

InBici

InBici

Rivista per ciclisti, InBici Magazine, Passione sui Pedali

COSMOBIKE SHOW, AL VIA LA “FASE 2”, EVENTO MIRATO AL CONSUMER E PASSION DRIVEN

Maurizio Rocchi · Wednesday, July 18th, 2018

Cambio di rotta deciso anche alla luce delle strategie commerciali delle aziende del settore.

In pista tutta l’esperienza di Veronafiere come organizzatore diretto da 120 anni di eventi e rassegne non solo business ma anche di forte presa verso gli appassionati e il consumatore finale.

Cosmobike Show cambia formula e periodo di svolgimento, iniziando la “fase 2” annunciata a conclusione dell’ultima edizione nel settembre dello scorso anno, che aveva registrato la presenza di 350 aziende da 25 paesi su 30 mila metri quadrati espositivi, circa 60 mila visitatori, oltre 40 appuntamenti tra convegni e spettacoli, 11 mila bike test a cui erano dedicati specificatamente 21 mila metri quadrati di area “demo e prova” e una pista di 400 metri quadrati.

Dall’analisi di questi dati e da un progetto condiviso con i protagonisti del settore, nasce il nuovo **Cosmobike Show** (www.cosmobikeshow.com), in programma alla **Fiera di Verona il 16 e 17 febbraio 2019** (nuova data che sostituisce quella di settembre 2018) che guarda al consumatore e al target “passion driven”. Segmento, quest’ultimo, nel quale Veronafiere detiene alcune rassegne ed eventi di livello internazionale in comparti quali, ad esempio, quelli delle moto custom, del modellismo e dell’equitazione.

Il nuovo progetto prevede, fra le molte novità che saranno presentate a fine estate, il forte coinvolgimento di sportivi, squadre e team di professionisti nelle varie discipline delle due ruote a pedali, con talk show e un’area dedicata all’incontro con appassionati e praticanti, neofiti o esperti.

Una scelta che legge anche l’attuale fase storica di mercato che sta vivendo un cambio culturale a livello internazionale e in cui cresce unicamente il segmento delle e-bike, che ha però i primi segnali di rallentamento. In Germania così come negli USA o a Taiwan, sedi di importanti fiere, si assiste infatti a un atteggiamento diffidente nei confronti del tradizionale strumento fieristico con la stragrande maggioranza dei marchi leader, che disertano gli eventi b2b a favore di quelli corporate o a quelli low cost, che non supportano adeguatamente le vendite.

«Dovevamo tagliare il nodo gordiano e abbiamo deciso di farlo ora per capitalizzare i risultati

*delle prime tre edizioni e la fiducia nella capacità di leggere il mercato che ci hanno sempre riconosciuto i nostri clienti – sottolinea il **direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani** –. Per questo, abbiamo accelerato la svolta che già avevamo preannunciato alla fine dell'edizione 2017, con la riduzione della fiera a tre giorni e l'introduzione di una anteprima dedicata solo ai bike test. Ora, il cambio è invece radicale con lo spostamento a febbraio del prossimo anno, la durata a due giorni e il target che guarda agli appassionati e a un format destinato ad essere una grande festa della bici, l'ouverture della stagione ciclistica che ne celebrerà protagonisti ed eventi e che includerà in modo puntuale tutti gli aspetti della passione bici dal turismo agli educational per ciclisti».*

This entry was posted on Wednesday, July 18th, 2018 at 10:32 am and is filed under [News](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.