

Autopromotec, la rassegna delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico, che avrà luogo a Bologna dal 22 al 26 maggio 2013, ha svolto in questi mesi un'intensa attività di promozione internazionale con incontri con la stampa specializzata, le associazioni e gli operatori di alcuni paesi UE ed extra europei di grande dinamismo e strategici per il business automotive.

I press meeting promossi da Autopromotec si sono appena conclusi con un evento organizzato a Istanbul e hanno portato quest'anno gli organizzatori della manifestazione a Parigi, Stoccolma e Madrid, seguendo le tappe del 2012, che avevano visto incontri organizzati in Sud America, Londra, Germania e Turchia, con l'obiettivo di consolidare la conoscenza della rassegna in paesi in cui già sono in essere importanti relazioni con la stampa specializzata e le associazioni di settore locali.

Unioncamere Emilia Romagna ha inoltre riconosciuto Autopromotec come una delle rassegne su cui compiere attività di promozione territoriale e quindi, attraverso la rete di Enterprise Europe Network, che aggrega numerose camere di commercio a livello sia europeo sia extra europeo, saranno organizzate delegazioni di professionisti provenienti da Russia, Polonia, Ucraina, Giappone e Corea del Sud che incontreranno gli espositori italiani in fiera.

È stato recentemente rinnovato l'accordo con ICE - Istituto per il Commercio Estero tramite il quale, grazie al lavoro di uffici locali, saranno organizzate delegazioni composte da buyer, rappresentanti della stampa di settore e membri di importanti associazioni del mondo aftermarket; tali delegazioni arriveranno da paesi rappresentativi di mercati dinamici per il settore quali Libano, Messico, Stati Uniti, Iran, Sud Africa, Indonesia, Vietnam e Corea del Sud.

Infine altri paesi verranno rappresentati da delegazioni organizzate grazie al supporto di consulenti privati che operano in Argentina, Brasile e Turchia. Autopromotec sta quindi coordinando le diverse delegazioni internazionali con un numero sempre più elevato di interlocutori sia istituzionali sia privati, elemento che conferirà maggiore interesse alla qualità delle delegazioni stesse.

Il denominatore comune di tutte le attività internazionali è quello di presentare il sistema Italia del post vendita automobilistico a un pubblico sempre più vasto di operatori di settore, oltre ovviamente ad incrementare la notorietà della fiera stessa, in modo da generare business non solo a livello nazionale, ma anche in quei paesi di grande attrattiva e potenzialità per il mercato.

© riproduzione riservata
pubblicato il 20 / 03 / 2013