

Autopromotec to odpowiedź na potrzeby biznesu [WYWIAD]

data aktualizacji: 2017.02.22



Emanuel Vicentini, menedżer targów Autopromotec

O nadchodzącej edycji targów Autopromotec z Emanuele Vicentinim, menedżerem targów Autopromotec, rozmawia redaktor Mirosław Giecwicz.

Autopromotec to główna impreza branży warsztatowej zarówno w Europie, jak i na świecie. Odbywa się w cyklu dwuletnim i jest magnesem dla wielu firm, które chcą nawiązać nowe kontakty. Jak Pan sądzi, w jakich aspektach targi Autopromotec są najmocniejsze, jeśli chcielibyśmy porównać je z konkurencyjnymi imprezami targowymi?

Autopromotec wciąż jest wyjątkowym wydarzeniem w kalendarzu imprez targowych, bo formalnie należy do związku przedsiębiorców motoryzacyjnych działających na rynku aftermarketowym. To oznacza, że głównym celem Autopromotec jest odpowiadanie na potrzeby biznesu. Mniej ważny jest dla nas aspekt finansowy organizacji targów. Innymi słowy, jesteśmy blisko wystawców i dobrze rozumiemy ich potrzeby.

Podczas naszej ostatniej rozmowy padło stwierdzenie, że branża oponiarska jest „historyczną duszą” Autopromotec. Przypomnijmy kilka faktów, dlaczego tak jest...

Początki wystawy Autopromotec (wcześniej SARP - Exhibition of Tyre Retreading Equipment, czyli Wystawa Sprzętu do Bieżnikowania Opon) sięgają Rzymu i roku 1965 roku, kiedy z inicjatywy krajowego związku firm zajmujących się bieżnikowaniem opon podjęto decyzję o próbach rozwoju tego sektoru. Dwa lata później odbyły się targi, które szybko zostały jednak przeniesione do Bolonii - historycznego centrum sprzętu motoryzacyjnego we Włoszech. Nowy etap zaczął się w 1973 roku, kiedy targi SARP nawiązały współpracę z SIAC (Międzynarodowa Wystawa Wyposażenia Warsztatów). W 1991 roku te dwa wydarzenia połączono w jedno o nazwie Autopromotec.

Przełom nastąpił w 2005 roku, kiedy podczas targów Autopromotec zaprezentowano też części

zamienne do aut, akcesoria. Dzisiaj Autopromotec daje możliwość spotkania ze wszystkimi sektorami potężnego rynku aftermarketowego w jednym miejscu.

Skupmy się teraz na tegorocznej imprezie. Jak wyglądają statystyki i czego możemy spodziewać się w maju w Bolonii?

1103 wystawców (potwierdzone na dzień 9 lutego 2017 roku), 36% z nich przyjeżdża do Włoch z zagranicy, 11-procentowy wzrost w stosunku do poprzednich edycji – tak wyglądają statystyki. Miejsca w halach dotyczących części zamiennych, akcesoriów, wyposażenia warsztatów, wyposażenia serwisów ogumienia, linii diagnostycznych, narzędzi warsztatowych i kilku innych są już wyprzedane. Ponad 40 firm mamy na liście oczekujących.

Wierzimy, że ogólne statystyki dotyczące naszego wydarzenia wzrosną o 5%. W ostatnich miesiącach przygotowań do Autopromotec chcemy skupić się na pozyskaniu jak największej liczby gości, głównie z zagranicy.

Obecny przemysł targowy to nie tylko prezentacja firm, ale także imprezy towarzyszące, a przede wszystkim konferencje dotyczące przyszłości branży. To m.in. pojazdy hybrydowe, transport autonomiczny czy wszelkie technologie informatyczne. Co zaprezentujecie podczas majowych targów?

Źródła zasilania pojazdów, auta hybrydowe i elektryczne – to z pewnością tematy związane z przyszłością motoryzacji, którymi musimy zajmować się już dzisiaj. Musimy być przygotowani do tej wielkiej zmiany. To kwestia nowych produktów, ale też nowego podejścia do motoryzacji i nieustannej edukacji.

Jeśli chodzi o część edukacyjną naszego wydarzenia, czyli AutopromotecEDU 2017 – jego program jest jeszcze przygotowywany, domykamy szczegóły. Wkrótce zostanie zaprezentowany, więc warto śledzić nasze działania.

Możemy natomiast przygotowywać się już do wyjątkowego wydarzenia, jakim będzie IAM17 – International Aftermarket Meeting. Będzie to międzynarodowe spotkanie przedstawicieli rynku aftermarketowego, którego głównym tematem będą rozwiązania przyszłości w motoryzacji. Porozmawiamy o wyzwaniach i szansach dla aftermarketu na progu nowej motoryzacji. Spotkanie to będzie częścią programu edukacyjnego AutopromotecEDU. Odbędzie się 25 maja 2017 roku.

Rynek włoski to kolebka wielu producentów wyposażenia warsztatowego. Jak dziś wygląda włoska myśl techniczna na tle innych rynków, a zwłaszcza rynku chińskiego? Przecież Chińczycy są już w stanie wyprodukować wszystko, w każdej jakości i w konkurencyjnej cenie.

Podczas Autopromotec prezentujemy producentów wyposażenia warsztatowego z całego świata. Wiemy, że gama produktów pochodzących z Chin jest bardzo szeroka i zróżnicowana, także pod względem jakości.

Z punktu widzenia AICA (Związek Producentów Wyposażenia Warsztatowego we Włoszech) głównym wyzwaniem dla naszego krajowego rynku będzie dostosowanie się do zmieniających się samochodów oraz coraz większego wykorzystania rozwiązań internetowych w pracy warsztatów. Mam tu na myśli m.in. komunikację auta z poszczególnymi urządzeniami w serwisie samochodowym.

Z jakimi problemami zmagają się obecnie warsztaty samochodowe we Włoszech? Jak wygląda ten rynek?

Dzisiaj warsztaty samochodowe we Włoszech są podzielone na dwie grupy. Pierwsza pracuje pod szyldami wielkich firm i znanych marek, jest związana z wielkimi sieciami. Drugą grupę stanowią warsztaty niezależne oraz niewielkie, pojedyncze stanowiska. Muszę powiedzieć, że podoba nam się taka sytuacja, ponieważ stwarza dobrą, zdrową konkurencję na rynku. Podobnie jest zresztą w innych krajach Unii Europejskiej.

Polacy od wielu lat jeżdżą na targi do Bolonii. Jak Pan myśli, jak zmienił się w ciągu ostatnich 10-15 lat sposób robienia biznesu?

Myślę, że na to pytanie lepiej odpowiedzą wystawcy. My możemy powiedzieć tylko tyle, że teraz, podobnie jak przez ostatnich 15 lat, Autopromotec jest doskonałą platformą współpracy i handlu dla wszystkich graczy rynku aftermarket. Natomiast jeśli mówimy o polskich przedsiębiorcach na naszych targach, to dotychczas przyjazd do Bolonii potwierdziły 24 firmy. Liczba ta nie zawiera firm, z którymi współpracujemy przy okazji Autopromotec w inny sposób. Polskie przedsiębiorstwa promują się u nas bowiem także za pośrednictwem naszej strony internetowej.

Dziękuję za rozmowę.

Źródło: