



Eventi



## UNA GRANDE OPPORTUNITÀ

Dal 6 al 9 marzo, l'A1 EXPO, dopo il successo del 2012, ospiterà il secondo TraspoDay, una vetrina su enormi potenzialità ancora inesprese. Ce ne parla Attilio Musella, nel pool degli organizzatori sin dalla fase progettuale.

di Cesare Venturoli

A marzo, per l'esattezza, dal 6 al 9, il Polo Fieristico A1EXPO celebrerà il suo secondo TraspoDay. Una fiera pensata e sviluppata da gente che vive di e nel trasporto, per il settore del trasporto, in particolare per quello, spesso

dimenticato o sottovalutato, del Sud; una fiera destinata a essere l'unica vera vetrina di settore a Sud di Verona, quindi con grandissime potenzialità ancora inesprese. Nel settembre del 2012, quindi, nonostante la crisi, che avrebbe potuto consigliare

prudenza, è partito TraspoDay che, con buona pace degli scettici della vigilia, è andato molto bene. Del TraspoDay e dei suoi perché, ne parliamo con Attilio Musella, nel pool degli organizzatori sin dalla fase progettuale.

**Perché un passo così importante in un momento del genere? E che vuol dire "è andata bene"?**

Agli inizi del 2011 - dice Musella - decidemmo di fare qualcosa d'importante per il mondo del trasporto e per il Sud: un evento, un qualcosa che desse un segnale di vitalità e una scossa a un comparto fondamentale per l'intera economia italiana. Ed ecco la fiera, l'unica fiera del Centro-Sud Italia, dedicata esclusivamente al trasporto e al suo indotto. Dall'idea progettuale alla realizzazione, il passo non è stato semplice,

In Italia, ma soprattutto nel Nord-Italia ci sono diversi eventi che parlano al mondo dei TIR. Noi abbiamo l'obiettivo e l'ambizione di diventare la prima Fiera del trasporto del Centro-Sud che abbia una visione e una visibilità a livello nazionale ed internazionale; ci rivolgiamo, quindi, a quelle imprese e a quei buyer che dal Sud e attraverso il Sud cercano nuovi mercati di sviluppo.

**Qual è stato l'espositore "tipo" e il visitatore "tipo"?**

Traspo Day ha racreso ancora più complicato dalla crisi che stiamo attraversando ma, alla luce dei fatti, i risultati ci hanno dato ragione e hanno premiato la nostra caparbità e lungimiranza. Quindi possiamo dire "è andata bene" perché abbiamo ridato fiducia, voglia di andare avanti e di guardare il futuro.

**Quali sono stati i "numeri" della prima edizione?**  
Nei tre giorni di fiera abbiamo avuto 22mila visitatori, oltre 100 espositori, 25mila metri quadrati di area espositiva suddivisi in sette aree tematiche. Numeri importanti per un evento che, ricordiamo, era alla sua prima edizione e grazie al quale abbiamo inaugurato il Polo Fieristico A1Expò. Ne approfittiamo per ringraziare ancora una volta le Istituzioni, i visitatori ma soprattutto gli espositori che ci hanno accompagnato in questa avventura, che hanno creduto in noi e che grazie ai quali è stato reso possibile quello che in molti consideravano irrealizzabile.

**Come si pone TraspoDay nel panorama nazionale delle manifestazioni di settore? A chi è rivolta?**



Attilio Musella, nel pool degli organizzatori di TraspoDay

colto il consenso di importanti espositori: grandi Costruttori, produttori di pneumatici, fornitori di servizi telematici, compagnie di navigazione, aziende di trasporto e logistica, allestitori, fornitori di ricambi e accessori. In sostanza abbiamo creato una vetrina che potesse rappresentare a 360 gradi il mondo che ruota intorno al camion. Per quanto riguarda i visitatori, circa il 50% era rappresentato da responsabili aziendali e acquisti, il 20% da addetti alla logistica e circa il 20% da autisti.

**Si ha l'impressione che il Sud, in particolare nel trasporto, abbia molto da dire. E' vero?**

Regioni come il Lazio, la Campania, la Puglia e la Sicilia sono fondamentali per l'economia italiana, aree che esprimono realtà rilevanti nel trasporto, hubs fondamentali per la movimentazione nazionale e internazionale delle merci, porti e interporti che sempre più spesso vengono inseriti nei flussi e nei

TraspoDay



corridoi dei traffici; il trasporto merci, è un settore estremamente dinamico, in continua evoluzione e nel Sud vede ancora grandi potenzialità. Per questo consideriamo la nostra collocazione geografica un grande punto di vantaggio. **Quali sono le novità, se ci sono, previste per la seconda edizione?** L'ottimo risultato ottenuto ci spinge a credere che la strada intrapresa è quella giusta. Quindi il TraspoDay non rivoluzionerà il suo format e resterà una vetrina di prodotto per le imprese ma, visto che nel 2012 eravamo alla prima edizione, qualche cambiamento verrà apportato. Vorrei sottolineare che, grazie al lavoro fatto, TraspoDay 2014 è stato iscritto nel Calendario delle Manifestazioni Fieristiche Internazionali in Italia; un riconoscimento ufficiale che ci gratifica, ma che ci spinge e ci sprona a fare sempre meglio. Nella seconda edizione cercheremo di allargare gli orizzonti e il campo di azione, cercando di coinvolgere maggiormente operatori stranieri. Organizzeremo incontri ad hoc tra espositori e buyer, per stimolare ulteriormente rapporti business to business.

**Quali sono gli obiettivi, a medio e lungo termine di TraspoDay?**

Nell'immediato futuro vogliamo consolidare la nostra posizione di leadership come Fiera del Centro-Sud, per il futuro, citando Lorenzo de' Medici, dico "Chi vuol esser lieto, sia. Del doman non v'è certezza."

**Perché un'azienda dovrebbe essere presente a TraspoDay?** TraspoDay 2014 rappresenta un'opportunità per le imprese del Sud che vogliono maggiore visibilità e un'occasione per le aziende del Nord e straniere che vedono nel centro-sud un mercato in cui si possano sviluppare ancora delle idee di business.

