

## 16 Airp

# Trasporto su gomma: "minerali metalliferi" al primo posto

Secondo Airp, nel 2011 la principale tipologia di merce trasportata su strada in Italia è stata quella dei "minerali metalliferi", che hanno costituito il 25,04 per cento degli 1.340 milioni di tonnellate di beni complessivamente movimentati nel 2011 su gomma. La classifica delle prime dieci categorie merceologiche del trasporto nazionale su strada nel 2011 comprende poi i "prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi" (17,33 per cento del totale delle merci), le "materie prime secondarie, rifiuti urbani e altri rifiuti" (8,23 per cento), i "prodotti alimentari, bevande e tabacchi" (7,59 per cento), i "metalli e i manufatti in metallo" (7,25 per cento), i "prodotti dell'agricoltura, della caccia e della silvicoltura" (6,17 per cento), i "prodotti petroliferi" (4,65 per cento), il "legno, prodotti in legno e sughero" (3,87 per cento), ed i "prodotti chimici, fibre sintetiche

e artificiali". Conclude la graduatoria la categoria "altre merceologie" (17,05 per cento), che raggruppa un insieme eterogeneo di merci e beni. Pure in una situazione di difficoltà dovuta alla crisi economica, alla riduzione degli scambi commerciali e alla concorrenza degli operatori dell'Est Europa, le 161 mila imprese italiane dell'autotrasporto continuano a garantire un servizio indispensabile per il sistema produttivo italiano. A questo proposito, una soluzione eccellente per coniugare sicurezza, ecologia e risparmio è quella dell'utilizzo di pneumatici ricostruiti, che garantiscono gli stessi livelli di sicurezza dei nuovi e un risparmio fino al 50 per cento. I ricostruiti sono assolutamente affidabili; inoltre, il loro utilizzo consente di risparmiare importanti risorse energetiche e rallentare lo smaltimento nell'ambiente di pneumatici usati.





CHIACCHIERE CON... Renzo Servadei

L'INTERVISTA



## Oltre la fiera



### Chi è

**Renzo Servadei** è dal 2004 Amministratore Delegato di Promotec, la più specializzata rassegna internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico. Ricopre un ruolo associativo: è Segretario Generale delle Associazioni AICA (Associazione Italiana Costruttori Autoattrezzature), AIRP (Associazione Italiana Ricostruttori Pneumatici) e FEDERPNEUS (Associazione Nazionale Rivenditori Specialisti di Pneumatici).

Piattaforma di tecnologie, novità di prodotto e opportunità di business. Autopromotec, la rassegna internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico, giunta alla 25° edizione biennale, si svolgerà dal 22 al 26 maggio nel quartiere fieristico di Bologna

di Maruska Scotuzzi e Francesca Bonadeo

**T**rend positivo delle adesioni per la 25ª edizione di Autopromotec. La rassegna internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico si conferma punto di incontro internazionale e imprescindibile tra domanda e offerta, luogo dove si possono ancora cogliere opportunità di business e creare networking a livello globale. Ulteriore valore aggiunto è dato anche dal ricco programma culturale

che contraddistingue la kermesse bolognese. Convegni, eventi, seminari che mettono a fuoco tutte le tematiche emergenti dell'auto-riparazione. Ne parliamo con Renzo Servadei, amministratore delegato di Autopromotec.

**Autopromotec, ormai punto di riferimento consolidato del mondo della riparazione e manutenzione, è anche luogo di conoscenza e di**

Renzo Servadei



AutopromotecEDU, format destinato alle attività di approfondimento, informazione e formazione sui temi del post vendita e assistenza auto che ha mosso i primi passi la scorsa edizione, continua e si sviluppa attraverso programmi ed eventi

Il focus del convegno IAAM13 sarà quello di fornire un'anticipazione delle tendenze e degli sviluppi del settore aftermarket in Europa e nei paesi del BRIC



**incontro. Non solo area espositiva di qualità ma anche arena degli scambi, spazio di dibattito e di promozione culturale. Quanto è importante questo aspetto, oggi, in un contesto fieristico?**

Per noi è fondamentale, tanto che sarà il leit motiv di questa edizione. Proprio la parte convegnistica verrà ulteriormente sviluppata. L'iniziativa AutopromotecEDU, format destinato alle attività di approfondimento, informazione e formazione sui temi del post vendita e assistenza auto che ha mosso i primi passi la scorsa edizione, continua e si sviluppa attraverso programmi ed eventi che coinvolgeranno tutti gli operatori dell'aftermarket. La tecnologia automobilistica avanza a ritmi veloci e occorre fornire gli strumenti adeguati per valorizzare e fare crescere gli attori della filiera. E gli aggiornamenti costanti sono necessari per competere oggi sul mercato, per continuare a crescere.

**Anche il convegno internazionale IAAM13 - International Automotive Aftermarket Meeting - costituisce parte integrante del programma convegnistico di AutopromotecEDU. È possibile avere alcune anticipazioni al proposito?**

È un evento internazionale, giunto alla sua quarta edizione, dopo le tre precedenti in cui era riconosciuto come EAAS (European

Automotive Aftermarket Symposium). Appuntamento di grande prestigio per Autopromotec che qualifica la mostra come momento imprescindibile di confronto a livello internazionale, il focus di IAAM13 sarà quello di fornire alle aziende e ai professionisti un'anticipazione delle tendenze e degli sviluppi del settore aftermarket in Europa e in alcuni Paesi strategici quali quelli BRIC (Brasile, Russia, India, Cina). E, quindi, offrendo l'opportunità di trovare nuovi canali internazionali per le attività di vendita e marketing. L'intera giornata dedicata allo IAAM13 sarà caratterizzata da due momenti distinti e complementari: la mattina vedrà il succedersi di interventi altamente specializzati nell'aftermarket che presenteranno le tendenze future del mercato della manutenzione e riparazione dell'auto, tanto in Europa quanto nei Paesi emergenti. A seguire, nel pomeriggio, una serie di incontri tra esperti e partecipanti per approfondire le opportunità offerte dai mercati internazionali.

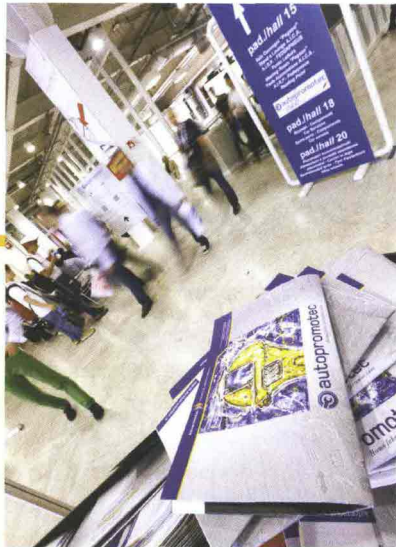
**La fiera è anche un momento concreto per tastare il polso del mercato. Cogliere le tendenze. A questo proposito... dove stiamo andando?**

È vero: tra gli stand si 'respira' ciò che accade nell'economia del settore e si colgono le tendenze. Lo scenario? Un parco auto in crescita, un aumento dell'età media delle vetture

e l'avvento di nuove tecnologie. Parliamo di un futuro di grande spinta tecnologica, per cui la manutenzione avrà un'importanza diversa rispetto a prima, ma sempre grande. Se da un lato ci saranno veicoli più affidabili, e un conseguente diradamento degli interventi, dall'altro la loro crescente complessità richiederà manutenzioni più sofisticate e competenze specifiche. Si parla oggi di mecatronica. La nuova disposizione legislativa ha soppresso la figura dell'elettrauto e del meccanico, fondendo le due attività nella nuova professione del mecatronico. In qualche modo la legge ha messo nero su bianco una trasformazione in atto, considerando l'evoluzione delle vetture di ultima generazione e la quantità sempre più elevata di dispositivi elettronici e multimediali. Oltretutto l'elettronica non è presente solo nelle auto, ma è entrata in maniera preponderante anche nelle officine attraverso strumenti di controllo, diagnosi e riparazione, divenuti ormai ausili indispensabili. Non a caso a partire da questa edizione il Polo della diagnosi, nuova superficie espositiva dedicata alle attrezzature di diagnosi, si strutturerà come una vera e propria fiera della diagnostica dove poter, inoltre, approfondire tutte le tematiche legate all'elettronica dell'auto e alle nuove normative. Tra l'altro, il 2013 segna l'entrata in vigore di MCTCNet 2 e la conseguente necessità da parte degli operatori di utiliz-

## L'INTERVISTA

Ha detto...



A partire da questa edizione il Polo della diagnosi, nuova superficie espositiva dedicata alle attrezzature di diagnosi, si strutturerà come vera e propria fiera della diagnostica dove poter, inoltre, approfondire tutte le tematiche legate all'elettronica dell'auto



zare nuova strumentazione di diagnosi e di revisione. Il Polo della diagnosi risulterà uno spazio dove trovare risposta a tutti i quesiti e alle novità legate appunto all'entrata in vigore del protocollo ministeriale.

### Sempre in tema di tendenze, ci sono comparti in evoluzione?

Pensiamo ad esempio al mondo delle coperture, sia per l'innovazione del prodotto e dei veicoli, sia per gli interventi legislativi e le richieste di un mercato che va verso la mobilità sostenibile e l'ottimizzazione dei costi. Gli pneumatici si adeguano con prodotti di ultima generazione, tecnologicamente avanzati, performanti e sicuri, capaci di interagire costantemente con l'elettronica del veicolo. Anche in questo contesto, il ruolo dello specialista è sempre più indispensabile. Negli ultimi anni, anche il settore delle stazioni di servizio sta vivendo un profondo cambiamento, che vede le aree di rifornimento stradale trasformarsi in veri e propri centri di assistenza policarburante e multi-servizio, oltre a divenire poli dinamici dell'aftermarket. Luoghi in cui l'automobilista può trovare un'offerta completa di servizi per il proprio automezzo e quanto concerne la mobilità. Questo cambiamento ci ha spinti a creare un'iniziativa specifica: Filling Station Equipment un'area dedicata a tutte le aziende operanti nel settore delle stazioni

di rifornimento stradale e di tutti i servizi a esse correlati. Le aziende produttrici di attrezzature, tecnologie, prodotti e servizi specifici (cisterne, erogatori, componenti, software, non oil eccetera) oltre a quelle del settore della cura dell'auto e alle compagnie petrolifere saranno le protagoniste di questa iniziativa. Un'occasione unica, per sottolineare e ampliare il proprio business, in un contesto sempre più rivolto all'ottimizzazione dei costi di gestione dei veicoli. Oltre allo spazio espositivo dedicato, Filling Station Equipment prevede anche numerose iniziative collaterali specifiche: forum, tavole rotonde, incontri con gli operatori. Un altro settore al quale abbiamo posto attenzione è quello degli autolavaggi che sta attraversando una fase delicata, conseguenza della crisi internazionale. Tuttavia, la produzione di impianti di autolavaggio Made in Italy appare particolarmente apprezzata in campo internazionale, grazie all'impiego di tecnologie innovative. Al car wash, anche in questa edizione di Autopromotec, sarà dedicata un'apposita area esterna che consentirà così agli operatori di prendere visione diretta delle opportunità di sviluppo. Infine, il truck: un comparto essenziale per il rilancio e l'innovazione dell'economia europea. In un momento che penalizza le vendite di veicoli nuovi, proprio l'ottimizzazione dell'assistenza al parco veicolare potrà generare un

## L'INTERVISTA



Filling Station Equipment è un'area dedicata a tutte le aziende operanti nel settore delle stazioni di rifornimento stradale e di tutti i servizi a esse correlati



circolo virtuoso, sia per le flotte sia per le reti. All'autocarro è dedicata un'iniziativa - Industrial Vehicles Service - che rappresenta un percorso espositivo con una guida esclusiva destinata agli espositori del comparto assistenza e manutenzione ai mezzi dell'autotrasporto e con un logo speciale per identificare gli espositori di attrezzature, componenti e ricambi per l'autocarro. In aggiunta alla

In linea con una comunicazione che diventa sempre più on-line, anche la registrazione avverrà tramite web. Inoltre, per velocizzare e facilitare i contatti commerciali in fiera, il ticket di ingresso diventa biglietto da visita elettronico

parte espositiva saranno organizzati incontri di confronto tecnico e approfondimento e momenti che offriranno una panoramica sull'intera filiera commerciale.

**Autopromotec ha confermato nelle ultime edizioni un forte carattere internazionale, con dati in costante aumento in termini di visitatori professionali esteri (+11% nel 2011).**

**Qual è la chiave di tale successo?**

Quando si parla di crisi, ci riferiamo sostanzialmente all'area euro. Il mondo non è in recessione. Ci sono interi continenti che registrano un incremento esponenziale delle vendite, con una richiesta di mobilità significativa. In Italia, peraltro, abbiamo aziende medio-piccole nel settore dell'autoriparazione che esportano dal 70 al 90 per cento della produzione. Sono in crescita e competono sul mercato internazionale. I visitatori esteri arrivano ad Autopromotec certamente grazie anche all'intensa attività di promozione volta a valorizzare la manifestazione stessa, ma in particolare perché qui trovano espositori importanti da cui sanno di potere acquisire tecnologie. E in questo campo l'Italia è leader. Anche nel settore dei ricambi espongono tutte le realtà più importanti. Una politica la nostra non espansiva ma di qualità, per questo comparto, che ha portato alla selezione di brand leader.



**Autopromotec investe in innovazione.**

**Quali le novità di servizio?**

In linea con una comunicazione che diventa sempre più on-line, anche la registrazione avverrà tramite web. Inoltre, per velocizzare e facilitare i contatti commerciali in fiera, il ticket di ingresso diventa biglietto da visita elettronico. Il servizio si attiva dando l'apposito consenso sul modulo di registrazione. Lasciando i contatti alle aziende espositrici, semplicemente mostrando il ticket sarà possibile fare acquisire i propri dati tramite smartphone ed essere aggiornati sulle novità di settore.

Non solo: tutto il sito è stato completamente rinnovato e reso più fruibile in termini di navigazione e di accesso alle informazioni. Inoltre la nuova App Autopromotec, costantemente aggiornata con nuove informazioni e funzioni, è disponibile gratuitamente su Apple App Store e Google Play Store. Il nostro obiettivo è, dunque, quello di rendere la visita alla fiera proficua. Massimi contatti nel più breve tempo possibile e flusso di informazioni.

**Concludendo...**

Autopromotec cresce, e cresce in un momento delicato e di difficoltà per l'economia. Questo significa che il suo sviluppo è proporzionale alla qualità e ai servizi di alto livello che sempre più è in grado di offrire. ■