



37ª ASSEMBLEA NAZIONALE AICA



L'idea è quella di costituire una "community", della quale essere promotori e perno, che raccolga intorno a sé tutti gli attori dell'aftermarket automotive. Il momento è giusto in quanto per la prima volta nella storia il fatturato della riparazione in Italia supera quello della vendita di veicoli nuovi. Da qui una serie di iniziative per rafforzare i rapporti con le altre associazioni.

GARANTIRE CONTINUITÀ D'IMPRESA



Messe da parte ricette facili per superare la onnipresente crisi, la forza dell'impresa sana, soprattutto quando si è al vertice della qualità come nel caso dell'industria italiana delle autoattrezzature, è proprio la capacità di credere in se stessa e nell'aggregazione vera e costruttiva che agisce. Questo il leitmotiv dell'assemblea dei costruttori di autoattrezzature

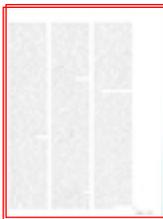
ROBERTA PAPADIA

La forza dell'associazione

"Come imprenditore il sentimento di disaffezione e la distanza tra ciò che viviamo nelle nostre trincee e quello che succede nel paese è tale che non mi sento di unirmi al coro di coloro che propongono la loro ricetta per risolvere i problemi con vuoti giri di parole. Credo quindi sia meglio lasciare ad altri il ruolo di commentare analisi economiche, ben sapendo che alla fine a pagare il conto saranno i soliti noti, prime fra tutti le imprese. Penso sia senz'altro più utile con-

centrarsi sulle iniziative che come Aica possiamo intraprendere, nella consapevolezza che oggi più che mai possiamo contare solo sulle nostre forze", così ha aperto i lavori della 37ª assemblea nazionale di Aica, il presidente Giorgio Cometti. Il denominatore comune che portò alla nascita di Aica trentasette anni fa fu la volontà di fare emergere i valori di aziende che a quel tempo erano terziste, che producevano attrezzature vendute spesso con marchi di altri paesi. Da qui anche la nascita del salone Autopromotec con l'obiettivo di dare maggiore forza all'italianità. Il risultato inne-

Giorgio Cometti,
presidente di Aica.



gabile di questo lavoro è che Autopromotec è diventata una manifestazione internazionale primaria. "Anche oggi, 24 novembre 2012, nel pieno della crisi, possiamo anticipare - prosegue Cometti - che non solo confermeremo i numeri record della passata edizione, ma con ogni probabilità avremo persino qualche espositore in più. Per evidenziare il contesto in cui operiamo è interessante analizzare alcuni dati provenienti da fonte neutra sul comparto delle fiere in generale. Su 86 nuove fiere lanciate negli ultimi quattro anni, in 85 hanno chiuso e il mercato è calato complessivamente del 10%. Il motivo è evidente: se un tempo i budget delle aziende consentivano di partecipare a più rassegne, oggi non è più così, ci si incontra una volta ogni due anni in un unico luogo, nel nostro caso Bologna. Non dobbiamo tuttavia dimenticare che è proprio quando le cose vanno bene che occorre, avendone la possibilità, fare scelte che garantiscano la continuità delle imprese. Se si aspetta che inizi il declino diventa più difficile fermarlo. Ecco perché, insieme ai nostri soci della gomma, l'Airp, abbiamo deciso di dotarci di strumenti per rispondere alle richieste dei servizi di domani, creando le condizioni per diventare il fulcro dell'aftermarket dell'automotive in Italia".

L'idea è quella di costituire una "community", della quale essere promotori e perno, che raccolga intorno a sé tutti gli attori dell'aftermarket automotive. Il momento è giusto in quanto per la prima volta nella storia il fatturato della riparazione in Italia supera quello della vendita di veicoli nuovi. Da qui una serie di iniziative per rafforzare i rapporti con le altre associazioni di produttori e di utilizzatori, molte delle quali organizzano le loro riunioni proprio ad Autopromotec. Il presidente ha richiamato anche l'importanza della comunicazione e della formazione. Tra le recenti attività che uniscono comunicazione e formazione, molto apprezzati i depliant Aica sulla sicurezza delle macchine e sull'estrazione dei fumi. "Spesso l'utilizzatore è attratto e confuso da determinate

offerte commerciali a basso costo, e trascura fondamentali esigenze di sicurezza salvo poi trovarsi nei guai in caso di controlli, o peggio di incidenti". Passando all'innovazione e all'importanza di essere al passo con l'evoluzione. "Ci stiamo rendendo conto che le nostre imprese, molto brave a progettare e a produrre, anche a causa delle dimensioni, spesso non hanno le conoscenze necessarie a reperire i finanziamenti per la ricerca: non conoscono i canali, le prassi, il linguaggio. Di fronte a queste difficoltà a volte rinunciano" ma è importante farsi seguire da consulenti esperti per non perdere opportunità significative.

"Abbiamo anche necessità di fare lobby. Uno dei problemi delle medie imprese è che non hanno né i numeri degli artigiani né la forza economica dei grandi gruppi. Ecco quindi che quando si confrontano con le istituzioni non trovano i supporti necessari. Un tipico esempio è quello del nuovo sistema delle revisioni". Le aziende associate hanno impegnato ingenti risorse per realizzare il nuovo protocollo di comunicazione ma ora devono fare i conti con le tempistiche per implementare l'intero sistema. Ecco perché è necessario moltiplicare gli sforzi e coinvolgere anche altri compagni di viaggio che condividono i nostri obiettivi e interessi, per raggiungere la massa critica necessaria a fare sentire forte la nostra voce. Per fare un esempio concreto, il tema delle revisioni interessa noi, ma anche i costruttori di veicoli, i costruttori di ricambi e gli autoriparatori. Un veicolo efficiente è anche nell'interesse delle assicurazioni e, se riusciamo a lavorare bene sulla comunicazione, non può non interessare anche l'utente finale. È vero che la revisione è percepita come un costo, ma è altrettanto vero che nessuno fermandosi a un semaforo vorrebbe avere dietro di sé qualcuno con i freni in disordine o le gomme lisce, magari sulla strada bagnata.

"Sul fronte del Made in Italy e della sua tutela dobbiamo registrare un peggioramento. Ci eravamo infatti lasciati parlando di un quadro legislativo in evoluzione, mentre oggi

l'iter del regolamento per mettere ordine a livello comunitario sulla materia è completamente bloccato. Noi continuiamo a seguire la questione, ma su una sua rapida soluzione siamo più pessimisti di prima. Dobbiamo dire tuttavia che in alcuni casi prodotti che in prima istanza fanno tanto rumore per il prezzo, si sgonfiano non appena viene messa alla prova l'affidabilità e il supporto di assistenza. Anche in paesi a forte penetrazione di attrezzature low cost si stanno facendo nuove riflessioni e si aprono nuovi spazi per l'autoattrezzatura italiana. Voglio solo anticipare il fatto che, mentre in passato per attirare compratori a Bologna potevamo contare sull'apporto logistico e finanziario dell'Ice, oggi anche in questo dobbiamo fare tutto da soli".

Cometti ha approfondito alcune questioni organizzative della fiera sottolineando gli investimenti e gli sforzi per portare a Bologna molti operatori internazionali esteri. "Noi quindi lavoriamo sull'efficienza, sulla selezione degli obiettivi e sulla capacità di essere creativi, innovativi e avere processi decisionali snelli, potendo contare su soci estremamente propositivi. La sfida che lanciamo per i prossimi due anni è estremamente impegnativa, al limite del temerario, ma se non si è un po' folli non si possono tracciare nuove strade. Oggi viviamo la più grave crisi finanziaria a memoria d'uomo, quindi non possiamo certo professare ottimismo di maniera. È altrettanto vero tuttavia che anche in questo 2012 vi sono paesi che sono tutt'ora in forte espansione: pensiamo solo agli esempi più noti, come il Brasile e la Turchia. Non ci piangiamo quindi addosso, ma stiamo lavorando perché un numero sempre maggiore di operatori venga a Bologna ad acquistare i nostri prodotti. Vorrei nuovamente ricordare che la nostra associazione non ha il sostegno che hanno i poteri forti, noi cerchiamo di realizzare le iniziative che possiamo fare. Pertanto, concludendo, da buon metalmeccanico veneto non conosco che un metodo per affrontare le difficoltà: mettersi al lavoro".



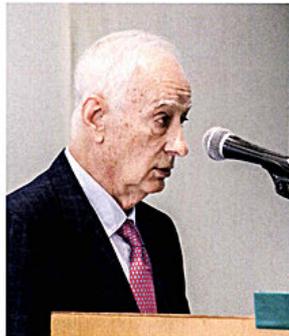


GARANTIRE CONTINUITÀ D'IMPRESA

Analisi dei bilanci associativi

Onelio Picchioni, vicepresidente di Aica e tesoriere economo.

Sotto, Roberto Furini, amministratore delegato di Warrant Group.



Onelio Picchioni, vicepresidente di Aica e tesoriere economo, ha portato in assemblea per l'approvazione i conti dell'associazione. In particolare ha mostrato il resoconto 2011, il preconsuntivo 2012 e il preventivo 2013 che presentano conti in equilibrio. Questo permette di continuare a investire nelle attività di promozione del settore delle autoattrezzature, un'eccellenza mondiale dell'industria italiana automotive.

Strumenti e opportunità a supporto di ricerca e innovazione



Di innovazione e di strumenti per supportare la ricerca e lo sviluppo ne ha parlato Roberto Furini, amministratore delegato di Warrant Group, azienda specializzata in consulenza strategica a supporto delle imprese. Con oltre 130 professionisti e più di 2000 imprese clienti, Warrant conta, oltre all'headquarter a Correggio, altre quattro sedi: Casalecchio di Reno (BO), Piossasco (TO), Roma e presso la

sede del parco scientifico tecnologico Kilometro Rosso (BG). In Europa, la società opera attraverso la European Funding Division con ufficio a Bruxelles e in India attraverso il marchio Agré-International con ufficio a Mumbai. In circa 20 anni di attività, Warrant Group, in ambito innovazione, ha costruito una banca dati di oltre 10mila progetti sviluppati e rendicontati a favore delle imprese per un valore complessivo di circa 6 miliardi di euro.

“Come affermato dallo stesso Ministro dello Sviluppo Economico, Corrado Passera, - ha sottolineato Furini - due sono le aree sulle quali si concentreranno gli interventi ministeriali nei prossimi anni: la nuova imprenditorialità e le reti d'impresa. Le nuove politiche d'incentivazione nazionale credono fermamente nel "gioco di squadra" e nel collaborare in "rete", per mettere a fattor comune esperienze, conoscenze e competenze con l'obiettivo più ampio di incrementare la competitività di un intero sistema e non più del singolo. Non a caso, la Legge di stabilità (Legge 24.12.2012, n. 228) prevede l'istituzione di un fondo per il riconoscimento di un credito d'imposta per le attività di ricerca industriale e sviluppo sperimentale che le imprese, con particolare riferimento alle Pmi e reti d'impresa, svolgono internamente o che affidano a università, enti pubblici di ricerca o organismi di ricerca”.

Ma qual è lo stato dell'arte del nostro sistema imprenditoriale su queste tematiche? Sul fronte reti d'impresa, nonostante il nostro paese sia estremamente eclettico e creativo e ricco di eccellenze, fa una gran fatica a cooperare laddove lavorare in rete sarebbe invece vincente per un tessuto industriale costituito principalmente da piccole e medie imprese. Si tratta principalmente di un problema culturale: l'imprenditore fa fatica a superare la tradizionale diffidenza e a condividere esperienze, conoscenze e competenze con un obiettivo di crescita individua-

le e comune. “Cosa che non vuol assolutamente dire condividere il proprio know how e quindi i propri segreti industriali, ma unire le proprie eccellenze in termini di competenza, esperienza, tecnologia, metodologia, innovazione. Tenendo anche presente che, quando ci si avvicina a un progetto di innovazione, non è detto si abbiano internamente tutte le competenze tecnologiche che, invece, possono essere facilmente raggiungibili attraverso la cooperazione con università, centri di ricerca, società di innovazione”. Sul fronte ricerca e sviluppo, tutte le aziende, a prescindere da quali siano le loro dimensioni, hanno ormai compreso che, se vogliono rimanere sul mercato ed essere competitive, devono fare innovazione. Crescita, redditività e competitività infatti sono i pilastri del benessere dell'azienda direttamente collegati a quattro driver di sviluppo: portare sul mercato soluzioni innovative di prodotto o servizio in grado di attrarre clienti attuali o potenziali; allargare l'orizzonte del proprio business e captare la ricchezza di economie in crescita; formare, coordinare efficacemente e fidelizzare il capitale umano e, infine, scegliere la migliore strategia finanziaria a supporto delle precedenti attività. Si tratta di quattro leve fondamentali che l'imprenditore illuminato deve far progredire contemporaneamente.

Ma cosa vuol dire in concreto fare innovazione? “Per noi di Warrant significa lavorare al fianco delle aziende per supportare il loro business sia dal punto di vista del trasferimento tecnologico necessario a renderlo più competitivo, sia dal punto di vista finanziario, attraverso l'utilizzo adeguato dei fondi pubblici disponibili. In ogni caso, prima di iniziare qualsiasi attività, l'azienda non può prescindere da un'attenta analisi delle proprie competenze, della propria organizzazione e dei propri processi, che consente di valutare in modo oggettivo quale sia la capacità di generare innovazione e di



sostenere la pressione dell'innovazione presente nel proprio settore. In secondo luogo, per investire in un progetto di innovazione, è importante che l'azienda prenda in considerazione tre parametri: i mezzi propri, gli incentivi pubblici, i finanziamenti a medio e lungo termine direttamente collegati al mondo bancario. Non meno importante, infine, è che l'azienda capisca quali sono le diverse fasi operative di un progetto di ricerca e sviluppo (essenzialmente tre: ricerca di base, ricerca applicata e sviluppo industriale) in modo da poter cogliere al massimo le opportunità derivanti dai finanziamenti pubblici alcuni dei quali sono indirizzati soltanto alla ricerca di base, altri premiano invece lo sviluppo industriale. Fermo restando che fare innovazione non deve essere correlato alla possibilità di ottenere finanziamenti, ma è indispensabile per portare avanti un piano industriale in termini competitivi".

Altro tassello fondamentale, è una corretta e approfondita conoscenza degli strumenti messi a disposizione dalla Commissione Europea e dei meccanismi per accedervi. In particolare, il Settimo Programma Quadro per la ricerca e lo sviluppo tecnologico (FP7) è lo strumento dell'Ue specificamente destinato a sostenere le attività di ricerca e sviluppo. In vigore dal 2007 al 2013 e con una dotazione finanziaria complessiva di 51 miliardi di euro, il Settimo Programma Quadro, è ormai all'ultimo anno di attuazione. In particolare, per questo ultimo anno, 8,1 miliardi di euro saranno destinati a sostenere progetti e idee che daranno impulso alla competitività dell'Europa e affronteranno questioni quali la salute umana, la protezione dell'ambiente e il reperimento di nuove soluzioni alle crescenti sfide legate all'urbanizzazione e alla gestione dei rifiuti.

"Sebbene l'Italia sia da sempre uno dei maggiori contribuenti netti al bilancio dell'Ue e negli ultimi anni si sia registrata una crescita del numero di imprese italiane

partecipanti ai bandi di gara, ciò nonostante non abbiamo la stessa capacità di impiego delle risorse europee come altri paesi nostri competitor. In realtà, la prima impressione che ha un'azienda, qualunque sia la sua dimensione, che voglia usufruire delle tante opportunità previste, è di trovarsi di fronte a un'inestricabile giungla di normative di difficile interpretazione e utilizzazione. Per usufruire di tali opportunità, il primo passo è infatti conoscerne l'esistenza, il secondo passo è verificare l'effettiva possibilità di rientrarvi come beneficiari e l'ultimo passo, il più difficile, è lo studio, la progettazione e la preparazione della modulistica necessaria. La correttezza di questi elementi è condizione necessaria e imprescindibile per non perdere l'opportunità di godere dei contributi previsti. Anche tenendo presente che, la prossima programmazione finanziaria dell'Unione Europea "Horizon 2020", per cui si prevede verranno stanziati fondi per un ammontare di 81 miliardi di euro, costituirà per l'Italia una straordinaria occasione strategica di crescita e di creazione di nuovi posti di lavoro, occasione che in questo panorama internazionale, non possiamo assolutamente permetterci di perdere".

Sviluppo e prospettive di MCTCNet 2 e nuove proposte europee in materia di revisioni



Massimo Brunamonti, consulente Aica, ha parlato della situazione normativa in materia di revisioni, sia in ambito italiano che interna-

zionale. In primo piano ovviamente MCTCNet2, situazione, tempistiche e modalità di applicazione. "Tutti ci ricordiamo che l'anno scorso noi costruttori, siamo stati coinvolti in una sperimentazione voluta dal Ministero dei trasporti. Ritengo importante rilevare che, nonostante la complessità del sistema, la sperimentazione ha avuto esiti sostanzialmente positivi, nel senso che ha dimostrato come la revisione, anche in MCTCNet2 potrà essere positivamente portata a compimento con metodi assolutamente automatici e praticabili e con tempi comparabili a quelli che erano e sono fino a oggi, chiarendone anche costi, risorse e infrastrutture. Quindi sostanzialmente il Ministero ha avuto conferma della sua idea di poter arrivare a revisioni sicure e con la raccolta dati centralizzata e automatizzata per tutti. Questo però se da un punto di vista teorico ha rimosso i dubbi, dal punto di vista pratico sta incontrando difficoltà, perché per implementare il sistema è necessario avere disponibili sul mercato la più vasta scelta possibile di software e apparecchiature omologate MCTCNet2".

Il Ministero, successivamente, ha emesso una circolare nella quale "richiarisce" o "rivede" la tempistica di implementazione di MCTCNet2. In questa circolare il nuovo programma precisa che: dal 1° aprile 2013 sarebbe partita l'installazione dei software della linea di revisione, pc stazione e pc prenotazione. In quella data sarebbero iniziate anche le verifiche di adeguamento delle apparecchiature, ovvero le apparecchiature utilizzate in linea di revisione, che fino adesso erano omologate secondo lo standard MCTCNet1, sarebbero state sottoposte a verifica di conformità a MCTCNet2, senza però definire come tale verifiche verranno eseguite. A tutt'oggi questo non è chiaro. È stato confermato, infine che i centri di revisione hanno tutti un anno di tempo, cioè fino a luglio 2014, per adeguare tutte le apparecchiature a MCTCNet2. Inoltre il Ministero ha introdotto ➔

Massimo Brunamonti, consulente Aica.



GARANTIRE CONTINUITÀ D'IMPRESA

Emanuele
Vicentini, brand
manager di
Autopromotec.

con un'altra circolare modifiche allo standard tecnico. Si riuscirà a implementare il tutto in tempo, e con quali garanzie? "Accenno ancora un'altra volta al fatto che noi dal 1° aprile potremmo sottoporre le apparecchiature a verifica, ma a oggi non sappiamo come le verifiche verranno condotte. Questa è la situazione in Italia. Inoltre vi sono problemi sulle strutture attualmente a disposizione per le verifiche tecniche per l'omologazione. In sostanza nel nostro mercato manca un ingranaggio fondamentale mediante il quale i costruttori possono immettere nuovi prodotti sul mercato". In sintesi il cronoprogramma MCTCNet2 è: dal primo aprile 2013 tutti i software che avranno superato le verifiche e avranno ricevuto il certificato di omologazione potranno essere installati presso i centri di revisione; il primo aprile 2013 inizieranno le verifiche dell'adeguamento MCTCNet2 delle apparecchiature per le quali è previsto il rilascio della relativa documentazione entro il 30 giugno 2013; dal primo luglio 2013 potranno essere installati gli aggiornamenti MCTCNet2 sulle apparecchiature esistenti, o nuove apparecchiature compatibili MCTCNet2 che abbiano superato positivamente le verifiche; i centri di revisione hanno un anno di tempo per adeguare le loro strutture; al primo luglio 2014 l'ambiente MCTCNet2 sarà obbligatorio per tutti.

Passando al quadro europeo, la Commissione Europea ha emesso una proposta di regolamento per le nuove revisioni, nell'ambito di un "libro bianco" dell'Unione Europea, che tende a dimezzare ulteriormente i decessi per motivi di traffico di qui al 2020, come era già successo nel decennio 2001-2011. In quest'ottica è stata ritenuta fondamentale per raggiungere questo obiettivo la capacità del veicolo di viaggiare in sicurezza. Nella proposta di regolamento della Commissione si prospetta tutto un nuovo schema di revisione per tutti i tipi di veicoli. Leggeri e pesanti. Il nuovo pacchetto revisio-

ni prevede in sintesi: l'inclusione dei veicoli a due ruote, cosa che in Italia già facciamo; modulare diversamente l'intervallo di revisione passando da un 4-2-2 a un 4-2-1 con intensificazione delle revisioni per tutti i veicoli che superano un chilometraggio di 160mila km; l'introduzione di registri elettronici nazionali, i quali dovranno raccogliere i dati di revisione e dovranno interscambiarli con gli altri stati europei; l'obbligo di un certo numero minimo di verifiche a bordo strada, secondo un profilo di rischio del veicolo; e l'introduzione del chilometraggio letto di ogni veicolo come prova giuridica registrata. Sostanzialmente ci sono delle novità importanti anche per i costruttori di autoattrezzature. Una nuova modulazione degli intervalli e anche l'introduzione di un numero minimo di controlli su strada dovrebbe generare un importante aumento del numero di revisioni condotte per anno, e questo per noi è sicuramente una cosa positiva. È stato introdotto nella proposta di regolamento la verifica strumentale della sospensione. Sono stati introdotti con implementazione graduale, i test strumentali sui dispositivi elettronici, i dispositivi di sicurezza controllati elettronicamente, quindi Abs, Asr, ecc. Tutte novità che per noi hanno un aspetto assolutamente positivo, per non contare poi tutto il business indotto sulla pre e sulla post revisione. "In Europa in questo momento abbiamo un quadro abbastanza differenziato come regime di revisione e questo non aiuta l'armonizzazione delle normative dei paesi dell'Unione. Ad esempio in Germania, con una legge approvata il 30 marzo dell'anno scorso vengono introdotti i test sulla strumentazione elettronica di sicurezza, ma vengono introdotti con un metodo e una strumentazione specifica mono-fornitura. Questo è un problema e può generare problematiche relative alla pre e alla post revisione. Voglio dire: se la revisione viene condotta con uno strumento, o con un metodo che non può es-

sere replicato, non si potrà riparare il veicolo, né predisporlo per la revisione. Aica sta monitorando la situazione e comunque è in prima fila per far sentire a livello nazionale e internazionale con Egea la voce dei costruttori italiani di autoattrezzature".

Iniziative promozionali estere per Autopromotec



Emanuele Vicentini, brand manager di Autopromotec, ha parlato delle iniziative per la rassegna del 2013 e delle prospettive del mercato fieristico. "Siamo attivi su molte nuove iniziative e il fiore all'occhiello della fiera restano le attrezzature e l'internazionalizzazione della fiera dipende dal fatto che le attrezzature italiane si sono internazionalizzate".

Vicentini ha parlato dell'evoluzione della fiera e della crescente presenza di visitatori esteri in generale e soprattutto nel 2011. Soddisfazione anche per la presenza nell'ultima edizione dei media specializzati, giornalisti, portali web, blog sia nazionali che esteri. "Tra le iniziative più significative la conferma di AutopromotecEdu con un calendario più importante, più internazionalizzato e rispondente alle esigenze di conoscenza del settore; la nostra ambizione sarebbe quella di far sì che possa vivere anche al di fuori della fiera perché le aziende hanno bisogno di momenti formativi. AutopromotecEdu è un'arena per l'approfondimento su post vendita e assistenza, e all'interno il convegno che prima si chiamava Simposio



Un momento dell'assemblea.

europeo quest'anno, per andare oltre l'Europa e quindi parlare dei paesi Bric e dei nuovi Bric, l'abbiamo chiamato International Automotive Aftermarket Meeting".

Altro progetto importante è Autopromotec Industrial Vehicles Service, nato nel 2011 e riconfermato nel 2013, per aumentare la visibilità dell'assistenza ai mezzi pesanti all'interno della rassegna. L'iniziativa non crea aree particolari o padiglioni dedicati ma uno strumento specifico, una guida per gli operatori specializzati in questo settore che possono ottimizzare così le visite agli stand. Tra le nuove proposte arriva Autopromotec Filling Station Equipment. "Cosa abbiamo pensato? Chi lavora nelle stazioni di servizio in realtà non è solamente interessato a una singola categoria di prodotto, è interessato ad almeno tre diverse categorie di prodotto dal car care alle attrezzature, al vending e a tutto quello che è collegato. Per cui anche lì andremo a creare una directory, un cataloghetto, una guida per gli operatori del settore che si potranno muovere tra queste diverse aree della fiera e andare a scoprire i nuovi prodotti". Tra le attività di promozione si sono concentrati gli sforzi in alcuni paesi tra cui Brasile e Turchia, in cui si è organizzato un roadshow e realizzato uno studio del settore automotive nazionale del paese. Molta importanza viene data ai rapporti associativi e agli accordi con le associazioni internazionali. Previste anche importanti delegazioni da molti paesi.

Non mancano le novità digitali: il nuovo sito di Autopromotec e l'app. Tendenze future: il mercato fieristico è un mercato molto complicato, non ci sono sicuramente più le opportunità del passato per valutare nuove iniziative, grandi iniziative dentro alla fiera; forse la cosa migliore da fare è di immaginare un aggregatore di aziende come è un organizzatore fieristico, non più e non solo come un organizzatore di fiere, ma come un provider di tutta una serie di servizi e altri eventi di



networking. "Il focus deve essere necessariamente sempre più internazionale. E infine: fiere versus virtualizzazione: secondo me è giunto il momento di superare la contrapposizione ed entrare nell'idea della compenetrazione: si va alla fiera e ci si ritorna a parlare a livello virtuale con tutti i social network. Ormai è tutto attraverso il virtuale e tutto alla luce del sole perché attraverso i commenti, prima magari sceglievamo un ristorante digitandolo su Google e vedendo i commenti di chi ci era stato e andavamo a capire cosa succedeva adesso succede anche con le officine, probabilmente ci sarà anche il commento che dirà: 'Attenzione! Quell'officina non è allo stesso livello di quell'altra'. Per cui l'utente finale va a influenzare anche il B2B sempre di più, come business. Io penso che sia il momento per noi di compenetrare sempre di più questa cosa, e abbiamo tutti gli strumenti in mano per metterci noi alla regia di questa virtualizzazione e flusso di informazione di tutto il nostro mondo". ■



Renzo Servadei, segretario generale Aica.