al format esclusivo del Motor Show, possano offrire eccellenti possibilità di collaborazione, anche con le istituzioni italiane e internazionali». ◀