

my **special car** show



DOVE NIENTE È DI SERIE!

**ANNUAL REPORT
2009**



WWW.MYSPECIALCAR.IT

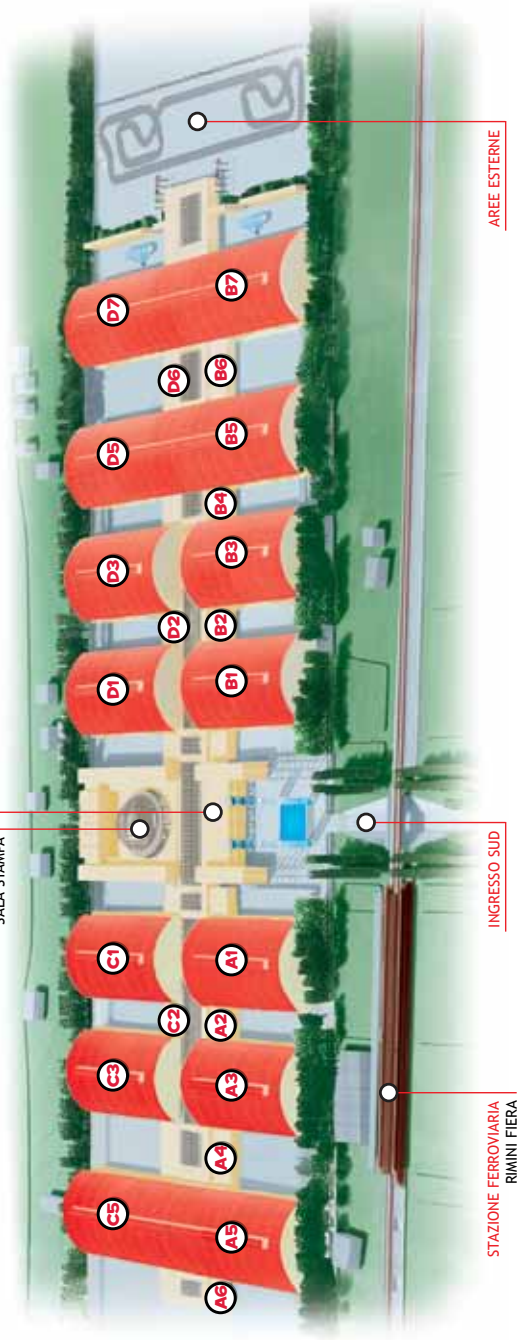
PIANTA DEL SALONE

my special car show

27-29 MARZO 2009 • RIMINI FIERA

CENTRO SERVIZI
SEGRETERIA ORGANIZZATIVA
SALA STAMPA

CENTRO ACCREDITI



STAZIONE FERROVIARIA
RIMINI FIERA

INGRESSO SUD

AREE ESTERNE

AREE INTERNE & EVENTI

MY SPECIAL CLUB

- MY SPECIAL CLUB A5/C5 - B2 - B4 - B5 - B6 - B7 - D1 - D2 - D3 - D5 - D6 - D7
- MY SPECIAL CLUB 1:10 B5 - D5
- MY SPECIAL CLUB TRUCK D3

ESTETICA

- BODY STYLE CHALLENGE - RADUNO ELABORARE B3

AUTO STORICHE

- AREA FORMULA LEGEND B3

AREE ESTERNE

CAR ENTERTAINMENT

- SPECIAL SOUND E SPECIAL PRESSURE LEVEL A3 - A4 - A6
- RADUNI MONOMARCA A1 - A2 - C1
- AUDIORADUNO ACS C3

AREA BUSINESS

- MY SPECIAL ACADEMY B1

- ABARTH TEST DRIVE
- MIRABILANDIA - SCUOLA DI POLIZIA
- MY SPECIAL DRIFTING SHOW



L'EVENTO
THE EVENT



INTRODUZIONE INTRODUCTION

L'automobile intesa come stile di vita e spazio creativo è stata l'assoluta protagonista della settima edizione di My Special Car Show, la grande festa della personalizzazione andata in scena dal 27 al 29 marzo 2009 a Rimini Fiera. La manifestazione ha registrato anche quest'anno numeri da record con oltre 90 mila appassionati che hanno affollato giorno dopo giorno i padiglioni fieristici alla scoperta delle auto speciali e sportive, espressione diretta della personalità, del gusto e della creatività dei tuners.

The car as lifestyle and creative space was the focus of the seventh annual My Special Car Show, the high-profile celebration of car customisation that was staged in Rimini from 27 to 29 March, 2009, within the Exhibition Centre (Rimini Fiera).

This year, as before, the show attracted record numbers of visitors, with more than 90,000 making their way to the expo pavilions in search of customised vehicles and sports cars that encapsulate the character, taste and creativity of the tuners.

Accanto
alle aziende
e ai marchi operanti nel
campo del tuning e del car audio,
la manifestazione ha infatti dato ampio
spazio ai privati, che hanno risposto
in maniera entusiastica: quasi 3 mila
auto sono arrivate a Rimini da tutt'Italia
e anche dall'Europa per partecipare con
le proprie vetture ai raduni e dare vita
a un evento unico nel nostro Paese.

Alongside the companies and brands operating in the fields of car tuning and car audio, the show gave considerable exposure to individuals, who responded enthusiastically: almost 3,000 cars drove to Rimini from across the country and throughout Europe to take part in what is a unique spectacle in Italy.





MY SPECIAL CLUB MY SPECIAL CLUB

Tuners e appassionati si sono messi in viaggio da Italia, Belgio, Francia, Germania, Svizzera e Slovenia – percorrendo complessivamente 496 mila chilometri – per partecipare alla sesta edizione di My Special Club, il più grande raduno indoor d'Europa dedicato ai club di tuning.

Suddivisi in 204 club, i tuners hanno occupato 50 mila metri quadrati con 1.918 auto modificate (+25,62% rispetto al 2008). Affluenza da record ed entusiasmo alle stelle per un evento nell'evento che ha potuto contare, tra l'altro, sulla programmazione non stop del grande palco centrale.

Momenti di spettacolo e premiazioni si sono alternate alle selezioni di Miss Italia che ha incoronato Miss My Special Car Show 2009, alle coreografie curate da Mirabilandia e agli interventi dei club.

Tuners and tuning fanatics travelled from other parts of Italy and from as far afield as Belgium, France, Germany, Switzerland and Slovenia – covering a total of 496,000 kilometres – to participate in the sixth My Special Club, which is Europe's largest indoor event for tuning clubs.

Representing 204 clubs, the tuners' 1,918 customised cars (25.62% up on the 2008 figure) were displayed across a 50,000m² surface area. Visitor numbers reached a new high, with events being held non-stop on the central stage.

Alongside the demonstrations and awards ceremonies, the show also saw the staging of Miss Italia beauty contest for the selection of Miss My Special Car Show 2009, as well as dance routines choreographed by Mirabilandia and displays by the clubs.

L'EVENTO
THE EVENT



1.918 AUTO ISCRITTE
CARS REGISTERED **+25,62%** (rispetto all'edizione 2008)
(compared with 2008)

204 CLUB PRESENTI
CLUBS PRESENT **+21,43%** (rispetto all'edizione 2008)
(compared with 2008)

9 MEDIA AUTO PER CLUB
CAR/CLUB AVERAGE

12 PADIGLIONI OCCUPATI
OCCUPIED HALLS

53.480 SUPERFICIE ESPOSITIVA OCCUPATA
OCCUPIED EXPO AREA **+36,15%** (rispetto all'edizione 2008)
(compared with 2008)

PROVENIENZA (ITALIA) ORIGIN (ITALY)

Centro	35,25%	Nord Ovest	22,48%
Central Italy		Northern West Italy	
Nord Est	33,14%	Sud e isole	9,13%
Northern East Italy		Southern Italy and the Islands	

NAZIONI RAPPRESENTATE COUNTRIES REPRESENTED

 Belgio Belgium	 Svizzera Switzerland	 Slovenia Slovenia
 Germania Germany	 Austria Austria	 Francia France

106 NUMERO PREMIAZIONI EFFETTUATE
PERFORMED AWARDS

59 MARCHE AUTO RAPPRESENTATE
CAR MAKES REPRESENTED

189 MODELLI AUTO PRESENTI
CAR MODELS PRESENT

318 COLORAZIONI: TIPOLOGIE
COULORING: TYPES





L'EVENTO
THE EVENT



GLI ALTRI RADUNI OTHER CRUISES

Le forti emozioni sonore sono state protagoniste della terza edizione di Special Pressure Level, l'evento riservato agli appassionati di SPL (Sound Pressure Level) la più estrema nelle competizioni car audio. Dalle 166 auto presenti – + 30% rispetto al 2008 – si sono sprigionati 20 mila decibel di fronte sonoro e una potenza di oltre 700 mila watt.

Non è stato da meno Special Sound, la competizione dedicata alle migliori preparazioni audio dal punto di vista della qualità sonora e dell'installazione che quest'anno ha ospitato la prima gara nazionale del Campionato Italiano Onecar con 180 auto iscritte. La personalizzazione estetica e l'arte dell'installazione sonora sono state protagoniste nei raduni promossi da Elaborare e Acs – Audio Car Stereo, testate di settore dedicate al tuning e al car audio. Ma non sono mancati nemmeno i raduni Abarth, Formula Legend – dedicato alle auto storiche – e i giganti di My Special Club Truck che ha ospitato una ventina di camion personalizzati italiani ed europei.

The third Special Pressure Level competition – renowned as the most extreme car audio contest – attracted visitors from far and wide. The 166 cars at the event (30% up on 2008) unleashed a total of 20,000 decibels of surround sound, with an output in excess of 700,000W.

Similarly successful was the Special Sound competition, which provided a platform for the best in customer car audio sound quality and installation.

The event also included the first national Italian Onecar Championship, which was contested by 180 cars.

Aesthetic customisation and the art of sound installation were in the spotlight at the cruises promoted by tuning magazines Elaborare and ACS, Audio Car Stereo. In addition, 2009 also saw the Abarth and the Formula Legend cruises, dedicated to vintage cars, and My Special Club Truck, which showcased around 20 customised trucks from Italy and throughout Europe.



PARTECIPANTI AI RADUNI: CRUISE PARTICIPANTS

Elaborare	80
ACS – Audio Car Stereo	400
Formula Legend	50
My Special Club Truck	28
Abarth	120
SPL – Special Pressure Level	166
Special Sound	180



L'EVENTO
THE EVENT



LE AZIENDE COMPANIES

My Special Car Show 2009 ha visto la presenza – con le ultime novità di prodotto – di numerosi marchi leader nel settore della personalizzazione come 1Car, Asso Marmitte, Autodeco, Lampa, Magri Gomme, Mak, Rabanser Tuning, Spath Wheels e Yokohama. Le Aziende espositrici partecipanti alla manifestazione hanno puntato inoltre sull'interazione e il protagonismo degli appassionati: aziende come Audio Design, EB Acoustic, Elettromedia e Skyway hanno infatti animato raduni dedicati al car entertainment e alle creazioni dei tuner. In tema di personalizzazione anche la presenza di alcuni marchi automobilistici nel contesto di "Speciali di serie", una mostra realizzata dall'Organizzatore in collaborazione con Quattroruote e Top Gear, testate di Editoriale Domus.

My Special Car Show 2009 saw numerous leading names in the car customisation sector – including 1Car, Asso Marmitte, Autodeco, Lampa, Magri Gomme, Mak, Rabanser Tuning, Spath Wheels and Yokohama – showcasing their latest products. The companies participating in the event also focused on interaction with car tuning and audio fanatics, with brands such as Audio Design, EB Acoustic, Elettromedia and Skyway highlighting their tuning and car entertainment products. A number of car makers also participated in the "Standard Specials" exhibition, which was staged by the Organizer in collaboration with Quattroruote and Top Gear magazines, published by Editoriale Domus.

LE AREE ESTERNE EXTERNAL AREAS

Con oltre 20 ore di programmazione, l'area esterna di My Special Car Show ha dato spettacolo per le tre giornate di manifestazione portando in pista i test drive di Abarth e "Scuola di polizia", uno straordinario show – unico in Europa – organizzato dal team di Mirabilandia, durante il quale una decina di stuntman si sono esibiti con auto e moto in passaggi incrociati, "scivolate" e altre manovre spettacolari.

Esibizioni mozzafiato – con 15 vetture impegnate in singoli run e twin drift – con il My Special Drifting Show che ha visto alcuni dei migliori piloti italiani – Graziano Rossi, Emanuele Festival e Federico Sceriffo per citarne alcuni – cimentarsi in pista con una disciplina che ha la sua essenza nel puro controllo del mezzo in sbandata.

Grandi emozioni in pista anche con la potenza del Tractor Pulling, singolare specialità che vede protagonisti mezzi unici e personalizzati, in alcuni casi animati da un motore Rolls Royce da oltre 5 mila cavalli, e alle prese con rimorchi zavorrati da oltre 25 mila chilogrammi.

Gli stessi veicoli impegnati in pista nella tre giorni di My Special Car Show erano presenti anche nell'area interna dedicata, per mostrare al pubblico le loro straordinarie dimensioni.

With more than 20 hours of events, the external areas of My Special Car Show provided visitors with three days of spectacle, including Abarth test drives and the "Police School" show. This show – the only one of its type in Europe – was organised by the Mirabilandia team and saw a dozen stuntmen in cars and on bikes criss-crossing, drifting and performing other death-defying manoeuvres.

The breathtaking demonstrations at My Special Drifting Show saw some of the leading Italian riders and drivers – including Graziano Rossi, Emanuele Festival and Federico Sceriffo – exhibiting their exceptional skidding skills by participating in single runs and twin drifts involving 15 vehicles.

The track also provided the stage for the Tractor Pulling contests. The customised tractors taking part, some of which were powered by Rolls Royce engines with more than 5,000 horsepower, were required to pull trailers weighing more than 25,000kg.

During the three days of My Special Car Show, the vehicles involved in these track-based events were also on display within the dedicated indoor area to show the public their considerable dimensions.





**MEDIA
MEDIA**

LA COPERTURA DEL SALONE COVERAGE OF THE EVENT

Per il 2009 è il web il regno di My Special Car Show.

La manifestazione ha battuto con grande successo le strade del web 2.0 diventando protagonista su Facebook, Twitter, Flickr, i siti e i blog tematici. Ottimo riscontro anche sui media tradizionali: i principali periodici di settore, presenti a Rimini con stand e iniziative dedicate, hanno dato ampio spazio al mondo dei tuners. Si sono fatti direttamente promotori di raduni e gare Elaborare, con la settima edizione del Concorso Internazionale Body Style Challenge, ed Acs – Audiocarstereo che ha dato vita al suo ottavo Audioraduno. Complessivamente le rilevazioni confermano la capacità di My Special Car Show di suscitare la curiosità e l'attenzione di periodici, quotidiani, radio e televisione che hanno coperto la manifestazione in modo capillare.

The 2009 My Special Car Show benefited from a strong online presence. The event made the most of web 2.0 technologies to raise its profile through Facebook, Twitter, Flickr, sites and blogs. The traditional media channels also gave the event a great deal of coverage: the main trade journals were present in Rimini with their own stands and initiatives, and considerable space was dedicated to the world of car tuning. Elaborare and ACS – Audiocarstereo served as promoters of the meetings and contests, the former raising the profile of the seventh Body Style Challenge International Competition and the latter doing the same for its eighth Audioraduno meeting. This year has provided proof positive of the capacity of My Special Car Show to arouse the interest of magazines, newspapers and radio and TV stations, which gave the event wall-to-wall coverage.

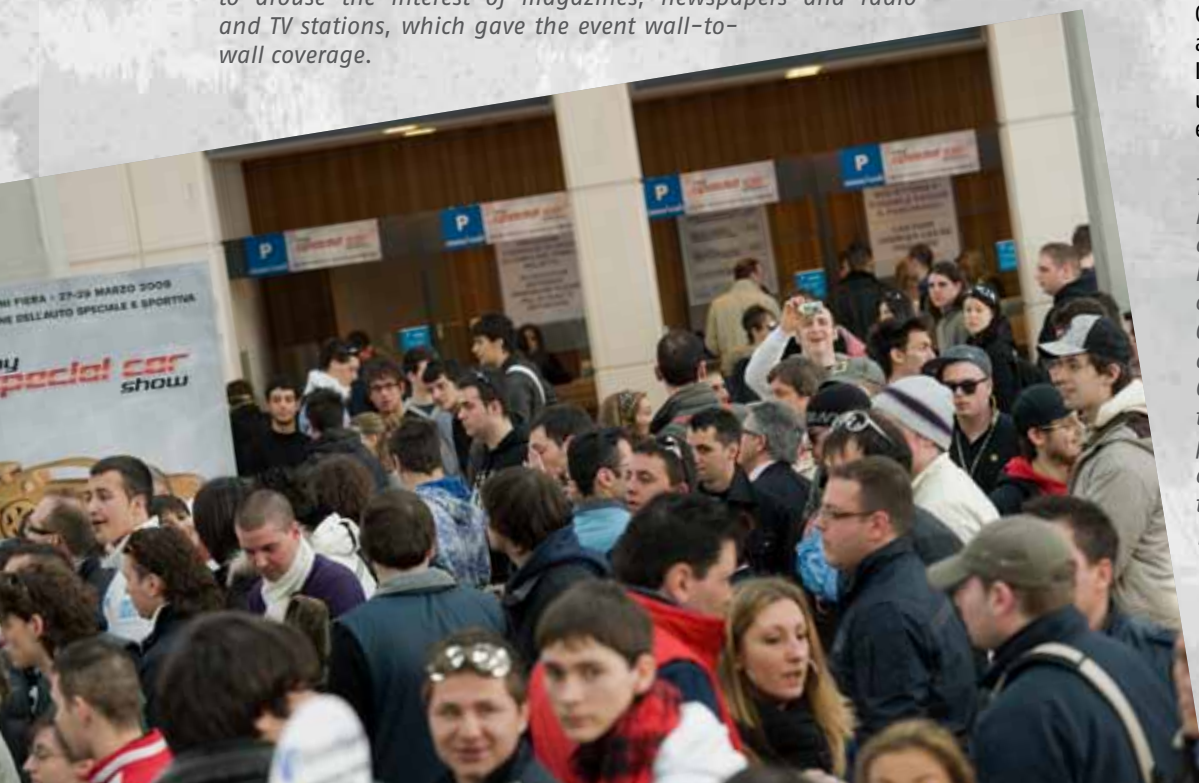


MY SPECIAL ACADEMY MY SPECIAL ACADEMY

Unica manifestazione italiana nel suo genere, My Special Car Show ha dedicato l'area business – denominata My Special Academy – a un fitto calendario di appuntamenti rivolti alla stampa, agli operatori economici e al pubblico. Ha inaugurato il ciclo di incontri il convegno "E nell'anno orribile sboccia il fiore del tuning. Finalmente la riforma della personalizzazione dell'auto", un approfondimento sulla normativa prevista dal decreto Milleproroghe moderato da Gian Primo Quagliano, Direttore del Centro Studi Promotor. Si è occupata delle ultime svolte legislative anche la Federazione Italiana Tuning promotrice, con CNA, Confartigianato, Consorzio Ecogas e Assogasliquidi, della tavola rotonda dal titolo "La legge Minasso-Lulli: regolamentazione trasparente per uno sviluppo sicuro del tuning in Italia". Alle attività convegnistiche proposte dalle testate Acs – Audio Car Stereo ed Elaborare si è aggiunto il progetto di formazione dell'Istituto Provolo di Verona, presente a My Special Car Show con approfondimenti e uno spazio per la personalizzazione "live" di una vettura. Infine anche quest'anno My Special Car Show ha ospitato l'Accademia Automotive, un momento di approfondimento dedicato a giornalisti e appassionati. In questo contesto UIGA – Unione Italiana Giornalisti dell'Automobile – ha tenuto una tavola rotonda sul tema "La crisi dell'auto e la gestione della comunicazione" e ha consegnato il Premio Auto Europa Tuner 2009.

The only event of its type in Italy, My Special Car Show dedicated the business area – named My Special Academy – to a rich array of events geared towards the press, industry players and members of the public. The opening event was the conference entitled "In the annus horribilis, tuning comes into its own – at last, the reform of car tuning", which focused on the regulations set out by the Milleproroghe Decree and was moderated by Gian Primo Quagliano, Director of the Centro Studi Promotor. The Federazione Italiana Tuning also dealt with the latest regulatory updates and promoted – along with CNA, Confartigianato, Consorzio Ecogas and Assogasliquidi – the round-table entitled "The Minasso-Lulli Law: transparent regulations for the development of tuning in Italy". As well as the conferences promoted by trade magazines ACS – Audio Car Stereo and Elaborare, My Special Academy also included the training project run by the Provolo Institute in Verona, which featured the "real-time" customisation of a car. Last but not least, this year's My Special Car Show played host yet again to the Automotive Academy, which provided useful information for journalists and car fanatics.

It was against this backdrop that the UIGA (Italian Union of Car Journalists) held a round-table on "The crisis of the car and the management of communication" and also awarded the Auto Europa Tuner 2009 Prize.





**MEDIA
MEDIA
MEDIA**



WEB 2.0 E SITI WEB 2.0 AND WEB SITES

Decisa a puntare più che mai sul coinvolgimento diretto del pubblico e degli appassionati, nel 2009 My Special Car Show è stata seguita passo dopo passo anche sul web, che l'ha vista protagonista – per la prima volta – delle maggiori piattaforme del web 2.0. Gli amanti della personalizzazione hanno infatti avuto a disposizione uno spazio dedicato su Facebook.

Oltre mille fan hanno approfittato di questa piazza virtuale per tenersi aggiornati in tempo reale, scambiarsi informazioni, commentare, aggiungere le proprie foto, scoprire video e retroscena degli eventi in programma a Rimini nelle giornate della manifestazione e mettersi in contatto con gli altri tuners come in una grande community.

Aggiornamenti in versione "short", notizie flash e link alle gallery hanno animato per tutta la durata della manifestazione anche la pagina ufficiale di My Special Car Show su Twitter mentre Flickr – anche qui attraverso una pagina ufficiale – è diventata la vetrina online e interattiva della tre giorni. Qui i visitatori hanno potuto sfogliare le immagini ufficiali delle auto in esposizione e delle esibizioni in pista, lasciando i propri commenti dopo una semplice registrazione.

Having decided to focus more than ever before on the direct involvement of the public, 2009's My Special Car Show was shadowed every step of the way on the web, with full use being made of the leading web 2.0 platforms.

Tuning fans were able to consult a dedicated space on Facebook, and over 1,000 people made the most of the virtual platform to stay up to date in real time, exchange information, make comments, upload their photos and watch videos and behind-the-scenes specials on the events held during the Rimini show. In addition, visitors to the Facebook site were able to get in touch with other tuners, thus giving rise to a large community.

My Special Car Show's official Twitter page offered concise updates, newflashes and links to galleries, while the official page on Flickr became the interactive online showcase for the event, allowing visitors to browse the official images of the cars on show and to leave their comments (following prior registration).

CAMPAGNA PUBBLICITARIA ADVERTISING CAMPAIGN

Una macchinina di legno "a incastro" che ricorda i giochi d'infanzia, una base neutra da assemblare, colorare, modificare e personalizzare a piacimento, è l'immagine scelta per pubblicizzare la settima edizione di My Special Car Show. Un simbolo per riaffermare la natura unica di una manifestazione "Dove niente è di serie!", come recita il claim. La campagna pubblicitaria della manifestazione ha seguito i percorsi classici, ed è stata declinata su periodici di settore, quotidiani, radio ed emittenti televisive. Puntando sul coinvolgimento diretto degli appassionati, la strategia pubblicitaria ha esplorato anche nuove forme di comunicazione: guerrilla advertising e web 2.0 sono stati sperimentati con successo e hanno ottenuto grande apprezzamento da parte degli appassionati.

The image chosen to publicise the seventh My Special Car Show featured a slot-together wooden car – a blank canvas to be assembled, coloured, modified and customised at will. This is a symbol that reaffirms the unique nature of this exhibition, where – as the slogan has it – "Nothing Comes As Standard!". The event's advertising campaign was rolled out across traditional channels such as trade magazines, newspapers, radio and television stations, but – with a view to encouraging the direct involvement of fans – the publicity strategy also explored new forms of communication, including guerrilla advertising and web 2.0. These high-tech innovations proved to be a great success.

GUERRILLA ADVERTISING GUERRILLA ADVERTISING

Diverse azioni di guerrilla advertising hanno contribuito al lancio di My Special Car Show 2009. Nella settimana precedente la manifestazione ragazzi vestiti da piloti e affascinanti ragazze hanno attraversato Rimini interagendo con i passanti, mentre auto personalizzate "ad arte" sono state posizionate nei punti strategici della città. La risposta è andata oltre le aspettative: immagini, notizie e video delle performance sono rimbalzati sulla rete e sui quotidiani locali e nazionali, creando una cassa di risonanza del tutto spontanea.

The seventh My Special Car Show was also publicised through guerrilla advertising. In the week before the show, young men dressed as racing drivers – accompanied by attractive young women – made their way through Rimini letting the public know about the upcoming event, while highly customised vehicles were positioned in strategic locations. The response exceeded all expectations: images, news and videos of the event were instantly uploaded to the web and features appeared in local and national papers, boosting the profile of My Special Car Show yet further.







PROFILO DEL VISITATORE VISITOR'S PROFILE

REPORT 2009
REPORT 2009



Maschio 85%
Male

Femmina 15%
Female



NordEst 37,63%
Northern East Italy

Centro 30,73%
Central Italy

Nord Ovest 24,3%
Northern West Italy

Sud e Isole 10,61%
Southern Italy and Islands

ETÀ
AGE



18-24 60%

25-34 30%

35-44 7%

+45 3%

L'età media dei visitatori è di 25 anni
Average age: 25

PROFESSIONE
OCCUPATION

Operaio/Impiegato 45% **Studente** 14%
Worker/Employed Student

Lib. Prof./Imprend./Dirig./Artigiano 27% **Altro** 4%
Ind.Prof.Man/Business man/Manager/Artisan Other

4,9

QUANTO TEMPO HA TRASCORSO ALL'INTERNO DI MY SPECIAL CAR SHOW? (ORE)
AVERAGE TIME SPENT INSIDE THE EXHIBITION (HOURS)

TRA LE AUTO CHE POSSIEDE IN FAMIGLIA, CE NE SONO CHE HA PERSONALIZZATO?
AMONG YOUR FAMILY CARS, ARE THERE ANY YOU HAVE CUSTOMIZED?

Sì, Tuning/Racing 47% **No, e non penso di farne** 32%
Yes, Tuning/Racing No, and I don't think I will

Sì, car Audio/Video 36% **No, ma penso di farlo nei prossimi 6-12 mesi** 9%
Yes, car Audio/Video No, but I think I will in the next 6-12 month's time

È LA PRIMA VOLTA CHE VISITA IL SALONE?
IS THIS YOUR FIRST VISIT TO THE SHOW?



No 57%
No

Sì 43%
Yes

90%

È RIMASTO SODDISFATTO DI QUANTO HA VISTO A MY SPECIAL CAR SHOW
DECLARES HE/SHE IS FULLY SATISFIED OF THE SHOW

90%

CONSIGLIEREBBE LA VISITA A QUEST'EDIZIONE DI MY SPECIAL CAR SHOW AD AMICI E CONOSCENTI
DECLARES HE/SHE RECOMMENDS THE VISIT

96%

SCEGLIEREBBE DI VISITARE NUOVAMENTE MY SPECIAL CAR SHOW IL PROSSIMO ANNO
DECLARES HE/SHE WILL VISIT THE SHOW AGAIN

TITOLO DI STUDIO
QUALIFICATION

Media superiore 59% **Laurea** 9%
Upper secondary school University degree

Media inferiore 32%
Lower secondary school



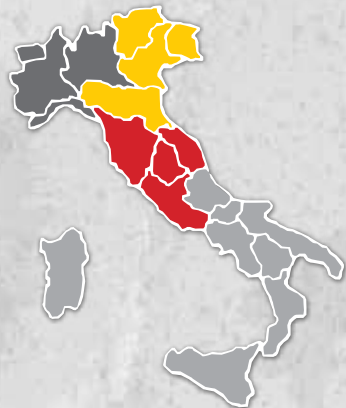


PROFILO DEL RADUNISTA *CRUISE PARTICIPANT'S PROFILE*

REPORT 2009
REPORT 2009

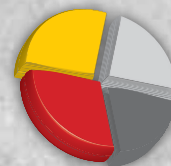


	Maschio Male	84,2%
	Femmina Female	15,8%



	Centro Central Italy	34,9%
	NordEst Northern East Italy	27,0%
	Nord Ovest Northern West Italy	24,3%
	Sud e Isole Southern Italy and Islands	14,2%

QUALI PERSONALIZZAZIONI HA EFFETTUATO? WHICH CUSTOMISATION HAVE YOU MADE?



	Estetica Design	29%		Meccanica Mechanics	22%
	Audio Audio	28%		Interni Interior	21%

92%

SODDISFATTO DELLA MANIFESTAZIONE
DECLARES HE/SHE IS FULLY SATISFIED OF THE VISIT

97%

CONSIGLIA LA VISITA A QUEST'EDIZIONE DI MY SPECIAL CAR SHOW AD AMICI E CONOSCENTI
DECLARES HE/SHE RECOMMENDS THE VISIT TO FRIENDS AND ACQUAINTANCE

97%

SCEGLIEREBBE DI VISITARE NUOVAMENTE MY SPECIAL CAR SHOW IL PROSSIMO ANNO
DECLARES HE/SHE WILL VISIT THE SHOW AGAIN NEXT YEAR

IL SUO CLUB È PRESENTE A MY SPECIAL CAR SHOW?
IS YOUR CLUB PRESENT AT MY SPECIAL CAR SHOW?



	Sì Yes	84,35%
	No No	15,65%

95%

TROVA VANTAGGIOSA LA VISITA DI MY SPECIAL CAR SHOW
FINDS THE SHOW USEFUL







GL events Italia

GL events Italia S.p.A.
Via Milazzo, 30 - 40121 Bologna
Italy

Tel: +39 051 6451011
Fax: +39 051 6451099
info@gl-events-italia.it

P. IVA 01956421208

www.gl-events-italia.it