

Attrattività e business. Sono le parole chiave del piano strategico di promozione internazionale messo a punto da Autopromotec per la prossima edizione in programma dal 25 al 28 maggio 2022 a Bologna. Gli organizzatori della biennale internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico hanno avviato una serie di attività promozionali su larga scala con l'obiettivo di attrarre il maggior numero di buyer, decision maker e stakeholder a livello internazionale.

Da un lato, grazie ai contributi del "Fondo Strategico per il made in Italy" del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e Agenzia ICE, Autopromotec lavorerà per portare in presenza operatori provenienti dai mercati lontani e ad alto potenziale, dall'altro, attraverso la propria rete di agenti e rappresentanti, gli organizzatori stanno lavorando per accogliere, durante la prossima edizione della rassegna, gruppi di operatori professionali provenienti da numerosi mercati dell'Europa centrale e orientale, del Nord Africa, del Medio Oriente e del Sudamerica.

L'obiettivo è di offrire il maggior numero di opportunità di business alle aziende espositrici, ma anche di mettere in contatto i buyer con tutte le novità di prodotto, che in molti casi verranno presentate in anteprima proprio ad Autopromotec 2022, la prima vetrina internazionale per il settore dopo la lunga pausa imposta dalla pandemia. Particolare attenzione è stata riservata anche alle associazioni estere, per le quali gli organizzatori della manifestazione stanno lavorando a un calendario di workshop sui principali temi e sfide del settore dell'aftermarket automotive. I partecipanti alla prossima edizione si troveranno di fronte un format innovativo che consentirà loro di conoscere innovazioni e nuovi prodotti, di incontrare i propri fornitori abituali ma anche di trovarne di nuovi, di accedere a servizi e partecipare a conferenze e seminari sia di persona sia in modalità virtuale. Il trend che si proietta è quello di un'edizione ancora più specializzata e forte di una componente di visitatori professionali con qualità specifiche ancora più elevate. Priorità assoluta, dunque, alle attività in presenza, pronti però anche ad una serie di attività di carattere ibrido, qualora la situazione pandemica contingente lo imponesse.

Negli anni Autopromotec ha confermato la sua vocazione internazionale, raggiungendo cifre ragguardevoli: durante l'edizione 2019, sono stati 119.108 gli operatori professionali provenienti da 136 Paesi che hanno visitato Autopromotec, un dato che evidenzia il grande sforzo fatto dagli organizzatori in termini di promozione internazionale nelle ultime edizioni della Manifestazione. Le percentuali di presenze di operatori professionali esteri hanno infatti

delineato una mappa di aree di mercato di riferimento che vede, in prima linea, Europa (con il 37%), Asia (24%), Americhe (18%) e Africa (15%), seguite dall'Oceania (6%). Il risultato di questo lavoro è anche frutto di accordi che Autopromotec ha stretto con le Istituzioni, in

particolare la Regione Emilia-Romagna, il Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionale e Agenzia ICE, che sostengono le iniziative della manifestazione finalizzate alla promozione internazionale e all'incoming di operatori esteri.

© riproduzione riservata pubblicato il 23 / 11 / 2021