

Dopo una lunga attesa, sta per tornare il Motor Show 2016. La quarantesima edizione si terrà dal 3 all'11 dicembre alla Fiera di Bologna e vedrà a suo fianco, come partner strategico, Autopromotec.

Gli organizzatori dicono che il Motor Show 2016 non sarà un salone convenzionale ma abbinerà ai tradizionali valori della rassegna i nuovi trend legati alle più moderne tecnologie. Lo ha messo in luce anche Rino Drogo, project manager della manifestazione, sottolineandone le caratteristiche distintive. Il nuovo appuntamento fieristico si presenterà come un vero e proprio contenitore di auto, divertimento, passione, spettacolo e sport, ma anche di cultura automobilistica e convegni. "Non vogliamo far concorrenza alle auto storiche - ha precisato Drogo - ma di sicuro un cenno su quest'ultimo argomento lo faremo. Infine, ci saranno convegni e una parte dedicata alla cultura dell'auto".

L'obiettivo finale è quello di attirare almeno 500mila visitatori a BolognaFiere.

Motor Show 2016 avrà un padiglione "tech": la nuova area espositiva sarà il frutto della collaborazione fra Bologna fiere e lo staff del Motor Show da un lato, Promotec con **il team di Autopromotec** dall'altro, che hanno siglato un accordo di collaborazione pluriennale.

"Sicurezza, connettività, consumi, impatto ambientale, multimedialità, sono trend cruciali per il settore. Al tempo stesso è in atto un cambiamento radicale dell'immaginario collettivo attorno alle quattro ruote. Le motivazioni per le quali il consumatore oggi sceglie una vettura piuttosto che un'altra, sono mutate e in continuo mutamento" afferma **Rino Drogo**, project leader di Motor Show "oltre che mostrare le nuove vetture, farle provare, vogliamo far vedere che cosa c'è dentro le auto, i componenti, i sistemi, per favorire una conoscenza che sia consapevolezza per il consumatore e valore aggiunto per i costruttori e per i componentisti".

Si comprende così perché **Autopromotec**, fiera specializzata automotive rivolta agli addetti ai lavori, è **partner di Motor Show**, rassegna rivolta al grande pubblico di appassionati d'auto. Insieme organizzano la presenza di componenti e servizi, in maniera integrata, con i nuovi modelli dei principali brand automobilistici.

Il Motor Show aggiorna il **format espositivo**: nuove auto, show, divertimento e promozione della conoscenza delle possibilità delle vetture, interazione, puntando sul mostrare le nuove tecnologie, la connettività, i sistemi di mobilità innovativi.

Renzo Servadei, amministratore delegato di Promotec, spiega la collaborazione fra le due manifestazioni: "La proposta di Bologna Fiere di rilanciare il Motor Show, salone rivolto al

grande pubblico e in particolare ai giovani, con un progetto 'tech', con i componentisti accanto alle auto, è una proposta vincente, già collaudata in altri grandi eventi internazionali, un ponte ideale fra la nostra attività specialistica e il consumatore”.

“Le nuove tecnologie - prosegue Servadei - le **nuove dinamiche del settore** vanno spiegate agli utenti. I costruttori sottolineano le innovazioni differenzianti mostrando e promuovendo i nuovi modelli. Noi, con i componentisti, i fornitori di servizi, i grandi operatori di sistemi, favoriamo l'informazione, la comprensione, il confronto fra gli interlocutori: il pubblico, le case produttrici, gli addetti alla riparazione e all'assistenza, gli OEM e tutta la filiera”.

L'auto sarà sempre più intelligente facendo leva sui nuovi sistemi multimediali, connettività e tecnologie alternative ai sistemi tradizionali. Avrà un nuovo design, bilanciato tra le esigenze culturali della domanda e le nuove opportunità che offre la tecnica alle case produttrici.

E' indubbio che proprio le **tecnologie** a bordo dei veicoli saranno una sfida per i costruttori e conseguentemente motivo per la valorizzazione e differenziazione dei modelli agli occhi dei consumatori. Se il cambiamento messo in atto dalle auto con connettività e alimentazione sarà senz'altro epocale e promette di rivoluzionare il settore dell'automotive nel suo complesso, anche i mondi adiacenti dell'autoriparazione e di tutti i servizi collegati alla mobilità, saranno oggetto di continue sfide di adeguamento.

Il pubblico è il destinatario di questa pacifica rivoluzione: Motor Show lo vuole coinvolgere, informare, metterlo nella condizione di scegliere agendo da protagonista. Serve un mercato delle idee dell'automotive, attraverso il coinvolgimento del pubblico, in primis, ma anche delle università e delle scuole, delle istituzioni, autostrade, città, comunità.

Servadei conclude: “E' il tempo di trovare un luogo fisico e di confronto tecnico-scientifico per intensificare ancor più la collaborazione fra i due mondi già vicini, costruttori e componentisti/sistemisti, ora appunto connessi, perché le sfide che stiamo affrontando sono globali e molto complesse. Questo luogo deve essere il Motor Show. Bologna è la capitale della Motor Valley”.

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 07 / 2016