

Si è svolto l'11 dicembre, a Roma, il terzo appuntamento di approfondimento di Autopromotec Talk. Questa terza "puntata" ha esplorato il ruolo strategico del Made in Italy nel settore della componentistica e del post-vendita automotive.

L'incontro, moderato da Giuseppe De Filippi, vicedirettore Tg5, ha anticipato i temi chiave della 30ª edizione di Autopromotec, una delle più importanti fiere internazionali dedicate all'aftermarket automobilistico, in programma a Bologna dal 21 al 24 maggio 2025.



**Renzo Servadei**, Amministratore Delegato di Autopromotec, ha evidenziato come la manifestazione, con i suoi 60 anni di storia, rappresenti una piattaforma unica per l'intero ecosistema dell'assistenza automobilistica: dai pneumatici ai ricambi, dalle attrezzature per officine al car service.

Con oltre 1.200 espositori e più di 100.000 visitatori attesi, Autopromotec si conferma un pilastro dell'export italiano e dell'innovazione di settore.

La centralità del Made in Italy e l'internazionalizzazione sono stati al centro dell'intervento di Alessandra Pastorelli, Capo Ufficio del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI).

È stata sottolineata l'importanza di strumenti come la "Diplomazia della Crescita", ideata per supportare le imprese italiane attraverso iniziative integrate e campagne di promozione sui mercati emergenti, con particolare attenzione all'Asia, all'Africa e all'America Latina.

**Andrea Mattiello**, rappresentante di ICE-Agenzia per la Promozione all'Estero, ha presentato i progetti dedicati alla promozione internazionale del Made in Italy, evidenziando come il settore fieristico sia un volano fondamentale per la crescita delle imprese, con risultati tangibili: tra il 2012 e il 2019, le aziende partecipanti a fiere hanno registrato un aumento del fatturato del 5,4%.

I numeri del settore parlano chiaro: come riportato da **Gianmarco Giorda**, Direttore Generale di ANFIA, la filiera della componentistica rappresenta circa il 75% del valore di una vettura, con un surplus commerciale italiano che supera i 5 miliardi di euro.

Tuttavia, le sfide della transizione industriale richiedono politiche incisive per sostenere competitività, innovazione e occupazione.

Tra i relatori che hanno condiviso le loro esperienze agli Autopromotec Talks:

- **Luciano Palmitessa**, CEO di Unigom, ha evidenziato il ruolo strategico dell'Independent Aftermarket (IAM), un comparto resiliente che genera oltre 10 miliardi di euro di fatturato e contribuisce per lo 0,5% al PIL italiano
- **Cinzia Motta**, Responsabile Commerciale di OMCN, ha illustrato come il settore dei ponti sollevatori rappresenti un'eccellenza del Made in Italy, con standard di sicurezza all'avanguardia grazie alla normativa europea EN1493
- **Marco Costamagna**, Presidente di Federlavaggi, ha sottolineato i progressi degli autolavaggi italiani sul fronte ESG, grazie a innovazioni sostenibili come i sistemi di riciclo dell'acqua e le tecnologie Industria 4.0.
- **Antonio Cirillo**, Responsabile Commerciale e Marketing di Kimicar, ha raccontato come l'industria italiana dei prodotti chimici per la cura dei veicoli si distingua per qualità, sostenibilità e leadership normativa.
- **Gianni Menghini**, Presidente di Meclube, ha esaltato il Made in Italy come simbolo di

qualità e innovazione, unendo tradizione e nuove tecnologie per offrire soluzioni d'eccellenza nel settore della lubrificazione.

- **Francesca Paoli**, CEO di Dino Paoli Srl, ha presentato la storia di successo dell'azienda reggiana, leader nella produzione di avvitatori per il motorsport e pioniera nell'introduzione di soluzioni sostenibili come gli avvitatori elettrici.

## **Un impegno collettivo per il Made in Italy**

L'incontro ha ribadito come il Made in Italy rappresenti un patrimonio da tutelare e valorizzare.

Grazie al contributo delle istituzioni e delle imprese, l'Italia si conferma un modello di eccellenza industriale nel panorama globale, pronta ad affrontare le sfide della transizione tecnologica e dell'internazionalizzazione.

Il Made in Italy non è solo un marchio, ma un sinonimo di qualità, innovazione e sostenibilità, come dimostrano i successi delle aziende italiane nel mercato globale.

Il settore continua a distinguersi per la capacità di coniugare tradizione e avanguardia, confermando il suo ruolo di ambasciatore d'eccellenza dell'industria nazionale.