



CHI CI VA È UN MITO.

**MOTOR
SHOW**
BOLOGNA 3-11 DICEMBRE
MOTORSHOW.IT

Discorso di Giada Michetti, conferenza stampa di Presentazione Motor Show 2011

1) L'edizione del Motor Show che oggi presentiamo è già un successo per presenze, contenuti ed iniziative. Per questo voglio ringraziare tutti coloro che hanno scelto di esserci nonostante tutto, decidendo di promuoversi attraverso una vetrina unica ed originale come il Motor Show.

2) Dopo il record mondiale registrato nel 2007 con 49,3 milioni di autovetture immatricolate, abbiamo assistito ad un calo del 2% nel 2008 e nel 2009, ma già nel 2010, non solo è stato recuperato interamente il terreno perduto, bensì si è raggiunto un nuovo record assoluto con 52,3 milioni di autovetture. E nel 2011 la crescita, a livello planetario continua.

3) E' vero che il **mercato europeo** dell'auto continua a configurarsi debole ma non in caduta. Secondo il Centro Studi Promotor GL events negli ultimi due mesi dell'anno non vi dovrebbero essere variazioni di tendenza e quindi il 2011 dovrebbe chiudersi sui livelli dell'anno precedente.

4) Venendo alla **situazione italiana**, nel 2010 vi è stato un calo del 9,3% e per il 2011 si prevede un calo dell'11% con un volume di immatricolazioni intorno a 1.750.000 unità. Non si tratta, e lo sappiamo bene, di un livello elevato rispetto ai picchi del periodo antecrisi, ma è comunque un volume da grande mercato dell'automobile. Un volume destinato a ritornare ai livelli antecrisi.

5) E proviamo a capire perché:

alla fine del 2010 il parco circolante italiano era di 36,8 milioni di autovetture; in "tempi normali" la domanda di sostituzione legata a questo parco è di circa 1.900.000 di autovetture all'anno.

Bisogna però tener conto che il nostro mercato non è soltanto di sostituzione. C'è anche una quota importante di domanda aggiuntiva legata alla crescita della seconda e della terza auto e alla domanda di fasce sociali emergenti come, per citarne una, quella degli immigrati. Che vi sia una domanda aggiuntiva oltre a quella di sostituzione lo dimostra il fatto che il parco circolante italiano di anno in anno continua ad aumentare. Anche in un anno certamente non positivo come il 2010, il parco circolante è cresciuto di 380.000 unità; questo dimostra che sommando la domanda di sostituzione che abbiamo detto valere circa 1.900.000 di immatricolazioni all'anno e la domanda aggiuntiva, il mercato italiano mantiene una potenzialità annua non lontana dal livello medio degli undici anni che hanno preceduto la crisi, e che è stato di 2.344.000 vetture all'anno.

Sia chiaro: questa è la potenzialità del nostro mercato in 'tempi normali', ma purtroppo non viviamo 'tempi normali'. La domanda che si pone è dunque quanto tempo occorrerà per tornare a tempi normali? Se il nuovo Governo, a cui naturalmente facciamo i migliori auguri, e in cui il nostro Paese ripone molte speranze, saprà coniugare il rigore con la crescita e soprattutto non dimenticherà che quello che occorre subito non è solo il rigore, ma anche la crescita ed una positiva fiducia nel futuro, la strada per ritornare a tempi normali sarà stata finalmente imboccata.

6) La visione positiva del futuro viene anche da altri fatti oggettivi che si aggiungono a qualcosa di indiscutibile: nonostante tutto, la voglia di auto nel nostro Paese resta sempre molto forte.

Voglio riferirmi all'aumento della sensibilità all'ambiente ed alle emissioni che darà sempre maggior spazio a vetture concepite con tecniche innovative;

alla necessità di controllare e ridurre i consumi, che porterà sempre di più ad apprezzare motorizzazioni che contribuiscano a questo;



GL events Italia

GL events Italia S.p.A.
Via G. Marconi, 13
40122 Bologna - Italy

Tel: +39 051 6451011
Fax: +39 051 6451099
info@motorshow.it

P. IVA 01956421208

www.motorshow.it



CHI CI VA È UN MITO.

**MOTOR
SHOW**
BOLOGNA 3-11 DICEMBRE
MOTORSHOW.IT

ancora, guardando appena più lontano, al ruolo che assumeranno la riduzione di peso e dimensioni, l'efficacia dei pneumatici, l'aerodinamica nelle vetture della generazione che si sta affacciando e che spingerà ad un naturale rinnovo dei modelli.

Ancora, senza andare troppo lontano, teniamo conto della crescente importanza della donna come utilizzatrice attiva dell'automobile e protagonista delle proprie scelte e, non ultimo, del fatto che il mercato dell'automobile, in questo paese, spesso è favorito da mancanza di funzionali concrete alternative.

Prima di illustrare i contenuti del prossimo Motor Show è opportuno sottolineare, coerentemente a ciò che dicevamo prima, che il forte sviluppo delle vendite di autovetture nei Paesi emergenti ha attenuato molto l'impatto della crisi per le case automobilistiche che, anzi, stanno vivendo una stagione che in termini di fatturato e di profitti a livello mondiale certamente positiva. Questo ha consentito all'industria dell'auto di intensificare i suoi investimenti in nuovi prodotti e in nuove soluzioni per quanto riguarda i sistemi di propulsione, la sicurezza e la mobilità intelligente. E tutto ciò a vantaggio anche dei mercati avanzati.

Il Motor Show 2011 sarà uno specchio fedele di quanto l'industria dell'auto stia facendo per rendere la mobilità sempre più sicura e sostenibile nella consapevolezza che se oggi all'auto non vi sono alternative, proprio l'auto deve continuare ad evolversi cercando di anticipare le esigenze, delle persone e del mondo nel quale viviamo.

7) Il Motor Show 2011 rappresenta un quadro esaustivo dell'universo automotive con:

- Protagonista il **prodotto auto** con l'offerta delle case automobilistiche ed un ritorno al layout dell'edizione 2008 che vede i grandi padiglioni 16 e 19 ospitare i gruppi Fiat e Volkswagen con importanti lanci per il mercato italiano;
- I **test drive** sulle **8 aree esterne** a disposizione del pubblico che voglio ricordare lo scorso anno sono stati oltre 36.000 nei 9 giorni di apertura al pubblico;
- la **mobilità elettrica** che dopo il successo dello scorso anno si riconferma protagonista ad Electric City sempre 'powered by Enel'
- un inedito focus sull'innovazione tecnologica e la sicurezza stradale, con **Innovation Hall** by Società Autostrade per l'Italia;
- in un anno di importanti ricorrenze per il nostro paese, un padiglione dedicato alle **auto icona** con la collaborazione di ASI e sotto il Patrocinio della Presidenza della Repubblica, per ripercorrere la storia dell'automobilismo nel nostro Paese facendo leva sulla passione per quei modelli che sono entrati nel mito;
- un altro focus inedito, **Luxury Time**, prima assoluta, con le supercar più sognate, per ricordare a tutti, e non solo al pubblico, che l'automobile ha nella passione e nel sogno un insostituibile motore;
- ed infine, ma vera peculiarità del Salone, lo **sport** con il più completo programma di eventi sportivi degli ultimi anni sulla pista della Mobil 1 Arena.

Dall'ultima rilevazione condotta dalla Doxa per GL Events emerge che il 12% della popolazione adulta italiana (6 milioni di persone) ha intenzione di visitare il prossimo Motor Show di Bologna. Dalla stessa fonte emerge che sempre il 12% della popolazione italiana è propenso ad acquistare una nuova auto entro il 2012. Naturalmente dalle intenzioni ai comportamenti il passo non è breve e, di questi tempi, non è neppure sempre facile. Questo non significa però che i dati rilevati dalla Doxa non siano positivi e tali da consentirci di essere confidenti per il prossimo Motor Show 2011.



GL events Italia

GL events Italia S.p.A.
Via G. Marconi, 13
40122 Bologna - Italy

Tel: +39 051 6451011
Fax: +39 051 6451099
info@motorshow.it

P. IVA 01956421208

www.motorshow.it



CHI CI VA È UN MITO.

**MOTOR
SHOW**
BOLOGNA 3-11 DICEMBRE
MOTORSHOW.IT

8) Quindi il Motor Show è una grande e preziosa realtà per il settore e rappresenta una certezza per il mercato e per il suo pubblico.

Proviamo a pensare cosa sarebbe successo se il Motor Show non avesse continuato la sua corsa:

- Se Enzo Ferrari non fosse venuto tra i padiglioni nel 1981 decretando il successo del Motor Show, quando era solo una manifestazione per appassionati?
- se non ci fossimo sempre impegnati a portare dei contenuti altamente spettacolari come per esempio l'uomo razzo nel 1984?
- E se nel 1985 non avessimo deciso di dedicare un rally al pilota Attilio Bettega, facendo del Memorial Bettega una tappa del mondiale rally all'interno di un parcheggio del quartiere fieristico adibito a vero e proprio circuito con un pubblico sugli spalti?
- E se nello stesso anno la Fiat non avesse scelto il Motor Show per lanciare la Croma, elevando il Motor Show al livello dei Saloni internazionali, con successivi importanti lanci mondiali come fu per Smart elettrica e Golf plus?
- E se Ayrton Senna non avesse tagliato il nastro nel 1991 aprendo le porte del Motor Show ai piloti internazionali? come sarebbe diventato un palcoscenico per i piloti dove due giovani Jacques Villeneuve e Sebastian Vettel hanno calcato la scena del MS prima di diventare campioni iridati di F1?
- E se Valentino Rossi non fosse venuto al Motor Show, con tutti gli altri piloti della Moto GP, portando con loro folle deliranti come ai tempi della beatlesmania?
- E, se la Ferrari non avesse regalato al pubblico degli appassionati, puntualmente ogni anno, l'esibizione della sua Formula 1?
- E, in fine, se non avessimo creduto nella forza del nostro lavoro di anni e nella passione del pubblico, realizzando contro ogni logica, l'edizione 2009 che ha dato, coi numeri ed i fatti, la misura della vitalità e del peso di questa manifestazione?

La risposta?

Sicuramente non saremmo qui al servizio del settore automotive, come facciamo da oltre 2 generazioni con un prodotto fieristico così completo come il Motor Show è diventato negli anni.

9) E nonostante l'automobile continui ad essere uno dei settori più vessati dall'erario, con gli aumenti delle accise di benzina e gasolio, il superbollo introdotto per le auto oltre i 225kw, l'aumento della tassa provinciale di trascrizione e le domeniche a piedi come negli anni '70, nonostante tutto questo gli italiani non rinunciano all'auto.

La cultura dell'automobile è nel DNA del nostro paese, un paese che ha fatto la storia dell'automobile tracciata dalla matita dei più importanti designer che ancora oggi fanno scuola in tutto il mondo. Ancora oggi l'acquisto è legato ad un fattore imprescindibile, al piacere estetico, all'interesse per i contenuti tecnologici e prestazionali, alla passione, ed in questo l'Italia eccelle. Noi amiamo l'automobile, e sappiamo di avere a che fare con un prodotto unico, che non ha eguali e che prima di tutto rappresenta un piacere.

10) Il grande valore del MS per le case automobilistiche espositrici è sempre stato il pubblico e dunque la passione: l'automobile scaturisce da un'incredibile storia di tecnica e di passione che ha cambiato il mondo ma che i cambiamenti del mondo non hanno modificato (cit.).

Ogni anno il Motor Show propone qualcosa in più ma da sempre è la passione del pubblico per l'automobile che fa del Motor Show un evento unico e rivoluzionario.



GL events Italia

GL events Italia S.p.A.
Via G. Marconi, 13
40122 Bologna - Italy

Tel: +39 051 6451011
Fax: +39 051 6451099
info@motorshow.it

P. IVA 01956421208

www.motorshow.it