

## EVENTI

**Valutare l'usato ricco problema da affrontare**

Nel quadro di un evento ormai maturo come My Special Car Show, dove si sono incrociati gli interessi dei collezionisti e degli appassionati del tuning con gli interessi commerciali di numerose Case automobilistiche (impressionante la presenza di Daimler con i prodotti dedicati di Mercedes e di Smart), a nostro avviso si è notata la totale assenza della voce ufficiale dei Concessionari. E non sarebbe stata una voce formale, diremmo dovuta, per un evento che è rapidamente cresciuto obbligando molte Case ad essere presenti per non perdere opportunità di business. Ed è noto che dove ci sono gli stand delle Case costruttrici arrivano poi a frotte anche i Concessionari, se non altro come visitatori interessati.

Dunque, per tornare al nostro discorso, abbiamo avvertito l'assenza di un tema centrale anche per il mondo del tuning, che nell'evento organizzato dalla Promotor International ha manifestato il suo valore espositivo con oltre 95mila visitatori paganti: le auto preparate e ricche di accessori come vengono vissute dai Concessionari nel momento in cui esse diventano merce di scambio?

È vero che ci sono moltissime macchine d'epoca o quasi, nelle mani degli appassionati, ma ce ne sono anche di attuali, che una volta acquistate vengono arricchite e personalizzate, con ulteriori significative spese.

Ecco, capire in che misura tutto questo ben di Dio caricato sulle auto di serie diventi un vantaggio o uno svantaggio al momento in cui quelle auto vengono portate in concessionaria per una permuta, non sarebbe stato di certo un tema di secondaria importanza.

E qui, noi di InterAutoNews ci proponiamo come potenziali fiancheggiatori del My Special Car Show nell'ottica che più ci appartiene, che è quella di dialogare con i Concessionari, di dar loro voce per poter esprimere in modo compiuto pensieri, strategie, necessità, problemi di uno specifico settore che ormai non si può più considerare secondario, anche se circoscritto ad una specifica area fatta di grande passione. Una passione che però concretamente si esprime, come ha evidenziato il Centro Studi Promotor, in un giro d'affari annuo di 1,23 miliardi di euro.

**Il Tuning tira sempre di più, lo dimostrano i numeri della 6ª edizione del My Special Car Show**

La mattina di domenica 30 marzo l'autostrada A14 tra Bologna e Rimini sembrava la main street di una città universitaria americana alla vigilia di un fine settimana, quando gli studenti appassionati di auto fuoriserie sfilano con le loro vetture elaborate all'inverosimile. Era invece la corsa di tante auto allestite in modo particolare verso la sesta edizione del My Special Car Show che ha concentrato nei padiglioni della Fiera di Rimini 2.534 auto dove, come recita il titolo della manifestazione, niente è di serie. E non sono neppure di serie i quasi 100.000 visitatori che hanno dimostrato un evidente entusiasmo nella visita ai 9 padiglioni in cui si articolano l'esposizione merceologica e la presentazione delle auto elaborate. Visitatori accolti, appena entrati, da una grande esedra sfarzosamente allestita da Mercedes AMG, espressione di quanto la Casa della stella valuti l'importanza dell'evento. La parte più coinvolgente di My Special Car Show sono i raduni degli appassionati di preparazioni e elaborazioni che espongono le loro creazioni.

**Occasione unica**

La possibilità di ammirare tante vetture fuoriserie al coperto è unica di questa manifestazione e bisogna venire a Rimini per rendersi conto di quanto sia interessante e coinvolgente poter ammirare, in tutto comfort, le elaborazioni e discuterne con chi le ha realizzate. E se ci si innamora di una delle auto si può tentarne l'acquisto perché questi ap-

passionati sono spesso dei veri artisti che completata un'opera sono pronti a iniziare da capo per farne una ancora più avanzata. Se il prezzo vi sembrasse eccessivo basta che immaginate come trasformare la vostra auto e visitate gli stand che occupano l'altra metà dello spazio espositivo. Altri 9 padiglioni dove 219 espositori propongono tutto l'immaginabile e anche l'inimmaginabile per la personalizzazione. Dai cerchi in lega di tutte le fogge alle centraline elettroniche per il tuning, dagli additivi per migliorare le prestazioni dei motori ai pneumatici speciali, dai mille preparati per la cura delle carrozzerie alle pellicole riflettenti multicolori per decorare i cristalli.

**Car Audio sugli scudi**

Tra tante offerte commerciali anche una proposta culturale allo stand di Sparco dove era allestita una mostra di modelli di autovetture realizzata in collaborazione con Italdesign di Giugiaro e con l'Istituto Europeo di Design sul tema Stile Italiano. Ancora una volta la parte del leone la fanno gli stand dedicati al car audio, anche se la definizione automobilistica forse non rende giustizia a impianti che potrebbero sonorizzare uno stadio. Lo scorso anno ci aveva sorpreso, alla quinta edizione di My Special Car Show, un sistema audio della potenza di 3.000 watt. Quest'anno quello che ci era sembrato un record imbattibile è stato polverizzato da un complesso che eroga ben 8.000 watt. Una tendenza che abbiamo riscontrato è un

**LO SHOW IN CIFRE**

Giunto alla sesta edizione My Special Car Show, organizzato dalla Promotor International, ha occupato tutti i padiglioni della Fiera di Rimini, per una superficie complessiva di oltre 100.000 metri quadri. Gli espositori sono stati 219 di cui 84 esteri, provenienti da 19 Paesi tra cui Cina, Corea, Giappone, Indonesia, Singapore, Taiwan, U.S.A. e, curiosamente, Liechtenstein. Sono state esposte 2.534 auto e i visitatori hanno raggiunto la cifra di 95.243. Ben 6.687 gli operatori economici e 251 i rappresentanti dei media. 31 convegni e conferenze stampa hanno arricchito la manifestazione che si è conclusa con 281 premiazioni. In occasione di My Special Car Show 2008 è stata inaugurata My Special Academy, un'area business che ha ospitato numerosi incontri, convegni, workshop e corsi di formazione e che ha dedicato particolare attenzione al coinvolgimento delle aziende, degli operatori economici e degli appassionati sul fronte dell'approfondimento di tutte le tematiche legate al comparto della personalizzazione dell'automobile. Grazie alla collaborazione delle aziende espositrici, di alcuni partner e associazioni di categoria di assoluto rilievo come Anfia, Ascar, AsConAuto, Assofilm, Assoruote, Autopromotec, Castrol, CNA, Comitato Tuning, Confartigianato Autoriparazione, Consorzio Ecogas, Federpneus, Landi Renzo, Uiga, Università degli Studi di Parma e Unrae, il calendario proposto è stato fitto di appuntamenti che hanno visto circa 1.800 partecipanti. My Special Club, il più grande raduno indoor dedicato ai club di appassionati di personalizzazione dell'automobile, ha superato quest'anno tutti i record. Sono state 1.504 le automobili iscritte, riunite in 168 club provenienti da tutta Italia e da 5 Paesi europei.

## EVENTI

### DOTAZIONE: PREFERENZE DEL CLIENTE

*Qual è l'atteggiamento degli acquirenti delle vetture da lei vendute per la personalizzazione della loro auto?*

Acquistano le versioni proposte dalle Case senza richiesta di ulteriori optional

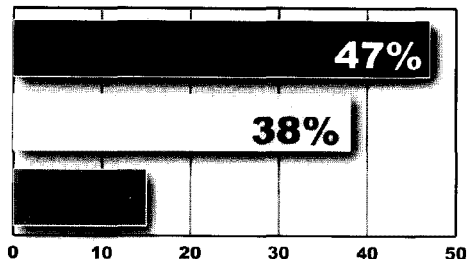
47%

Aggiungono almeno un optional tra quelli proposti dalle Case

38%

Richiedono uno o più dispositivi (o optional) non previsti dalle Case

Fonte: Centro Studi Promotor



trasferimento dell'impegno degli elaboratori dal cofano motore agli interni, al bagagliaio. Quest'ultimo è stato esautorato dalla sua funzione di ricettacolo di valigie e borse per essere elevato al rango di edicola per i più sofisticati accessori audio e video. Edicola nel significato di piccolo corpo architettonico che accoglie statue o dipinti di soggetto sacro. In queste moderne edicole la devozione dei fedeli dell'elettronica è rivolta a possenti amplificatori pieni di spie multicolori, a enormi altoparlanti subwoofer arricchiti da neon intermittenti e a schermi LCD che sostituiscono i dipinti, obsoleti nella loro immutabile staticità. E proprio come davanti alle edicole i fedeli si raccolgono in silenziosa meditazione. Silenziosa in quanto non parlano tra di loro per l'impossibilità di comunicare quando si è investiti dalla musica sparata a livelli inverosimili. I più coraggiosi si siedono all'interno di queste auto dove sono letteralmente circondati da altoparlanti inseriti a decine nelle portiere, sul cruscotto e perfino al centro del volante. Gli abitacoli vengono trasformati a tema. Per le ragazze romantiche tappezzerie e decorazioni a fiorellini, animaletti e cuoricini. Per gli avventurosi interni in pelli zebbrate o leopardate. Per gli edonisti sedili, pannelli e volante in alligatore in tinta coordinata con la carrozzeria.

#### Anche le motrici da TIR

Le esibizioniste avranno apprezzato un Hummer che ha montata sul tetto una pedana per ballare completa di palo per la pole dance. Chi non si accontenta delle solite limousine si sarà innamorato di un altro Hummer allungato fino a 10 metri e con interni degni di Paris Hilton. Nella nostra ricerca del massimo abbiamo quasi raggiunto l'estasi quando ci siamo trovati nell'area in cui sono state esposte una decina di motrici da TIR. Apriva la serie uno Scania pitturato (verniciato sarebbe riduttivo) in bianco perlaceo con eleganti grafismi e orgogliosamente firmato come una litografia d'autore 001/001. A seguire un MAN rosso e bianco, cromatissimo, con ben 14 fari

### ACCORDO TRA MOTOR SHOW E AUTOPROMOTEC

Motor Show ed Autopromotec, le due maggiori manifestazioni fieristiche internazionali del settore automotive organizzate a Bologna, hanno siglato un accordo di collaborazione per promuovere le rassegne in Italia e all'estero. Il memorandum d'intesa è stato sottoscritto a Rimini Fiera in occasione della sesta edizione di My Special Car Show, da Giada Michetti A.D. di Promotor International S.p.A. e da Renzo Servadei A.D. di Promotec S.p.A. Come noto, la società organizzatrice del Motor Show di Bologna e di My Special Car Show di Rimini è stata acquisita lo scorso anno dal gruppo francese GL Events, azienda leader mondiale nell'organizzazione di eventi, nella gestione di quartieri fieristici e nella fornitura di servizi, che può contare su oltre 3.000 addetti e più di 80 sedi in 13 diversi Paesi. Autopromotec, interamente di proprietà delle associazioni di categoria AICA ed AIRP (Associazione Italiana Costruttori Autoattrezzature e Associazione Italiana Ricostruttori di Pneumatici) giunta alla 23ª edizione biennale si è affermata nel corso degli anni come la più specializzata rassegna internazionale delle attrezzature, dei prodotti e dei servizi per l'industria automotive. L'intesa tra le due manifestazioni, che coprono ambiti diversi ma complementari del comparto automotive (l'una rivolta al grande pubblico, l'altra all'utente professionale) punta a rafforzare la leadership in Italia e a ricercare nuove opportunità di sviluppo sui mercati esteri. L'accordo ha l'obiettivo di creare un tavolo istituzionale per studiare sinergie al fine di incrementare il numero dei visitatori e creare nuove occasioni di business, con particolare attenzione verso l'estero. Sul piano internazionale, l'accordo prevede infatti lo studio di forme di collaborazione in sinergia con la fiera di Bologna.

e interni in velluto rosso completi di tendine con nappe e mantovana sopra il parabrezza. Poi un Volvo con il frontale di un sofisticato grigio metallizzato opaco e, giustamente, al centro dell'esposizione un Kenworth americano rutilante di cromo e con le fiancate decorate all'aerografo con motivi western. Questa la parte artistica di My Special Car Show che ci ha fatto quasi trascurare la parte commerciale, molto più importante dal punto di vista economico considerando che il fatturato stimato del comparto personalizzazione dell'automobile supera abbondantemente il miliardo di euro. Del car audio e car entertainment, che vale circa mezzo miliardo abbiamo già detto parlando delle tante elaborazioni. Che sia un settore molto importante lo dimostra la qualità dell'allestimento degli stand, assolutamente al livello di quelli che troviamo ai saloni internazionali dell'automobile. Di livello superiore la preparazione del personale di vendita, disponibilissimo e tecnicamente bene informato, e la bellezza delle ragazze immagine. Se le foto si facessero ancora con la pellicola siamo sicuri che la Kodak sarebbe ben lieta di offrire l'ingresso gratuito a chi ha una macchina fotografica, certa del ritorno economico sui tanti rullini venduti e sulle stampe.

#### 13 i marchi presenti

Nell'era del digitale gli scatti sono tanti che il lampeggiare continuo dei flash ci è stato di guida nel trovare gli stand in cui si svolgevano gli spettacoli più coinvolgenti. In tema di spettacoli bisogna ricordare la ressa nelle aree esterne in cui sono state allestite due piste in cui i piloti di Abarth e Subaru hanno fatto provare ai visitatori l'ebbrezza della guida sportiva. Nota di merito a Abarth che ha allestito una tensostruttura al cui interno un gruppo di meccanici era all'opera per mostrare al pubblico come vengono preparate le Punto Abarth SS. Altrettanto coinvolgenti, anche se naturalmente in scala ridotta, le due piste in cui si esibivano modelli in scala in gare di velocità e di spinning. Tante attrazioni e tanto pubblico che giustifica largamente la partecipazione ufficiale delle Case automobilistiche a My Special Car Show. A questa edizione erano presenti 13 marchi, Abarth, Citroën, Kia, Daihatsu, Mercedes AMG, Mini, Nissan, Opel, Peugeot, Seat, Smart, Subaru e Volkswagen, alcuni interpretando al meglio lo spirito della manifestazione come Abarth, Citroën, Mercedes AMG e Subaru, altri con stand più convenzionali. Tutti però hanno dimostrato di aver capito l'importanza di un appuntamento che è molto più di una manifestazione commerciale perché è un evento che richiama un pubblico di appassionati più che disponibile a farsi coinvolgere. E coinvolgimento vuol dire attenzione. Proprio quell'attenzione che le Case inseguono per catturare nuovi clienti.