

ga

REPORT AUTOPROMOTEC



Ripartiamo da **AUTOPROMOTEC!**

a cura
della Redazione

Dopo gli anni cui questi eventi sono stati soltanto un ricordo, la 29^a edizione della fiera ha assunto inevitabilmente un significato particolare ancora prima di avere luogo. Dai quattro giorni a Bologna è emerso un automotive aftermarket entusiasta all'idea di ritrovarsi e deciso a prendere di petto le sfide del futuro della mobilità. Ne abbiamo parlato con alcune delle aziende presenti



DOMANDE

1. Finalmente Autopromotec dopo tre anni di attesa. Che impressioni avete avuto dell'evento?
2. Quali aspettative di mercato avete per i prossimi mesi?

A fine maggio, quindici padiglioni di Bologna Fiere hanno ospitato l'entusiasmo, le innovazioni e la voglia di ritrovarsi di un intero settore, quello dell'automotive aftermarket. Autopromotec 2022 è stata per tutti un'edizione speciale, il primo grande evento dopo un periodo storico che ci ha costretti a comunicare e fare business a distanza: tra gli stand ed i corridoi della fiera, per la prima volta da molto tempo si è respirata aria di svolta. Le 1.311 aziende partecipanti, 31% delle quali provenienti da 46 paesi

del mondo, sono state capaci di dare vita a una vetrina internazionale di tecnologia e innovazione nei 141.000 m2 a loro disposizione tra esposizioni, incontri, momenti di approfondimento, conferenze ed eventi, senza dimenticare l'importanza del networking e della possibilità di toccare con mano le novità di prodotto. Insomma, tutto quello che gli operatori del settore desideravano, come mai prima d'ora.

Abbiamo chiesto ad alcune delle aziende che abbiamo incontrato di raccontarci la loro impressione sulla manifestazione e cosa si aspettano dal futuro del nostro mercato, che in questa occasione ha dimostrato di essere pronto per le evoluzioni del settore mobilità. Ci scusiamo con le realtà che non compariranno, ma che troveranno spazio sui prossimi numeri della rivista.

FIAMM

1. L'evento è stato ben organizzato. Noi come FIAMM abbiamo avuto un elevato numero di incontri con i nostri clienti italiani ed europei. Siamo riusciti ad instaurare nuovi contatti che cercheremo di concretizzare. Per finire abbiamo visto un interesse per le batterie ausiliarie per auto elettriche.
2. Per il 3° trimestre prevediamo un mercato in contrazione rispetto ai volumi eccezionali del 2021 caratterizzato da una minore domanda ed alta inflazione. Per questo stiamo lavorando su aumento delle quote di mercato valorizzando il prodotto, la logistica e soluzioni commerciali a supporto del cliente.

*Igor Posocco, Direttore
Marketing & Vendite del
business Mobility Power
Solutions di FIAMM Energy
Technology.*

