



40.000 copie
di cui 500 all'estero, in tutto il mondo

Omat - Voiccom
Palazzo dei congressi, Roma
21-23 novembre
servizio a p. 45



PRISMA

COMUNICAZIONE, E-BUSINESS, FIERE, CONGRESSI, TURISMO



la serenità
nell'allestimento

MOSTRE FIERE

Spedizione in a. p., art. 2, c. 20/b, legge 662/96 - Filiale di Torino - Tassa pagata / Taxe perçue - N° 2/2001 - Editore: PIANETA Srl - Via A. Sismonda 32 - 10145 Torino
in caso di mancato recapito si prega di consegnare a Torino CMP per restituzione al mittente che si impegna a pagare la relativa tassa - Copia saggio/Campione gratuito



Mostre e Fiere S.p.A.
Via Cesana, 10 - 10042 Nichelino (To)
Tel. 011 3581333/4/5 Fax 011 3582723
www.mostrefiere.com · e-mail: mosfiere@tin.it

Madrid **on** business

PIÙ DI 70 FIERE IN AZIONE

Parque Ferial Juan Carlos I

2002 gennaio

18 | 22

SETTIMANA INTERNAZIONALE DEL REGALO, DELLA GIOIELLERIA E DELLA BIGIOTTERIA.

Intergift.
Salone Internazionale del Regalo

Iberjoya.
Salone Internazionale della Gioielleria, Argenteria, Orologeria ed Industrie Affini.

Bisutex.
Salone della Bigiotteria ed Accessori.

30 | 31

Siv.

Salone del Vino

30 | 31

Fitur.

Fiera Internazionale del Turismo

febbraio

8 | 12

SIMM SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA MODA DI MADRID.

Inmoda-Animoda.
Associazione Distributori Moda

Imagenmoda.
Salone Internazionale Moda Femminile

Intermoda.
Salone Internazionale Moda Pronta

Iberpiel/Peletería.
Salone Internazionale Moda in Pelle e Pelliceria.

Cien x Cien.
Jeans, Streetwear, Sportswear

12 | 14

Siti.

Salone delle Tecnologie dell'Informazione.

14 | 16

Textilmoda.

Tessuti ed Accessori per l'Abbigliamento.

14 | 18

Arco.

Fiera Internazionale d'Arte Contemporanea

18 | 21

Pasarela Cibeles.

Sfilate Cibeles

20 | 1m

Sicur.

Salone Internazionale per la Sicurezza

20 | 1m

Trafic.

Salone Internazionale della Sicurezza Stradale e delle Attrezzature per il Traffico e la Mobilità

27 | 1m

Pulire España.

Fiera Spagnola della Pulizia Professionale e dell'Igiene Ambientale

28 | 8m

Ofitec.

Salone Internazionale del Mobile d'Ufficio

marzo

1 | 2

Venatoria & Jeep.

Appuntamento con la caccia.

1 | 4

Expoóptica.

Salone Internazionale di Ottica ed Optometria.

1 | 4

Manual.

Salone dei Lavori Manuali, Belle Arti, Lavori Decorativi e Hobbyistica.

8 | 10

Madrid per la Scienza.

13 | 17

Aula.

Salone Internazionale dello Studente e dell'Offerta Educativa

14 | 16

Expodental.

Attrezzature, Prodotti, e Servizi per Odontoiatria ed Odontotecnica.

16 | 24

ExpoOcio.

Fiera del Tempo Libero.

22 | 24

Expovital.

Salone dell'Erboristeria Dietetica, della Salute e dei Prodotti Naturali ed Ecologici

22 | 24

SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA PELLE.

Modacalzado.

Salone Internazionale della Calzatura.

Iberpiel/Marroquinería.

Salone Internazionale della Pelletteria Ed Articoli in Pelle.

aprile

03 | 07

Exponáutica.

Salone Nautico di Madrid.

04 | 06

Expofranquicia.

Salone del Franchising.

08 | 07

Fitness.

Salone dell'Industria del Fitness.

08 | 14

Almoneda.

Fiera del Brocantage.

10 | 12

Salone Immobiliare di Madrid.

20 | 28

Salone Internazionale del Mobile di Madrid.

maggio

8 | 11

Decotec.

Salone della Decorazione d'Interni.

8 | 11

Piedra.

Salone Internazionale della Pietra Naturale

8 | 11

Veteco.

Salone della finestra e del Vetro Strutturale.

22 | 24

Exporta.

Servizi all'Esportatore

24 | 26

Salone Canale Multiprezzo Madrid

24 | 30

Salone Internazionale dell'Auto di Madrid.

giugno

4 | 6

Fespa.

11 | 16

SETTIMANA INTERNAZIONALE DELL'URBANISTICA E DELL'AMBIENTE.

Tem.

Salone Internazionale delle Tecnologie, Attrezzature e Servizi Urbani.

Tecma.

Salone delle Tecnologie e dei Servizi per l'Ambiente.

14 | 20

Salone del Veicolo d'Occasione.

20 | 23

Zow Madrid.

Salone dei Componenti Semilavorati ed Accessori per l'Industria del Mobile.

21 | 23

Salone degli Animali da Compagnia.

settembre

30a | 2

SIMM, SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA MODA DI MADRID.

Inmoda-Animoda.
Associazione Distributori Moda.

Imagenmoda.
Salone Internazionale Moda Femminile

Intermoda.

Salone Internazionale Moda Pronta

Íntima-Moda-Baño.

Íntimo, Moda Mare e Calzettina.

Cien x Cien.

Jeans, Streetwear, Sportswear.

21 | 5

Pasarela Cibeles.

Sfilate Cibeles.

21 | 5

Textilmoda.

Tessuti ed Accessori per l'Abbigliamento.

13 | 17

SETTIMANA INTERNAZIONALE DEL REGALO, DELLA GIOIELLERIA E DELLA BIGIOTTERIA.

Intergift.

Salone Internazionale del Regalo

Iberjoya.

Salone Internazionale della Gioielleria, Argenteria, Orologeria ed Industrie Affini.

Bisutex.

Salone della Bigiotteria ed Accessori.

26 | 27

Fer Interazax.

Fiera Europea del Diverimento.

26 | 28

Construtec.

Salone della Costruzione.

26 | 28

Sign.

Salone della Comunicazione Visiva.

27 | 30

SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA PELLE.

Modacalzado.

Salone Internazionale della Calzatura

Iberpiel/Marroquinería.

Salone Internazionale della Pelletteria ed Articoli in Pelle.

ottobre

8 | 12

Matelec.

Salone Internazionale del Materiale Elettrico ed Elettronico.

19 | 20

Look.

Salone dell'Acconciatura, della Bellezza e Complementi Vari.

18 | 20

Bimbi e Mame.

Salone dei Bimbi e dei Nuovi e Futuri Genitori

22 | 26

Fiaa.

Salone Internazionale dell'Autobus.

22 | 26

Saver.

Salone delle Machine e della Attrezzature per Giardini e Spazi Verdi.

23 | 26

Samatec.

Settimana delle Tecnologie per l'Agricoltura.

novembre

8 | 10

Simo TCI.

Salone Internazionale dell'Informatica, Multimedia e Telecomunicazione.

20 | 23

Sig.

Salone del Golf.

21 | 24

FotoShow Madrid.

Salone della Fotografia e dell'Immagine

22 | 24

Le Mille e una Sposa a Madrid.

Mostra Monografica di Prodotti e Servizi per Nozze e Celebrazioni.

23 | 14

Feriarie.

Fiera Internazionale dell'Arte e dell'Antiquariato.

dicembre

20 | 30

Juvenalia.

Fiera dell'infanzia e della Gioventù.



Feria de Madrid

INFOFEMA

Tel.: (34) 91 722 51 80

(34) 91 722 50 00

Fax: (34) 91 722 58 01

Parque Ferial Juan Carlos I

28042 Madrid, España/Spagna

e-mail: infofema@ifema.es

Logistics. Worldwide.

Il Gruppo Danzas, presente in ogni Continente, è leader indiscusso nel fornire soluzioni logistiche. Nel 2000, i suoi 43.000 dipendenti in tutto il mondo hanno generato un giro d'affari di 8,3 miliardi di Euro (equivalenti a 7,8 miliardi di USD, 12,9 miliardi di CHF). Danzas ha sede centrale a Basilea, in Svizzera, e fa parte del Gruppo Deutsche Post.

DANZAS

EUROCARGO

Con noi, presenti a tutte le più importanti fiere e manifestazioni internazionali:

- trasporto per e da tutte le manifestazioni
- consegna e ritiro della merce presso il Vostro stand
- consulenza globale
- progetti speciali
- assistenza con personale qualificato
- tempi di consegna certi e garantiti
- assicurazione "All risks" a richiesta
- tariffe chiare e trasparenti

Deutsche Post  World Net
MAIL EXPRESS LOGISTICS FINANCE

**Bringing
business together**

Ferdinando Picchi

Economics & Business

Dizionario enciclopedico economico e commerciale

Zanichelli, Bologna 2001
pp. 1600, con cd-rom, L 122.000

La terza edizione, ampiamente rivista e aggiornata, del dizionario Economics & Business costituisce un valido aiuto per studenti, docenti, ricercatori, operatori e anche profani di discipline economiche e finanziarie.



Caratterizzata da un linguaggio semplice e privo di tecnicismi, pur nel rigore della trattazione, comprende tavole bilineari di nomenclatura relative al sistema economico britannico e americano, al sistema bancario e finanziario, al sistema fiscale, assicurativo e dei trasporti, e una tavola delle valute nazionali.

Enrico Righini

DidiSi

Dizionario di Sigle Abbreviazioni e Simboli

Zanichelli, Bologna 2001
pp. 276, L 28.000

Lettori e ascoltatori ogni giorno sono raggiunti da una nuova lingua fitta di sigle di cui raramente è data la forma per esteso.



Con oltre 10.000 sigle e abbreviazioni italiane e straniere spesso corredate di spiegazioni e notizie, il DidiSi è un punto di riferimento valido in grado di rispondere a molti interrogativi e curiosità per gli ambiti più diversi: burocrazia, tecnica, attualità, storia, medicina, informatica.

John Emsley

Prodotti chimici

Guida per il consumatore

Zanichelli, Bologna 2000
pp. X-254, L 34.000

La guida risponde a dubbi, domande e curiosità sull'uso di profumi e dolcificanti artificiali, sull'assunzione di bevande alcoliche, di medicinali o fibre alimentari, sull'utilizzo del Pvs, su che cosa siano il colesterolo, i grassi o gli oli, sull'azione dei nitrati, della diossina o dell'anidride carbonica. Scritta dal chimico John Emsley in un linguaggio non tecnico, ci insegna a convivere coi prodotti chimici di uso quotidiano, con maggiore consapevolezza.



Primo piano

5 Congressi: Rimini guida la corsa
di Daniele Biondi

Osservatorio

6 Arrivano gli sportelli unici regionali per l'internazionalizzazione
di Andrea Bigotti

Copertina

8 Mostrefiere: qualità sicura nell'allestimento personalizzato
di Giovanni Paparo

Comunicazione - Marketing

11 Mero: sistemi di costruzione modulari semplici e versatili
di Gianni Pisani



12 **Vetrina**

Comunicazione - Marketing

15 Lione: l'Espacio Alto esalta le capacità polifunzionali di Eurexpo
di Maria Luisa Negro

16 Cfi: internazionalizzazione delle imprese con le fiere

16 Mediainonda e Internet Mediasurfer: Agenda del giornalista II e III

17 Building & Construction China, dal 2002 a Pudong (Shanghai)

18 Turismo alle corde, appello al governo degli operatori
di Giovanni Paparo

19 Il Centro Congressi Torino Incontra si allarga nel palazzo Borsa Valori
di Caterina Bertone



Comunicazione visiva

20 Visual Communication: evento europeo per gli operatori della comunicazione visiva
di Roberta Milanaccio

20 Manfrotto Trading al Click-up di Bari e all'Ibts di Milano

20 Pack-Mat 2002 prende forma: delineato il programma degli incontri

21 Epson Stylus C40Ux: stampante di qualità, a colori e risparmiosa
di Gino Bertone

21 Ottimismo per Medprint 2002: saranno presenti i big del settore

Fiere e congressi

23 Successo Piab a Grafitalia
di Gioacchino Napoli



24 Il Piemonte a China Vinitaly
di Massimo Franceschi

25 brevi dal mondo delle fiere

26 Franchising & Partnership e Borsa Internazionale del Turismo
di Umberto Marzolla

26 Appuntamento a novembre con la logistica a Basilea e nuove date per i saloni dell'orologeria Basel e Sihh

27 Autumn Fair Birmingham vetrina dell'avanguardia del design

27 Taormina Gift Fair: la fiera dove il mercato c'è

27 Firenze Bomboniere rilancia il settore

PRISMA

COMUNICAZIONE, FIERE, CONGRESSI, TURISMO, E-BUSINESS

Editore: **PIANETA Srl**

direzione, redazione, amministrazione:

via Angelo Sismonda, 32 - 10145 Torino

tel. 011 747.600, telefax 011 747.294

email: info@expofairs.com - http://www.expofairs.com

pubblicità: Pianeta srl - Tel. 011 747.600

direttore responsabile: Giovanni Paparo

segreteria di redazione: Maria Luisa Negro

collaboratori: Antonio Altamura, Fabio Amato, Stefano Bandiera, Caterina Bertone, Gino Bertone, Michela Billotti, Silvio Fiore, Antonio Forchino, Francesco Giordana, Bernardino Marino, Umberto Marzolla, Roberta Milanaccio, Mariella Milano, Gioacchino Napoli, Lorenzo Paparo, Maria C. Paparo, Renato Paparo, Gianni Pisani, Barbara Simonetti, Pier Carlo Sommo, Luca Valpreda, Lorenzo Villa

composizione e impaginazione: Pianeta Srl

stampa: Grafiche Dessì - Riva presso Chieri (To)

Registrazione Tribunale Torino n° 3786 del 14.4.87

Campione gratuito

Una copia euro 5,60 (estero euro 8,40). Abbonamento a 6 numeri euro 32,00 (estero euro 48,00).

Ai sensi della legge 675/96, informiamo che è possibile accedere ai propri dati per modificarli, chiederne la cancellazione o opporsi al loro uso (invio di Prisma e di informazioni sulle nostre pubblicazioni e iniziative) rivolgendosi alla Pianeta Srl, titolare del trattamento.

- 28 Oltre 87mila visitatori al Macef Autunno 2001
- 28 Torna alla tradizione e apre a nuovi mercati il Florence Gift Mart
- 28 FERIA de Madrid a tutto gas
di Giovanni Paparo
- 31 Festeggiato a Trieste il decennale italiano di Mpi
- 31 Btc International presenta i risultati di Domanda Italia per il 2002
- 33 Il mercato delle strutture leggere... questo sconosciuto
di Vanni De Rossi



- 34 Due milioni di visitatori esteri alle fiere in Germania
- 35 La Mostra Convegno Expocomfort torna a marzo con un'edizione record
di Andrea Bigotti
- 37 **Speciale Pianeta informatica & telecomunicazioni**
Turismo - Hotellerie
- 47 La Germania di qualità
- 48 Natale incantato in Alto Adige
di Maria Cristina Paparo
- 49 Il Grand Hotel dei Dogi, a Venezia
di Maria Luisa Negro
Giramondo
- 50 L'arcipelago di Capo Verde Kufstein, la città sinfonica
di Silvio Fiore
- 50 Slovenia: verde, natura, gastronomia, terme, sport, ... e congressi
di Roberta Milanaccio
- 53 **Libri**
Motornews
- 55 Salone nautico di Genova: barche da sogno che non conoscono crisi
di Giovanni Paparo



“Il risparmio tradito

Come difendersi da bancari, assicuratori... e giornalisti”



L'articolo di presentazione, sul N. 23/2001 di Famiglia Cristiana, era di quelli che ti lasciano con l'amaro in bocca e anche col desiderio di andare più a fondo, alla fonte diretta. Così mi sono procurato Il risparmio tradito, libro di Beppe Scienza, docente di Metodi e modelli per la pianificazione economica all'Università di Torino, pubblicato da Edizioni Libreria Cortina Torino, dopo essere stato rifiutato da 18 editori.

La lettura del libro - il cui sottotitolo, Come difendersi da bancari, assicuratori... e giornalisti, mi sembrava offrire qualche nota di speranza - mi ha lasciato addirittura sgomento. Malgrado quelle denunciate siano quasi tutte cose intuitive, immaginate come possibili dalle persone più smalziate, soprattutto da chi lavora nel mondo della comunicazione, mi ha colpito la presentazione di una strategia d'attacco, da parte di bancari, assicuratori... e giornalisti, così sistematica, così penetrante, così totale, da non lasciare scampo. L'unica via d'uscita proposta sarebbe quella di “imparare a ragionare con la propria testa”, ma quando ragioni su dati manipolati ... ?

Manipolati alla fonte dalle banche, che ingannano spudoratamente i loro clienti con presentazioni ingannevoli, comparazioni fasulle, consigli interessati e penalizzanti, come nel caso dei loro Certificati di deposito; dai fondi comuni d'investimento “Con una regolarità scandalosa i gestori dei fondi italiani riescono a fare peggio dei mercati dove investono”; dalle assicurazioni con “Polizze vita” inutili. Una presa in giro se non peggio. Ecco che cos'è la tanto decantata previdenza integrativa che banche, assicurazioni e promotori finanziari hanno rifilato finora ai risparmiatori italiani”.

Fin qui saremmo in un campo dove il risparmiatore può usare una prudente diffidenza, sapendo di trattare con una fonte interessata a piazzare il proprio prodotto. “Ma il vero problema - secondo Scienza - è un altro. È la qualità media del giornalismo economico-finanziario in Italia. È logico infatti che un risparmiatore si aspetti di ricevere lumi da una fonte d'informazione che si presenta come indipendente. Ossia la stampa. Peccato che molti articoli siano invece così infarciti di frasi promozionali da sembrare scritti da pubblicitari più che da giornalisti”.

Il documentatissimo panorama che Scienza presenta è sconsolante, ma forse persino ottimistico: sarebbe troppo bello se la maggior parte dei problemi risiedesse solo in una stampa deviata. È vero che i giornalisti nella maggior parte bevono quello che confezionano gli uffici stampa delle aziende, ma il più delle volte non hanno alternative. Gli argomenti sovente sono così complessi, e le informazioni così ben custodite, che trapela solo quello che i vertici vogliono far conoscere e ci sono esempi di tanti problemi che riguardano la sicurezza sul lavoro, la salvaguardia dell'ambiente, la difesa della salute, la prevenzione di catastrofi, ..., non solo quindi questioni di finanza e risparmio, che la stessa magistratura fatica a risolvere in decenni di lavoro. E che dire delle Università, dei Politecnici, quasi tutti finanziati coi nostri soldi? Quante sono le ricerche prodotte in scienza e coscienza per illuminare per tempo cittadini, amministratori e giornalisti su tanti temi d'interesse collettivo?

Naturalmente ci sono anche giornalisti troppo condiscendenti o addirittura corrotti, e le redazioni economiche delle stesse testate specializzate anziché rivolgersi a organismi o istituti indipendenti sovente si avvalgono del supporto dei loro clienti inserzionisti. Ma le ricerche autonome costano. E gli editori, come tutti gli imprenditori devono guardare ai conti. Se è vero che il cliente ha sempre ragione, dobbiamo riconoscere che in misura sempre più ampia il cliente non è il lettore, ma l'inserzionista, cui può fare gioco che il mezzo si presenti come indipendente.

Giovanni Paparo



Segui la freccia:

il mondo non ha confini!

Con Austrian Airlines Group il mondo delle fiere è a portata di

volò. Con il nostro gruppo potrai viaggiare dove e quando vuoi, non solo in Europa e nei paesi dell'Est, dove



siamo la compagnia aerea leader, ma anche per le destinazioni più lontane, come Pechino, Osaka, Tokyo, Teheran, Delhi, Sydney,

Melbourne, Kuala Lumpur, New York, Washington. 120 destina-

zioni in tutto il mondo, con ottime coincidenze da Milano, Roma, Verona, Venezia, Bologna e Firenze.

Relax e puntualità sono le nostre parole d'ordine, qualunque sia la meta. *Visitate il nostro sito internet: www.austrianairlines.it*



Tyrollean AUSTRIAN AIRLINES > *Austro*

AUSTRIAN AIRLINES GROUP >

A STAR ALLIANCE MEMBER >

Congressi: Rimini guida la corsa

Il nuovo quartiere fieristico ha reso completamente disponibile l'attuale Palacongressi, ora il problema è: ristrutturare o costruirne uno nuovo?

Ogni lira di fatturato congressuale porta 12 lire di indotto sul territorio

di **Daniele Biondi***



Quanto il turismo d'affari incidesse sulla tradizionale industria turistica riminese, in riva all'Adriatico, hanno cominciato a chiederselo almeno venticinque anni fa. Nata già da tempo la cooperativa Promozione Alberghiera, la più grande in Italia formata da alberghi, all'interno della struttura si definì un settore dedicato ai convegni in risposta a una precisa esigenza di mercato. Quella iniziale palestra ha formato professionalità che hanno condotto Rimini ad un posizionamento di tutto riguardo nel panorama nazionale e internazionale dell'organizzazione congressuale.

Fra le tappe cruciali degli ultimi vent'anni, c'è il padiglione F del quartiere fieristico, un auditorium privo di colonne, modulabile negli spazi e capace di contenere fino a 12 mila persone.

Con la possibilità di alloggiare migliaia di persone nel raggio di pochi chilometri e a condizioni economiche competitive, Rimini fu così scoperta dagli organizzatori di convegni religiosi e dai partiti politici. In tempi brevi gli alberghi hanno cominciato a dotarsi di servizi idonei ad accogliere ospiti fuori stagione. Gli esercizi annuali sono aumentati ogni anno e oggi

sono oltre 400 nella provincia di Rimini con una disponibilità di circa 25.000 posti letto.

Il futuro del Palacongressi

Nel corso degli anni, la crescita di Rimini Fiera ha costantemente tolto date al Palacongressi, fino al momento in cui l'Ente, superando anni di dibattiti, ha spinto per la costruzione del nuovo quartiere (un investimento da 280 miliardi di lire, largamente autofinanziato e già in attività) che ha ora lasciato totale libertà di gestione del Palacongressi, da restituire al mercato attraverso opportuni interventi che lo spogliano della vocazione fieristica cui è stato a lungo destinato.

È proprio questo il dibattito d'attualità a Rimini: meglio ristrutturare questo impianto (con rallentamenti dell'attività), oppure prevederne uno nuovo utilizzando nell'attesa l'attuale?

Sono i numeri a stabilire che si tratta di una riflessione strategica. Studi di settore offrono una prospettiva di almeno 800.000 presenze congressuali all'anno (escluse le grandi adunate religiose). Complessivamente, l'Osservatorio sui congressi nel riminese, promosso da Meeting e Congressi

e Convention Bureau della Riviera di Romagna, realizzato dalla Università di Rimini, ha rilevato nel 2000 1.041.360 congressisti che hanno partecipato a 4746 congressi, meeting, convention e incontri svolti in alberghi, centri congressi o altre sale congressuali della provincia. Le giornate di attività congressuale sono state complessivamente 1.984.850 (+27% sul 1999).

La maggior parte degli arrivi congressuali (54%) si concentra nella fascia fino a 300 partecipanti; quelli medio e grandi (500-1000 e 1000-2000) rappresentano rispettivamente l'8% e il 5% e quelli con più di 2000 congressisti (i mega eventi) coprono da soli il 12% degli arrivi congressuali riminesi.



Uno studio di Rimini Fiera ha evidenziato l'incidenza economica del turismo d'affari: a ogni lira di 'fatturato congressuale' ne corrispondono 12 di fatturato indotto sulla città.

Al crescere del mercato del congressuale a Rimini sono fiorite infrastrutture e progetti per incrementare il traffico dell'aeroporto, viabilità e mobilità, un campo da golf a Villa Verucchio, un palasport da 5000 posti in fase di costruzione, una darsena che sarà terminata a febbraio 2002, l'apertura delle sale della Rocca Malatestiana, ecc.

Anche la disponibilità di sale sta avendo un riscontro importante a Rimini e dintorni. Riccione ha avviato i lavori di un palacongressi ed entro pochi mesi ne sarà disponibile un altro nella vicina Repubblica di San Marino. La sfida sarà portare a sistema un'offerta importante, caratterizzandone la gestione e collaborando per il successo del territorio.

Il ruolo di Adria Congrex

In questo panorama, Adria Congrex svolge un ruolo di riferimento. La sua storia, le professionalità maturate in oltre vent'anni di esperienza del personale impiegato, consentono di offrire servizi e consulenza per l'attività congressuale di associazioni e imprese. In particolare, Rimini è destinazione di importanti convegni medicoscientifici e la posizione assunta da Farindustria, ovvero un decalogo che vieti lo svolgersi di convegni in estate nelle zone turistiche, ha suscitato immediate reazioni. Il Sindaco Ravaioli, Convention Bureau e tutte le imprese impegnate in questo settore stanno facendo pressione affinché questa posizione assuma connotazioni diverse e non penalizzanti per Rimini e le destinazioni assimilabili.

**Marketing manager
Adria Congrex*



Ennio Manzi,
Gianluca Manzi
**Finanziamenti agevolati
per le imprese**

**Guida pratica agli incentivi
nazionali e regionali**

Il Sole 24 Ore, Milano 2001
pp. XLVIII-672, L 129.000

Questo volume è una preziosa banca dati per avere a portata di mano tutte le agevolazioni nazionali e regionali a favore delle imprese, offerte dalla normativa italiana. Le leggi sono suddivise in quattro categorie: industria, artigianato e commercio; turismo e agriturismo; ricerca, innovazione tecnologica e qualità; lavoro e creazione di nuova impresa.



Sono indicati beneficiari, fondi a disposizione, tempi di erogazione, procedure per ottenere i finanziamenti e, quando esiste, una modulistica standard.

Rosaria Lo Forte,
Benedetto Santacroce

**Il quinto programma
quadro**

**Guida pratica
ai finanziamenti comunitari
per la ricerca e lo sviluppo
tecnologico**

Il Sole 24 Ore, Milano 2001
pp. X-214, L 59.000

Uno degli obiettivi del Quinto programma quadro è di rendere competitiva l'industria comunitaria, rispetto a Usa e Giappone. Questo volume presenta i finanziamenti dell'Unione europea per le attività di ricerca e sviluppo tecnologico e i programmi, le procedure e le modalità per la presentazione delle domande di contributo.



Il cd allegato contiene la normativa del Quinto programma quadro, le guide per il proponente e i programmi di lavoro 2001.

GIÀ OPERATIVI GLI SPORTELLI DI PIEMONTE, EMILIA-ROMAGNA, TOSCANA E CAMPANIA

Arrivano gli sportelli unici regionali per l'internazionalizzazione

Nella logica del massimo decentramento territoriale di risorse e iniziative, favoriranno la più efficace proiezione delle pmi sul mercato globale, agevolando l'accesso ai servizi e strumenti esistenti

di **Andrea Bigotti***

Negli ultimi anni abbiamo assistito a un proliferare di strutture pubbliche e private aventi lo scopo (presunto o effettivo) di aiutare l'accesso degli operatori economici (imprese, enti, consorzi, associazioni, ecc.) al credito agevolato ed alle iniziative comunitarie, nazionali, regionali, provinciali e a volte anche comunali, tese a favorire l'internazionalizzazione del sistema produttivo.

Con l'assunzione da parte delle Regioni di un ruolo sempre più importante in materia di internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali, il quadro è in rapida trasformazione.

In Piemonte, Emilia-Romagna, Toscana e Campania sono già operativi gli *Sportelli regionali per l'internazionalizzazione*, costituiti secondo modalità organizzative concordate tra il Ministro del Commercio con l'Estero, ora inglobato nel Ministero Attività Produttive e le stesse Regioni. Prendono parte alla loro attività l'Ice, la Simest, la Sace, le associazioni di categoria, il sistema camerale, le banche e i soggetti impegnati nel sostegno del sistema produttivo regionale.

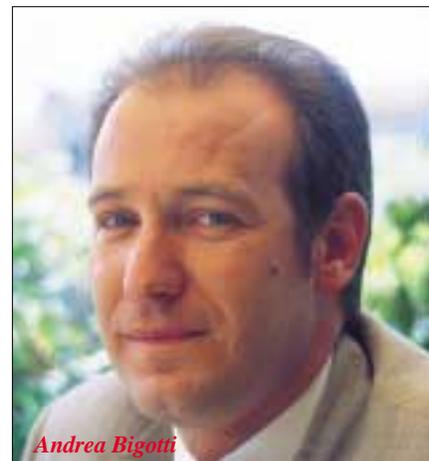
Sono in fase di avanzata realizzazione Sportelli in Friuli-Venezia Giulia, Umbria, Marche, Sicilia e Sardegna, mentre sono in corso contatti per Liguria, Abruzzo, Molise, Basilicata e la Provincia autonoma di Trento.

Di conseguenza, le Camere di commercio stanno ridisegnando i propri strumenti,

in collegamento con le altre realtà operanti sul territorio. In particolare molti Centri estero regionali delle Camere di commercio si stanno modificando: ad esempio quello della Toscana è confluito nella agenzia regionale Apet, sede dello Sportello della Toscana, quelli dell'Emilia-Romagna e del Lazio stanno confluendo nelle rispettive Unioncamere regionali. Anche il Centro Estero Camere Commercio Piemontesi, riconosciuto come il più dinamico, subirà probabilmente una trasformazione volta a consacrare il peso determinante che in esso ha assunto la Regione Piemonte.

L'internet sempre più protagonista

Inutile dire che nel ridisegno complessivo degli strumenti internet ha una parte di primo piano, a tutti i livelli, sia come fonte di informazioni sugli innumerevoli servizi di promozione sia come mezzo operativo di e-business per le imprese: è quindi destinatario di numerose agevolazioni. L'argomento richiederebbe più di un articolo e forse più di un libro, mi limito qui a segnalare la guida preziosa offerta dal sito della Camera di commercio di Milano www.mi.camcom.it.



Andrea Bigotti

Segnalo anche quello della Camera di Commercio di Lucca www.lu.camcom.it, molto ben fatto e molto utile anch'esso. Lo segnalo anche per una particolarità che è motivo di orgoglio per l'editore di questa rivista: il Regolamento contributi per la partecipazione a mostre e fiere all'estero - la fiera è lo strumento principe per l'internazionalizzazione delle pmi - all'Art. 3 Manifestazioni ammesse al contributo, recita: "Sono ammesse al contributo le Manifestazioni inserite nel Programma promozionale adottato annualmente dal Mincomes o inserite nella Guida Mondiale Fiere edita dalla Pianeta srl - Torino."

L'Unione degli Industriali della Provincia di Pescara

In un contesto di globalizzazione della concorrenza, di delocalizzazione produttiva e di deregolamentazione di settori chiave, quali i trasporti e le telecomunicazioni, le condizioni generali di mercato diventano più dinamiche e variabili. È quindi necessario per le imprese innovare gli schemi tradizionali di organizzazione aziendale per presidiare i fattori competitivi di successo.





Mercedes Bresso, Antonio Buzzigoli e Virgilio Olmo

Le associazioni di categoria, per la loro stretta vicinanza alle imprese sono chiamate ad un ruolo particolarmente attivo. L'Unione degli Industriali della Provincia di Pescara, ad esempio, sta attivando un sistema di offerta di servizi di assistenza alle pmi locali finalizzato alla focalizzazione e alla taratura dell'offerta sulle specificità delle caratteristiche aziendali.

“La nostra Unione - dice il presidente ingegner Giambattista Blasetti - si rende *broker informativo* per la guida delle imprese nell'individuazione, nella qualificazione e nell'accesso alle fonti informative di marketing internazionale.

Numerose sono state le attività predisposte per sensibilizzare gli operatori economici della Provincia al tema della competizione su scala internazionale. Tra queste ricordo, per il trascorso biennio: attività di ricerca volte a identificare i

business model adottati dalle imprese locali; seminari per la presentazione dei risultati delle indagini svolte; seminari sul commercio elettronico, inteso come possibilità virtuale di internazionalizzazione; visite di delegazioni estere e missioni commerciali.

Un'intera area del sito: www.unindustriape.it - aggiunge Blasetti - è dedicata al Mercato Globale, per consultare in tempo reale un ampio database, costantemente aggiornato, contenente l'elenco delle fiere internazionali, nazionali e regionali raggruppate per data e per nazione (il database, si legge nel sito, è stato elaborato dall'Unione degli Industriali della Provincia di Pescara in base ai dati forniti dalla Società Pianeta, ndr).

Il notiziario on line permette alle aziende associate di essere informate sugli accordi e le normative doganali ed internazionali e gli incontri e le missioni all'estero di maggior interesse. Contribuiamo in tal modo a un'intensa attività locale di networking con Confindustria - Casa Madre nella promozione delle imprese associate sui mercati internazionali.”

Camera di commercio di Torino e lo Sportello Globus

Operativa da quasi due anni, la rete di Sportelli Globus delle Camere di commercio ha lo scopo di offrire alle imprese informazione e prima assistenza in materia di internazionalizzazione. “La Camera di commer-

cio di Torino, dice il presidente Giuseppe Pichetto - ha aderito a questo progetto, che sul territorio piemontese vede la forte aggregazione di tutte le strutture camerali, grazie al coordinamento di Unioncamere Piemonte e del Centro Estero Camere Commercio Piemontesi

Lo Sportello Globus torinese fornisce informazioni su: formalità di import-export; informazioni commerciali-economiche sui paesi esteri; ricerca partner commerciali all'estero; pagamenti e contrattualistica internazionale; finanziamenti e assicurazioni per l'estero; procurement internazionale; legislazione, programmi e notizie sull'UE; R&S e innovazione tecnologica con partner europei.

Consci dell'importanza dei finanziamenti come fattore di competitività sui mercati mondiali, con lo sportello Globus abbiamo investito nella ricerca e monitoraggio di tutte le fonti finanziarie disponibili per operazioni con l'estero. L'assistenza è resa ancora più puntuale e efficace dalla stretta collaborazione con istituzioni italiane e internazionali quali Simest, Sace, Banca Mondiale, Commissione Europea.”

Due progetti innovativi della Provincia di Torino

Mi sembra interessante citare, per il loro carattere innovativo, due progetti promossi dalla Provincia di Torino in collaborazione con la Regione Piemonte. Presentati a Palazzo Cisterna, sede della Provincia - nel corso di una conferenza stampa cui sono intervenuti la presidente Mercedes Bresso, l'assessore alle attività produttive Antonio Buzzigoli e il direttore della Banca Mediocredito Virgilio Olmo-, sono: *Pic Venture*, in convenzione con Banca Mediocredito, Gruppo Unicredito Italiano, e con la partecipazione delle



Giuseppe Pichetto

associazioni di categoria e in collaborazione coi poli e i parchi tecnologici esistenti, si propone di favorire la nascita di un mercato informale dei capitali di rischio, destinato a incoraggiare nuove iniziative imprenditoriali, sostenendo allo stesso tempo le strategie di crescita, ristrutturazione e trasformazione delle imprese mature; *IES*, in collaborazione con Api Torino, nella fase pilota ha coinvolto 15 aziende, 30 in quella partita a settembre, sostiene lo sviluppo internazionale delle pmi locali, con la guida e l'assistenza di tre soggetti specializzati nel settore dell'esportazione.

In Toscana l'Apet

A partire dal 2001, il programma annuale di promozione economica per le risorse dell'agricoltura, dell'artigianato, della pmi industriale e del turismo, approvato dalla Giunta Regionale, è realizzato dall'Apet, l'Agenzia per la promozione economica della Toscana, istituita al fine di coordinare la gestione delle attività di promozione economica della Regione, delle Camere di Commercio, dell'Ice e dell'Enit.

Alla fase di redazione del Programma partecipano, con apposite consultazioni, oltre ai soggetti pubblici, anche i soggetti economici attraverso le loro rappresentanze e organizzazioni di categoria. A tale fine le linee generali del programma sono diffuse in via preliminare. Attraverso un'apposita scheda si possono inviare alla Giunta Regionale indicazioni generali, segnalazioni e proposte utili per definire le strategie di azione rispetto ai mercati, ai settori e alle azioni da realizzare.

* **Amministratore Sfera Srl**
info@sfera-srl.com
www.sfera-srl.com



Giambattista Blasetti

Fiera, esposizione, mostra, salone, rassegna, i nomi sono tanti e i tipi di eventi cui si applicano ancora di più. Ma la scelta del nome è sovente questione di gusto, di marketing, e non dice molto sulle reali qualità di una manifestazione.

Una delle caratteristiche che contraddistinguono da sempre le fiere, userò questo nome per tutti, è la continua adattabilità alle esigenze dei luoghi e dei tempi. Adattabilità che si riflette negli allestimenti: gli abiti con cui gli espositori si presentano al pubblico e che rivelano l'immagine che ogni espositore vuol dare di sé.

Gli allestimenti sono anche un importante rivelatore della fisionomia della fiera. Se si tratta di un avvenimento a carattere locale, che impegna imprese di modeste dimensioni e risorse, l'allestimento sarà ridotto al minimo, e prevarrà la funzione di semplice supporto fisico per la esposizione dei prodotti. Col crescere dell'importanza della fiera e degli espositori, l'allestimento acquisirà sempre maggiore importanza, che sarà prevalente quando non c'è o è ridotto al minimo il prodotto fisico da presentare.

Nel caso di fiere e espositori leader di mercato a livello mondiale, in campi dove l'immagine di marca gioca un ruolo primario, che si esalta nel confronto coi competitori presenti, potrai vedere costruzioni dal costo anche di decine di miliardi, dove a quelle d'immagine si associano esigenze operative molto spinte e molto varie.

Per capire un po' di più il fascinoso mondo dell'allestimento di prestigio, per vederlo con l'occhio di chi lavora dietro le quinte alla sua realizzazione, mi sono fatto aiutare dal signor Riccardo Danasino, della Mostrefiere e Fiere Spa, una delle più quotate aziende italiane del settore, che ha al suo attivo, come vedremo, realizzazioni di tutto rispetto.

Tanti i tipi di fiere, per tutte le esigenze, e tanti i tipi di allestimenti, per tutte le esigenze. Come si arriva a realizzare un allestimento personalizzato di alto livello?

“Va subito detto - esordisce Danasino - che il più delle volte il nostro lavoro consiste nel dare corpo a un progetto che il committente ha affidato ad un architetto di fiducia, il cui stile meglio interpreta l'immagine che vuole dare di sé.

Mostrefiere: qualità sicura nell'allestimento personalizzato

Realizzazioni ai più alti livelli per fiere, convention e eventi aziendali, mostre e rassegne culturali di rilevanza mondiale, musei, show room, negozi. Una serie di nomi di prestigio nel portafoglio di uno dei più qualificati allestitori italiani

di Giovanni Paparo

Chiedere all'allestitore di fornire il progetto, cosa che siamo in grado di fare, implicherebbe che lo si è scelto anche per la sua attuazione, ma le aziende preferiscono assegnare i lavori attraverso gare che consentano di spuntare i prezzi più bassi. Peraltro sono ormai obbligatorie gare europee per importi oltre i 400 milioni di lire (207 mila euro circa).

L'allestitore deve quindi studiare il progetto, sviluppare i computi metrici, quotarlo e quindi andare in gara, e vinca il migliore.”

Fin qui siamo all'acquisizione del lavoro. Ma nel settore c'è una concorrenza notevole, quando è troppo centrata sul prezzo non è a rischio la qualità del risultato?

“Sì, la concorrenza è vivacissima - riconosce Danasino -: il nostro è un mercato molto ampio, che offre opportunità di lavoro a una varietà di aziende, di dimensioni e caratteristiche diverse. Sta al committente cautelarsi da brutte sorprese scegliendo la migliore combinazione tra qualità e prezzo.

Vuole allora illustrare le caratteristiche che a suo avviso si devono cercare in un allestimento di stand personalizzati di alto livello per essere meglio garantiti?

I parametri entro i quali si posizionano le prime dieci aziende italiane del settore mi sembra possano fornire un primo metro di giudizio. I fatturati vanno dai 10 ai 40 miliardi di lire. I dipendenti, considerando una media di 250 milioni di fatturato a dipendente, possono andare da 40 a 160 unità. Noi per fatturato e numero dipendenti ci posizioniamo sicuramente nel gruppo dei primi cinque.



Un altro elemento importante è la proprietà delle strutture e degli impianti. Noi disponiamo di oltre 5 mila m² coperti di aree operative e di circa 7000 m² di magazzino computerizzato, in buona parte impegnato per lo stoccaggio degli stand.

La conservazione ottimale di uno stand, tra una manifestazione e l'altra, è un elemento importante di risparmio sui costi. Alla fine di una fiera possono arrivarci oltre 20 bilici di roba da immagazzinare: la soluzione gestionale unica del nostro magazzino abbina alla pronta reperibilità delle varie parti la sicurezza di uno stoccaggio a regola d'arte.

Quanto alle unità produttive, secondo noi è fondamentale la falegnameria. Le esigenze strutturali degli stand e le istanze di carattere ecologico ci hanno portato ad un notevole sviluppo del reparto della lavorazione del legno, elemento di forza dell'azienda sin dalla fondazione. Mostrefiere è nata nel 1966 come azienda per la produzione di materiali per allestimenti, sulla base di una consolidata tradizione di lavoro nel settore della pubblicità espositiva risa-





cato, che presenta picchi di lavoro cui non ti puoi sottrarre, pena perdere il cliente, avevamo già una rete di fornitori di assoluta fiducia ai quali appoggiarci per qualsiasi evenienza. Stiamo ora allargando la collaborazione a partner in diverse parti del mondo per essere in grado di offrire sempre il miglior servizio a prezzi competitivi. Oltre a portare importanti clienti italiani in ogni parte del mondo, abbiamo clienti sull'Italia dagli Stati Uniti, dal Giappone, dalla Francia, dalla Germania, la stessa Commissione Europea, e lavoriamo per clienti esteri sull'estero.

Vogliamo allora indicare qualche lavoro di particolare rilievo?

Lo stand Alenia al *Salon international de l'aéronautique et de l'espace* del Bourget (Parigi): pavimento tutto in cristallo, su cui poggiavano aerei, elicotteri, ... è stato giudicato il più bello del salone. La mostra *I Maya* a Palazzo Grassi

lente al 1932. Grazie al nostro personale specializzato e all'impiego di macchine a controllo numerico, siamo in grado di produrre materiali espositivi su misura di qualsiasi dimensione e forma.

Molto importante è anche il reparto elettrico, che cura anche la realizzazione dei progetti di illuminazione degli stand. Eseguiamo inoltre all'interno tutte le operazioni di verniciatura delle parti che saranno poi montate e curiamo la parte grafica degli allestimenti, dalla riproduzione computerizzata di marchi e diciture fino alla loro applicazione coordinata su tutti i materiali. Abbiamo anche un reparto meccanico che si occupa di piccola carpenteria, invece per grandi lavori di carpenteria ci rivolgiamo a nostri fornitori di fiducia.

L'elemento cardine della nostra azienda è l'Ufficio Tecnico, che traduce le esigenze del cliente e del progettista in strutture e materiali espositivi funzionali, perfettamente in linea con l'immagine voluta. È

responsabile dello sviluppo dei progetti di allestimento, dallo studio di fattibilità alla realizzazione finale, della ricerca e della scelte dei materiali costruttivi e di quelli complementari: dai mobili di finitura alle apparecchiature tecniche e di servizio.

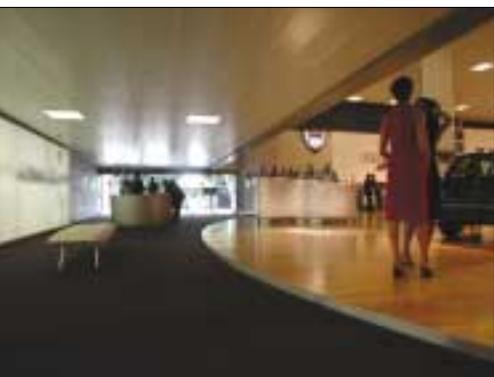
Terminata la costruzione ed eseguiti i necessari premontaggi e collaudi, collaboriamo col committente per il trasferimento dei materiali in ogni parte del mondo, coordinando trasporti e operazioni doganali. Il montaggio è sotto la responsabilità diretta dell'Ufficio Tecnico, che cura il collaudo ed è garante della consegna chiavi in mano.

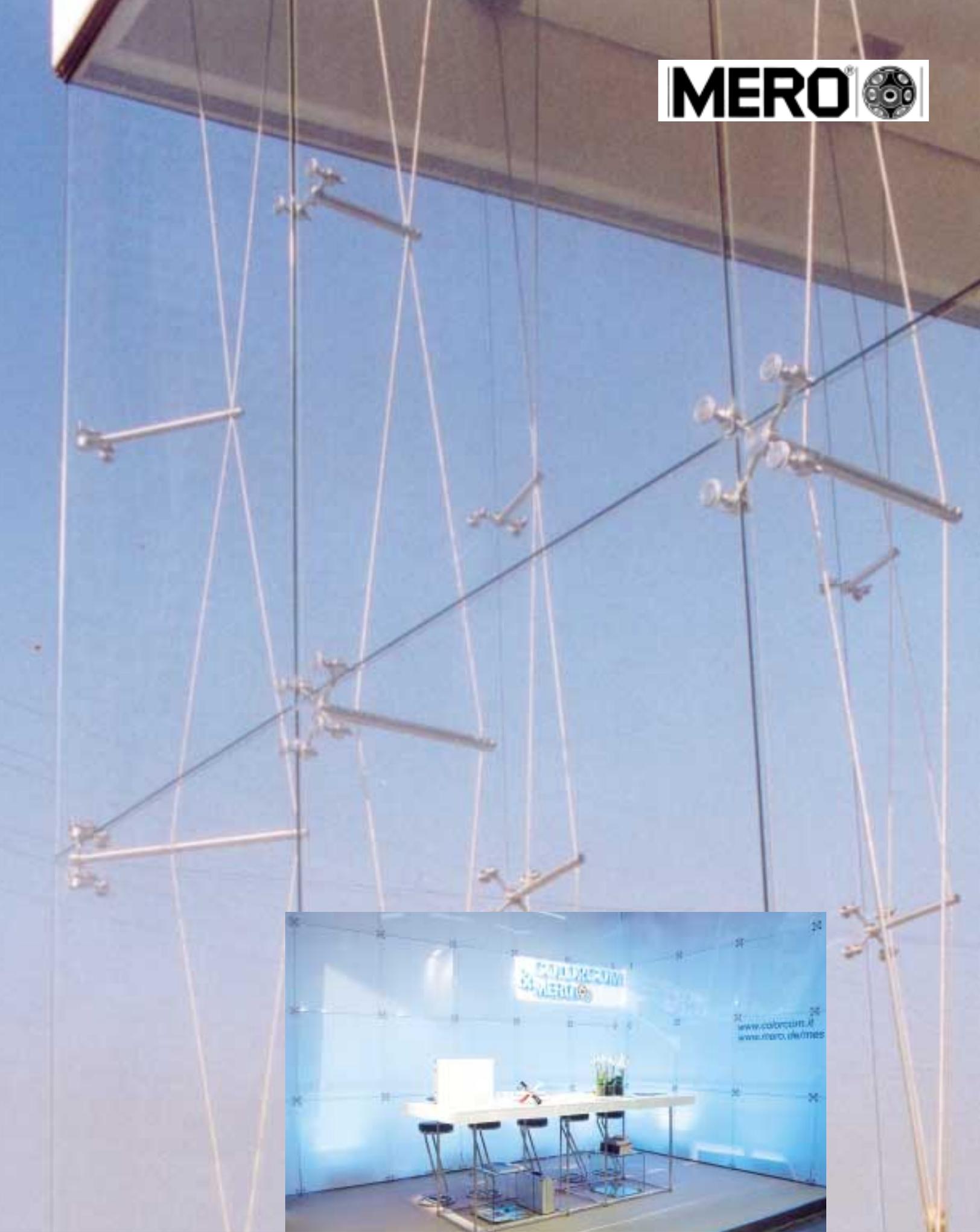
I committenti, soprattutto quelli esteri, mi sembra gradiscano la figura del general contractor, che si fa carico di tutto, compreso illuminazione, audio e video, ...

Da tempo ci siamo attrezzati per fronteggiare le sfide del mercato unico europeo e non solo. Siamo quindi in grado di assumere con successo qualsiasi responsabilità. D'altra parte, per la caratteristica del mer-

(Venezia) il cui allestimento è stato utilizzato anche in Messico. *Idea Ferrari* al Forte Belvedere a Firenze. La mostra *I Trionfi del Barocco*, alla Palazzina di Caccia di Stupinigi (Torino) su progetto dell'architetto Mario Bellini. La mostra curata da Antonio Paolucci, Soprintendente per il Patrimonio Storico, Artistico di Firenze e allestita su progetto dell'architetto Michele De Lucchi nelle Scuderie Papali del Quirinale, che propone, fino al 6 gennaio 2002, la versione quasi integrale della grande esposizione *Il Rinascimento in Italia. La Civiltà delle Corti*, tenutasi da marzo a luglio al National Museum of Western Art di Tokyo. E poi i lavori per l'Altes Museum di Berlino, i negozi Fila a New York, Borbone, le librerie Mondadori, fino ai cartelli pubblicitari, ai totem e alle pedane per l'esposizione di automobili della rete di concessionari Lancia, Alfa Romeo, ...

Per ulteriori informazioni:
www.mostrefiere.com





Sistemi di costruzione modulari

Mero: sistemi di costruzione modulari semplici e versatili

Ispirati ai modelli della natura, si applicano alle grandiose facciate e coperture vetrate di palazzi, terminal aeroportuali e stazioni ferroviarie, come agli stand fieristici e ai vari strumenti espositivi

di Gianni Pisani



Mero è una grande multinazionale leader, con le sue strutture tecnologicamente innovative, in 4 principali aree di attività: *sistemi costruttivi* (facciate e coperture vetrate: ha firmato alcune tra le più avanzate e spettacolari realizzazioni in vetro e metallo in tutto il mondo); *pavimenti galleggianti*; *tecnologie aeroportuali* e *sistemi espositivi*.

Fondata a Berlino nel 1943 dal dr. ing. Max Mengerlinghausen, la MEngeringhausen ROhrbauweise (strutture tubolari) si basa ancor oggi su un'intuizione rivelatasi sempre vincente: sviluppare sistemi di costruzione modulari, semplici e versatili, ispirati ai modelli che offre la natura.

Nel 1948 la Mero si trasferisce a Würzburg (in Bassa Franconia, Baviera - una delle più belle città della Germania) dove ha ancora il suo quartier generale e dove nel 1961 inizia la produzione dei pavimenti galleggianti.

Un'altra tappa tra le tante, nella storia della Mero è l'introduzione, nel 1978, in occasione del progetto per lo stadio di Spalato, del calcolo al computer delle strutture spaziali.

Nel 1987 Mero costruisce la più grande cupola al mondo per la la Globe-Arena di Stoccolma: 85 metri in altezza e 110 di diametro, che ottiene l'European steel construction prize ed è iscritta nel libro Guinness dei primati.

Tra le realizzazioni più recenti citiamo solo la Lehrter Bahnhof, stazione ferroviaria di Berlino, il più grande singolo ordine mai acquisito.

Mero sistemi espositivi

Accennato alla realtà Mero nel suo insieme vediamo ora sinteticamente i sistemi espositivi modulari: per stand, controsoffitti, arredamento negozi, display.

Il sistema **meroform M12**, (due foto a destra) composto di nodi, aste e travi reticolari è stato il primo ed è tuttora il più diffuso, estremamente semplice e versatile è adatto per la realizzazione di stand multipiano, con torri, volte a botte, cupole leggere per interni ed esterni.

Il sistema **4D** (foto sotto) comprende quattro sottosistemi: elementi di parete strutturali (fino a 6 metri di altezza), cavi tiranti decorativi, travi reticolari adatte anche per uso verticale, strutture a due piani con luce fino a 5 metri



Il sistema **R8**, con profili in alluminio, economico e affidabile, facile da montare e smontare, ha un'ampia gamma di parti supplementari e accessori

Il sistema **Advantec**, con pannelli leggeri larghi 1 metro (foto a sinistra in alto), facile da montare grazie alle semplicissime giunzioni, consente di realizzare pareti continue autoportanti, anche curve. Si possono aggiungere - è il concetto Advantec Shop - mensole, contenitori per brochure, elementi per illuminazione, fissandoli ai profili dei pannelli.



Il sistema a giunti **Voluma**, (foto sotto) per pareti libere, plinti, display, stand fieristici completi e arredamento di negozi è semplicemente favoloso nella sua semplicità.



Citiamo infine i sistemi di presentazione **Merolite**, fatti di robusti e leggerissimi telai in fibre di vetro e la linea **Performance**, adatta alle imprese che, facendo molte fiere, desiderano uno stand in proprietà da montare direttamente.

Per saperne di più:
Mero Italiana Spa
Tel. 045508700, fax 045508445
email: meroit@tin.it
www.meroitaliana.com



Novità dall'Oceanarium di Lisbona

L'investimento di 7.5 milioni di escudos (circa 75 milioni di lire) porterà all'ampliamento del 20% dell'area occupata dall'Oceanarium di Lisbona.



Il più grande acquario d'Europa si sta apprestando ad inserire nel suo immenso scenario nuove specie animali in pericolo di estinzione e a riservare nuovi spazi a mostre, esposizioni, spettacoli teatrali multimediali, proiezioni di documentari scientifici, attività divulgative e ricreative.

I lavori saranno portati a compimento nell'arco di due anni.

Dedicato agli oceani Atlantico, Pacifico e Indiano, l'Oceanarium ospita più di 10.000 esemplari di oltre 250 specie provenienti dalle acque di tutti i continenti. I suoi habitat naturali propongono fedelmente luoghi, temperature, venti e odori dei luoghi originali. Di particolare interesse è la vasca centrale di 5000 m³ di acqua di mare, popolata dai grandi animali marini, come squali tigre, pesci martello, mante e barracuda.

Con il pass Lisboa Card, che consente l'accesso gratuito a trasporti pubblici, 27 musei e monumenti e sconti in ristoranti, negozi e vari luoghi di interesse turistico, il costo del biglietto per l'acquario (1700 escudos, circa 16.400 lire) è ridotto del 15%. L'Oceanarium è aperto tutti i giorni dalle 10 alle 19.

Per informazioni e prenotazioni: tel. +351 21 8917002, fax +351 21 8955762; www.oceanarium.pt



La stampa digitale e i lavori di restauro

Il gruppo Masserdotti si è aggiudicato il lavoro di copertura della facciata della cattedrale di Noto in Sicilia.

Le dimensioni del telo stampato sono notevoli, circa 1000 m² di stampa che hanno richiesto l'ausilio di uomini e mezzi per essere issato sulla struttura.

L'esperienza di Masserdotti ha alle origini la decorazione dinamica, di grande effetto e impatto visivo sul pubblico; in seguito si è affiancata la decorazione statica, intesa nelle grafiche di grandi dimensioni: manifesti, posters, insegne, grandi allestimenti, fino alla copertura delle opere d'arte in fase di restauro.

Masserdotti è stato, infatti, il fautore dell'idea di utilizzare la tecnologia inkjet per riprodurre, su telo o rete in pvc, in dimensione reale, l'immagine originale della facciata di edifici di rilievo architettonico e artistico, in fase di restauro.

Risonanza mondiale ha avuto l'opera realizzata nel 1997 della facciata del Palazzo Ducale di Venezia, riprodotta su telo per un totale di 1000 m², e superata oggi da nuove riproduzioni ancora più grandi, come la recente copertura del Palazzo della Gran Guardia di Verona, 2.750 m², che ha contribuito a portare l'azienda ai vertici europei e ad essere qualificato punto di riferimento del mercato della decorazione.

Lo staff di Masserdotti comprende dei veri e propri professionisti del colore che, sapendo sfruttare a pieno le potenzialità della moderna stampa digitale, sanno fornire risposte concrete, nella logica dell'ottimizzazione dei costi e dei tempi di lavorazione. Come specialisti della pubblicità esterna, si occupano anche di fornire una consulenza efficace ai clienti, garantendo la qualità del processo operativo.

Per ulteriori informazioni: posta@masserdotti.it www.masserdotti.it

Nuove numerazioni dei voli Austrian Airlines

Dal 28 ottobre 2001, tutti i voli di linea del Gruppo Austrian Airlines, che comprende anche Lauda Air Ag, Tyrolean Airways e Rheintalflug, saranno caratterizzati da un codice comune OS.



La compagnia aerea potrà comunque essere riconosciuta dal numero di volo, grazie al nuovo e intuitivo sistema di identificazione.

I voli operati da Austrian Airlines saranno contrassegnati dalla sigla OS, seguita da un numero a due o a tre cifre. Le rotte di Lauda Air Ag avranno la sigla OS seguita da un numero compreso fra 3000 e 3999, la Tyrolean Airways, fra 5000 e 5999, la Rheintalflug (ultima acquisita dal Gruppo Austrian Airlines), fra 7000 e 7099.

In base alla nuova numerazione cambieranno tutti i numeri dei voli da e per gli aeroporti italiani con destinazione Vienna.

Info: www.austrianairlines.it



Nuovo servizio delle Poste destinato alle Imprese

Il conto BancoPostaImpresa offre, a costi contenuti, gli stessi servizi offerti da un conto corrente bancario, utilizzando però i 14.000 uffici postali informatizzati e collegati in rete. Si possono versare tutti i tipi di assegni bancari, domiciliare il pagamento delle utenze, ricevere bonifici bancari, chiedere carte di credito aziendali BancoPosta Corporate Card e BancoPosta Gold Corporate Card, emesse in collaborazione con Deutsche Bank e il circuito internazionale Visa.

Col conto BancoPosta Impresa online, a costi un po' maggiorati, si può operare via internet, per tenere sotto controllo saldi e movimenti, effettuare bonifici a favore di contocorrenti postali o bancari, emettere assegni vidimati, cioè a copertura garantita, incassare sul circuito postale disposizioni di addebito preautorizzate (equivalenti al Rid bancario), emettere bollettini premarcati (sarà Postel a spedire bollettini e lettera di accompagnamento ai debitori), ecc. Attraverso la funzione Scarico Flussi, è possibile archiviare nel proprio sistema i dati per la contabilizzazione degli incassi e dei pagamenti.

Fabrice Kron è il nuovo direttore marketing della ING

Car Lease Italia. Laurea in Economia e Commercio all'Ecole Supérieure de Commerce de Rouen, Master in lingue straniere ed economia applicata presso La Sorbone di Parigi, Kron ha iniziato la sua carriera nel 1995, nel gruppo General Electric Capital, per poi passare alla Arval Italia del gruppo BNP-Paribas.

Nel luglio 2000 è entrato alla ING Car Lease Italia come International Key Account Manager, ruolo che mantiene attualmente con la nuova carica di Direttore Marketing, assumendo anche la gestione di tutte le operazioni di marketing, marketing operativo e comunicazione above and below the line.

ING Car Lease è controllata da uno dei più importanti gruppi bancari e assicurativi mondiali, il Gruppo ING. Presente in otto nazioni europee, gestisce un parco di 82.000 veicoli (anno 2000) noleggiati a lungo termine, per un attivo di 1.288.000.000 euro, e con l'obiettivo di 100.000 auto nel 2001.

Per ulteriori informazioni: www.ingcarlease.it



Bilancio molto positivo per Sana, la vetrina dei prodotti eco-compatibili

La 13ª edizione di *Sana*, salone internazionale dell'alimentazione naturale, salute e ambiente di Bologna, ha raccolto un ottimo successo di pubblico: 100.000 presenze, a fronte di 1650 espositori (+22% rispetto al 2000) e 85.000 m² di esposizione (+20%).



Autorevoli le presenze istituzionali al Salone: il ministro della Salute, Girolamo Sirchia, intervenendo al convegno internazionale di apertura "La lotta contro l'inquinamento" ha confermato la grande attenzione del Governo per l'impatto del mondo produttivo sulla salute dei cittadini e ha annunciato un potenziamento delle attività di ricerca e di comunicazione sul grande tema della salute pubblica, un ambito nel quale lo Stato cercherà di avvalersi soprattutto di partner privati.

Il ministro delle Politiche Agricole e Forestali, Giovanni Alemanno, intervenendo al convegno "Il cibo ritrovato" sulla rintracciabilità alimentare, organizzato dalla Regione Emilia Romagna in collaborazione con il Sana, ha promesso in tempi brevi un disegno di legge che estenda a livello nazionale il sistema della rintracciabilità. Il Ministro ha anche annunciato che *SanaaRoma*, 5° salone mediterraneo dei prodotti naturali, alimentazione, salute e ambiente, che si terrà dal 7 al 10 giugno 2002 a Roma, dopo quattro anni di SanaaNapoli, ospiterà la *Seconda Conferenza Nazionale del Biologico*, a conferma del ruolo di laboratorio di Sana e SanaaRoma per le nuove proposte in tema di sostenibilità e qualità della produzione.



Allestire & Comunicare: la fiera del mondo delle fiere e dei congressi

Da pochi giorni sono aperte le iscrizioni alla prima edizione di *Allestire & Comunicare*, manifestazione dedicata al mondo delle fiere e dei congressi, che si svolgerà dal 12 al 15 giugno 2002 nelle strutture del Centro Fieristico "Il Girasole" di Milano-Lacchiarella.

I 15.000 metri² dei due padiglioni ospiteranno aziende che operano nel settore delle manifestazioni fieristiche e congressuali, fornendo attrezzature e servizi per la realizzazione di eventi grandi e piccoli.

Nel primo padiglione esporranno le aziende che si occupano di allestimenti modulari e personalizzati, cartellonistica, pavimentazioni, impianti audio e video, allestimenti congressuali, strumenti per la registrazione dei visitatori; in sostanza quello che gli organizzatori definiscono l'hardware di un evento.

Nel secondo padiglione verranno ospitate le aziende che offrono servizi: dalle agenzie di pubblicità agli stampatori, dai sacchetti per il software house. E ancora, agenzie di hostess, istituti di vigilanza, servizi di interpretariato.

Per concedere qualcosa anche alla gola, in entrambi i padiglioni esporranno le aziende che forniscono servizi di catering.

Nell'ampia area esterna verranno esposte le grandi strutture pubblicitarie, le mongolfiere e gli stand gonfiabili, gli automezzi pubblicitari e le tensostrutture.

In occasione della manifestazione verrà presentato il nuovo *Annuario delle aziende del settore*. Per inserire la propria azienda nell'annuario è sufficiente scaricare il modulo dal sito della manifestazione. L'inserimento è gratuito.

Per ulteriori informazioni:

L'Evento Srl

Tel. 02-70126363

www.allestire-comunicare.com



Sondaggio Demoskopea: gli Italiani vogliono un bagno confortevole

Saranno presentati alla 33ª Mostra Convegno Expocomfort (5-9 marzo 2002, Milano) i risultati della ricerca svolta da Astra/Demoskopea sul bagno. Secondo le anticipazioni del dottor Finzi, presidente di Astra/Demoskopea, su 47,4 milioni di italiani adulti, quasi il 3% non ha una stanza da bagno in casa.

La maggioranza dei 14-79enni ha il bagno, ma nella gran parte dei casi in condivisione con altri familiari o conviventi (35,8 milioni e dunque quasi il 76%). Chi ha in casa almeno una stanza da bagno non sempre gode di tutti gli impianti e attrezzature: l'8% non ha il wc (che è esterno all'abitazione); il 30% non ha la vasca da bagno (e il 3% usa ancora la tinozza); il 52% non ha la doccia; il 9% non ha il bidet che pure ha in Italia la massima presenza al mondo; solo il 4% è fornito di un idromassaggio; e ben 14 milioni di Italiani lamentano la disponibilità limitata di acqua calda e fredda.

Se il 44% degli italiani si dice assai soddisfatto del bagno che utilizza, il grosso del Paese vuole qualcosa di più: il che costituisce un problema sociale e una grande opportunità per il settore.



Le pr di nuova generazione: www.soundpr.it

L'agenzia di relazioni pubbliche e ufficio stampa Sound Public Relations Srl di Milano, ha realizzato con Athos, società di consulenza e sviluppo nel settore dell'Ict (www.athos.it) nel ruolo di partner tecnologico, un "sito-ambiente di lavoro".

Senza stravolgere metodi e strumenti usati abitualmente dai professionisti del settore, è stato creato un luogo virtuale per migliorare la qualità delle relazioni con informazioni condivise e selezionate, ma anche per liberare le scrivanie dalle città di carta che vi si depositano tutti i giorni, come ha sottolineato Simonetta Palmieri, amministratore di Sound Public Relations.

Dal sito si accede a due ambienti distinti: Virtu@l Press Office, dedicato ai giornalisti, e e-Xtranet, per i clienti e i progetti in corso. Athos ha realizzato un ambiente facile e intuitivo, con la possibilità di soluzioni personalizzate, con un livello di flessibilità tale da poter trasferire tutte le attività di Sound online.

Per informazioni:

info@soundpr.it,

tel. +39 0272094620

La 17ª BTC International, Firenze 28-30 novembre

- dice il presidente Carlo Gattai - è diventata l'unica esposizione al mondo a offrire una panoramica completa di tutto quanto serve a un organizzatore per realizzare con successo il proprio evento. Infatti non è solo destinazioni italiane ed estere di grande appeal, eleganti palazzi o prestigiose dimore storiche, né attrezzati centri congressi o particolari sale di raffinati grandi alberghi. La Borsa è anche aggiornate e sofisticate tecnologie (informatica, telematica, impianti e attrezzature tecnico-congressuali), oggettistica (gadget, cartelline portadocumenti, borse, omaggi per relatori...), agenzie di intrattenimenti e spettacoli, vettori (aerei, ferrovie, compagnie marittime, autonoleggi), società di catering, di interpretariato-hostess, di pubblicità e promozione, di progettazione-allestimento stand e impianti espositivi. Sono inoltre presenti i più importanti convention bureaux italiani e esteri, le Regioni italiane, vari enti pubblici e consorzi turistici, i principali enti nazionali per il turismo, le più qualificate associazioni di categoria e seri organizzatori congressuali e incentive house con cui realizzare l'evento.



Guida Mondiale delle Fiere

lo strumento d'informazione più funzionale, completo e autorevole sul mercato fieristico mondiale

Di facile consultazione, la GMF è divisa in cinque parti.

La Parte I illustra **Il mondo delle fiere** e contiene consigli per visitare con profitto una manifestazione, suggerimenti per gli espositori e informazioni utili per l'operatore *export oriented*: indirizzi di enti e associazioni fieristiche e di organismi che promuovono gli scambi internazionali, indirizzi dei Centri estero regionali italiani e i loro programmi.

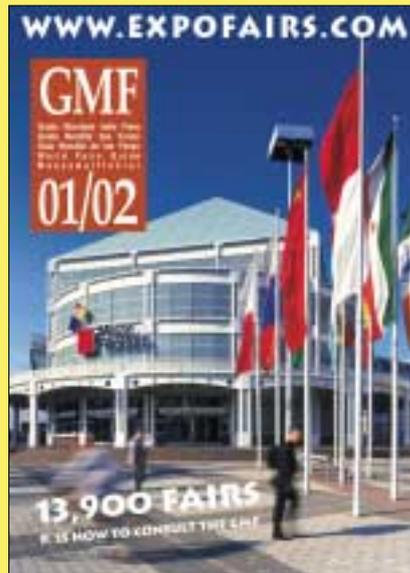
La Parte II riporta **I nomi delle fiere in ordine alfabetico**. Molto utile per quelle itineranti, consente, entrando col nome o la sigla della fiera, di rilevarne il numero progressivo e di rintracciarla subito nella Parte IV, per le informazioni più complete.

La Parte III contiene **Le fiere ordinate per categorie merceologiche**, con l'indicazione di: stato, città, data, nome della manifestazione e numero progressivo per il ritrovamento veloce nella Parte IV.

La Parte IV contiene **Le fiere ordinate per stati e città** (e quindi date e nome). Qui si trova la descrizione più completa di ciascuna fiera, con indicazione della sede espositiva, settori merceologici, statistiche. Sono forniti inoltre nome, persona di riferimento, numeri di telefono, di fax ed email degli organizzatori, degli agenti mondiali e dei rappresentanti in Italia, i cui indirizzi completi si trovano nella Parte V.

La Parte V riporta gli indirizzi di: **Sedi espositive, Organizzatori, Agenti mondiali e Rappresentanti in Italia.**

Un'alletta all'inizio della Parte IV contiene le chiavi delle abbreviazioni in cinque lingue.



Le fiere sono il canale privilegiato delle aziende per affermarsi nei mercati.

Disporre d'informazioni precise e aggiornate sulle fiere in tutto il mondo è condizione essenziale per il successo.

La GMF - Guida Mondiale delle Fiere, con le due edizioni di febbraio e di agosto, e la rivista PRISMA, vi offrono i preziosi strumenti informativi di cui avete bisogno per pianificare bene le vostre presenze.

Ciascuna edizione della GMF copre in modo approfondito l'arco di 12 mesi e contiene anche le informazioni disponibili sugli anni successivi.

La GMF 01/02 è in vendita a L 220.000/euro 113,62 (copre il periodo tra luglio 2001 e giugno 2002, e oltre)

Offerta speciale: GMF 01/02 e GMF 2002 + abbonamento alla rivista PRISMA

al prezzo scontato di L 390.000/euro 201,41 (anziché L 500.000)

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.expofairs.com

Cedola di commissione libraria, da spedire alla PIANETA Srl, via A. Sismonda 32 - 10145 TORINO TO - Fax 011747294

Ditta/Persona interessata
Indirizzo CAP Località Prov.
Cod. fisc. P. Iva Tel. Fax
Email URL (sito web)

Inviateci:

prezzi validi per l'Italia, comprensivi di Iva e spese di spedizione per corriere

- GMF 01/02** a L 220.000/euro 113,62
 GMF 01/02 + abbonamento a PRISMA (6 numeri) a L 260.000/euro 134,27
 offerta speciale GMF 01/02 + GMF 2002 (uscita marzo 2002) a L 360.000/euro 185,92
 offerta speciale GMF 01/02 + GMF 2002 + abbonamento a PRISMA (6 numeri) a L 390.000/euro 201,41 (prsm)

Alleghiamo documentazione:

- versamento sul conto corrente postale n. 11861101 intestato a Pianeta Srl, via A. Sismonda, 32 - 10145 Torino di L
 accredito vostro conto corrente n. 000001051752 - CIN Z - ABI 06320 - CAB 01012, Banca CRT, Ag. 12 - Torino di L
 assegno a Pianeta Srl, n. della Banca di L

Addebitate la nostra carta: Visa MasterCard n. scadenza di L

Cognome e nome dell'intestatario data di nascita

Per ulteriori informazioni: tel. 011747600 fax 011747294 email: info@expofairs.com <http://www.expofairs.com>

Lione: l'Espace Alto esalta le capacità polifunzionali di Eurexpo

A giugno 2002 la decisione se potenziare ulteriormente l'attuale struttura in Lione o creare un nuovo quartiere fieristico vicino all'aeroporto Saint Exupéry

di Maria Luisa Negro



Nel cuore dell'Europa, a metà tra le Alpi e il Mediterraneo, nella regione Rhône-Alpes, la seconda in Francia per ricchezza e la prima per produzione industriale, Eurexpo, il Centre de conventions et d'expositions di Lione, è apprezzato per la sua polivalenza, l'apertura internazionale e il dinamismo. Dal 1° gennaio 2002 tali caratteristiche saranno esaltate dall'apertura dell'Espace Alto (vedi immagine sopra).

I lavori in corso, dell'ammontare di 120 milioni di franchi, prevedono l'apertura di un nuovo ingresso visitatori a nord, la sistemazione della viabilità interna col collegamento all'entrata visitatori ovest, e soprattutto la costruzione dell'Espace Alto, situato dietro la hall 3 e collegato con una passerella esterna alla hall 5 adiacente. In totale 7200 m² su tre piani, con sale riunioni, zone di esposizione e convention, e capacità da 10 a 10.000 persone. Il nuovo edificio potrà essere utilizzato come spazio indipendente o supplementare in occasione di grandi saloni, e permetterà ogni possibile configurazione. 1500 posti macchina supplementari porteranno la capacità di parcheggio del quartiere a 6500 posti.

L'Espace Alto, che si aggiunge agli Espaces Domino (13 sale di riunione da 20 a 850 posti) esalterà ulteriormente la vocazione polivalente di Eurexpo, che vanta un gran numero di convention e eventi aziendali anche indipendenti dalle manifestazioni fieristiche. La polivalenza e modularità delle sue strutture permettono infatti a Eurexpo di accogliere una vasta gamma di manifestazioni: grandi saloni internazionali, saloni nazionali, convention, presentazioni di prodotti, riunioni, serate di gala, concorsi, forum, show... Il cuore di Eurexpo è il Dôme, al centro del complesso, con la funzione di raccordo tra le varie hall espositive. Qui sono riuniti tutti i servizi: biglietteria, guardaroba, ufficio cambi, rivendita di giornali e tabacchi, ristoranti, bar, ecc.

Numeri in costante crescita

Attualmente Eurexpo vuol dire 1 milione e mezzo di visitatori l'anno, 15.000 espositori, più di 200 eventi, 95.000 m² di area espositiva, suddivisi in 11 hall modulari climatizzate da 2000 a 11.000 m² e alte sino a 12 m, con 100 accessi.

Nell'esercizio 2000/2001, chiuso a giugno di quest'anno, si sono tenuti 38 saloni, di cui 14 aperti al pubblico e 24 aperti

ai soli operatori professionali. Di essi ben 14 erano internazionali, 7 le matricole. In totale gli espositori sono stati 14.287, e i visitatori 1.428.131.

Alcuni saloni hanno conosciuto un forte sviluppo, come il *Salone internazionale degli alimentari (Sirha)* alla cui ultima edizione hanno presenziato 1540 espositori (di cui 200 esteri) e 164.000 visitatori (di cui 6195 esteri, da 75 paesi), o *Pollutec* che ha accolto 1642 espositori (+27%) e 59.987 visitatori (+4%), o *Piscine* con 342 espositori (+16%) di cui 116 esteri (+29%) e con 12.407 visitatori (+16%) di cui 3.102 esteri (+8%), o il *Salone europeo della carrozzeria industriale e del trasporto* che ha accolto 404 espositori (+19%) e 28.213 visitatori (+25%) di cui 3182 esteri. Anche i risultati economici dell'esercizio sono stati davvero buoni: il gruppo Eurexpo (Cofil, Sepel e SepelCom) ha realizzato un fatturato consolidato di 274 MF, con un utile netto di esercizio di 49 MF.

Ma ora lo spazio non basta più: i saloni sono aumentati di numero, visitatori ed espositori

sono in crescita, servono nuovi spazi espositivi, più alti livelli di funzionalità e accoglienza.

Un nuovo quartiere fieristico?

Oltre all'ampliamento nord, Eurexpo intende aumentare la superficie espositiva del quartiere sino a 150.000 m². I lavori potrebbero iniziare dall'autunno 2004 intanto con la creazione di un nuovo padiglione di 10.000 m² nel prolungamento della hall 6.

Però, la questione di fondo è se ingrandire il quartiere attuale o crearne uno nuovo fuori città, vicino all'aeroporto Saint-Exupéry, beneficiando anche della futura linea Rer.

Occorrerà tener conto, nella scelta, di ogni possibile ricaduta: dell'impatto causato dall'allontanamento dal centro città, del peso del pedaggio autostradale per chi si recherà in auto al nuovo quartiere, della necessità che il vecchio quartiere funzioni in attesa del nuovo, del futuro del quartiere attuale, della questione dell'indebitamento e delle immobilizzazioni non ammortizzate, delle difficoltà del periodo di passaggio.

Sono al lavoro tre commissioni miste (Grand Lyon, Conseil Général, Ccil, Aéroport Lyon-Saint Exupéry) per valutare ogni possibile aspetto giuridico e fiscale, i punti critici, l'integrazione e le ricadute sull'aeroporto Saint Exupéry. Una decisione di massima sarà presa a giugno 2002.

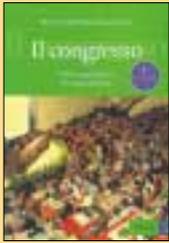


Maria Cristina Dalla Villa

**Il congresso
Dalla progettazione
all'organizzazione**

Etas, Milano 2000
pp. X-198, L. 39.000

Questo volume, giunto alla terza edizione, esamina le fasi dell'organizzazione



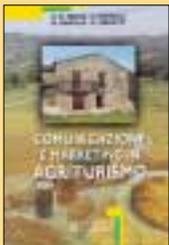
congressuale, dalla scelta delle sedi, alla stesura del budget, alle figure professionali coinvolte, ai contratti in uso, alla normativa. Sono state aggiornate leggi, case histories e presentate le novità operative legate all'internet.

R. Di Muzio, F. Faggioli, M. Manilla, E. Tibiletti

**Comunicazione
e marketing
in agriturismo**

Calderini Edagricole, Bo 2001
pp. X-94, L. 44.000

Questo manuale offre agli agricoltori-imprenditori e ai futuri operatori agrituristici



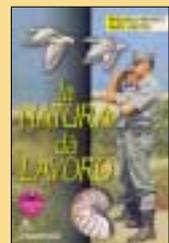
uno strumento di conoscenze nel campo della comunicazione e delle tecniche di marketing per ottimizzare il proprio lavoro e fare investimenti giusti per promuovere l'immagine dell'azienda puntando al massimo risultato economico.

Francesco Petretti, Marta Visentin

La natura dà lavoro

Edagricole, Bologna 1999
pp. X-86, L. 25.000

Raccomandata dal WWF, questa guida offre informazioni e consigli a chi vuole unire la passione



per la natura a un'occasione di lavoro e reddito. Sono presentate realistiche opportunità e suggerimenti su percorsi formativi e professionali, dalla ricerca universitaria, alla comunicazione, ecc.

**Cfi: internazionalizzazione
delle imprese con le fiere**

Emanazione della Confindustria, il Cfi (Comitato fiere industria) è lo strumento di aggregazione e rappresentanza di quella parte considerevole e significativa del sistema fieristico italiano che organizza e promuove le maggiori fiere internazionali per l'industria che si svolgono in Italia.

Il motto che ispira l'azione del Cfi è: *Fiere al servizio delle reali esigenze delle imprese*. Per questo, secondo il Cfi, il sistema fieristico italiano deve essere sempre più competitivo rispetto a quelli dei Paesi concorrenti e deve avere chiaro l'obiettivo di favorire l'internazionalizzazione delle imprese, fondamentale requisito in tempi di economia globale.

Pertanto il CFI si adopera a che: • la legislazione italiana sia costantemente in linea con quella vigente nei Paesi leader dell'Europa delle fiere; • il sistema fieristico italiano sia dotato di strutture espositive e servizi ai più alti livelli di qualità e gestiti con elevata professionalità; • siano razionalizzati gli interventi pubblici, in modo che siano concentrati sulle iniziative di autentico livello internazionale; • siano privilegiate, in particolare, le iniziative che tengono conto delle reali esigenze delle imprese, con un occhio particolare alle medie e piccole, che nelle fiere hanno il principale strumento di promozione e di apertura ai mercati internazionali; • il ser-



vizio fieristico si adegui tempestivamente all'evoluzione del mercato globale, affinando lo strumento espositivo, privilegiando sempre e comunque il sistema produttivo italiano espressione del made in Italy.

Per avere visibilità e peso nell'ambito delle istituzioni europee, dal 1993 il Cfi ha aperto un ufficio a Bruxelles dove opera all'interno della delegazione confindustriale di Bruxelles, cercando di monitorare le aree di possibili interventi giuridico-normativi delle istituzioni comunitarie.

Per saperne di più:
www.cfonline.net

**Mediainonda e Internet Mediasurfer:
Agenda del giornalista II e III**

Mediainonda, il secondo volume dell'Agenda del giornalista, mette in evidenza il crescente successo della free-press: poche notizie di politica, tante news di cronaca cittadina, sport, spettacoli e lavoro - un'informazione che punta ad essere di compagnia durante un viaggio - ne costituiscono l'aspetto vincente.

Casi esemplari? *Metro*, nato nel 2000 e distribuito a Roma, ha dichiarato nel 2000 una tiratura di 250.000 copie; *Leggo*, quotidiano gratuito a tiratura nazionale, nato nel maggio 2001 è già distribuito nelle stazioni ferroviarie e metropolitane di Roma, Torino, Milano, Venezia, Napoli, Firenze e Bologna.

Particolare attenzione è riservata al fermento nel mondo radio-televisivo, con la pubblicazione del primo contratto giornalistico delle "piccole", e all'informazione via satellite. Nello Speciale elezioni,

Mediainonda si occupa della questione relativa al cambio dei vertici degli organismi di categoria che puntano "ad avere più aderenza fra le istituzioni giornalistiche e il Consiglio nazionale dei giornalisti", come dichiarato dal neo presidente dell'Ordine, Lorenzo Del Boca.

L'indagine sullo sviluppo in internet di quotidiani, periodici, agenzie di stampa ed e-zine è oggetto dell'Osservatorio Italia Media on line di **Internet Mediasurfer**, terzo volume dell'Agenda del giornalista.

La recensione dei siti riguarda solo le pagine con contenuti informativi e giornalistici, con gruppi di discussione, documenti, banche dati e chiavi di ricerca.

La sezione relativa all'Italia rivela un incremento di tutti i media on line, ad eccezione dei periodici e delle radio.

Per quanto riguarda i paesi esteri, Internet Mediasurfer

recensisce i siti di interesse giornalistico in Europa, Asia, Africa, Canada, Stati Uniti, America Latina e Oceania.

Fra i 100 siti più visitati dai giornalisti americani, spicca un dato: l'interesse per l'applicazione delle leggi sulla privacy.

Nei 11 a sezione estera, dedicata al villaggio globale, si trovano le electronic magazine, suddivise per categoria e radio e tv stream on line.

Per informazioni:
www.agendadelgiornalista.it



Building & Construction China, dal 2002 a Pudong (Shanghai)

La 7ª edizione si terrà il 21-24 maggio 2002 nel nuovo Centro fieristico di Pudong

Edilizia in crescita nella Repubblica Popolare Cinese, dove il governo sta programmando lo spostamento nei prossimi anni di 400 milioni di cinesi dalle campagne verso le città e i nuovi centri residenziali.

L'edilizia, con tutti i suoi comparti, rappresenta il motore più importante dell'economia cinese, considerato il tasso medio di crescita del settore del

12% in questi ultimi anni. Che d'altronde la Cina sia un Paese in forte sviluppo è segnalato dalle proiezioni per il 2001, con la previsione di una crescita del Pil del 7,9%, nonostante l'aria di crisi che incombe su molti Paesi. Si tratta pertanto di un mercato appetibile e gli Italiani se ne sono accorti visto che le esportazioni italiane verso la Cina hanno ripreso la crescita a due cifre nel primo semestre dell'anno. E l'ingresso della Cina nel Wto dovrebbe facilitare ulteriormente l'importazione di prodotti esteri.

Ritornando all'edilizia, anche le fiere cinesi del settore conoscono un periodo di vacche grasse se è vero che la *Building & Construction China* di Shanghai, la più grande ed

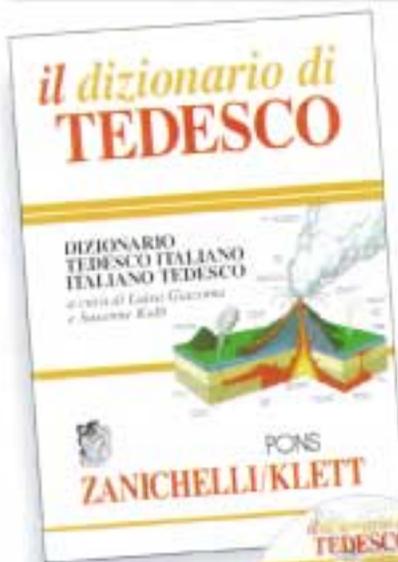
importante fiera cinese, specialmente per quanto riguarda i settori bagno e cucina, deve spostarsi, per poter soddisfare tutte le richieste degli espositori, al Nuovo Centro Espositivo Internazionale di Pudong (Shanghai) inaugurato in ottobre. La nuova sede espositiva, con padiglioni monoplanari e senza colonne, come vogliono i moderni criteri di funzionalità, è stata voluta e costruita dalla Fiera di Monaco e dalla fiera di Düsseldorf, insieme al Comune di Shanghai.

Qui si terrà, dal 21 al 24 maggio 2002, la 7ª edizione della *Building & Construction China* che spazierà, insieme a saloni collaterali collegati (*Kitchen & bath China, Heating, ventilation, air-condi-*

tioning & domo China, Ceramics, marble & stone China, Window, door & security Shanghai) su tutti i campi dell'edilizia, della cucina e del bagno, impianti e domotica, ceramiche e marmi, porte, finestre e sicurezza.

Alla scorsa edizione erano presenti 634 espositori su 32.200 m² espositivi, con una forte presenza estera, ed erano oltre 100.000 gli operatori professionali invitati. Anche per il 2002 è prevista la partecipazione di tutte le più importanti e conosciute Aziende di settore.

Per informazioni, contattare l'ufficio della Fiera in Italia: *Corexpo Italia (Treviso) tel. 0422766694; fax 0422 765070; info@corexpoitalia.it; www.corexpoitalia.it*
Spedizioniere ufficiale: *Otim Spa Sig. Giuseppe Rapetti tel. 0269912251*



122 000 lire (63,67 euro)
vocabolario con
CD-ROM per
WINDOWS
144 000 lire (74,37 euro)
solo il CD-ROM
98 000 lire (50,67 euro)

lo ZINGARELLI 2002

VOCABOLARIO
DELLA
LINGUA ITALIANA
di Nicola Zingarelli

- 2176 pagine
- oltre 134 000 voci con oltre 370 000 significati
- oltre 40 000 locuzioni e frasi idiomatiche
- oltre 71 000 etimologie e 81 000 datazioni
- 4500 illustrazioni in b/n e 420 a colori
- inserti di terminologia sistematica, note d'uso, appendici

il dizionario di TEDESCO

DIZIONARIO TEDESCO ITALIANO
ITALIANO TEDESCO
a cura di Luisa Giacomini e Susanne Kolb

- 2400 pagine
- oltre 122 000 voci con oltre 210 000 accezioni
- segnalazione della vecchia e della nuova ortografia tedesca
- indicazione della pronuncia dei lemmi mediante segni diacritici
- 32 tavole a colori di nomenclatura con 198 illustrazioni e didascalie bilingui



122 000 lire (63,67 euro)
vocabolario con
CD-ROM per WINDOWS
144 000 lire (74,37 euro)
solo il CD-ROM
98 000 lire (50,67 euro)

ZANICHELLI

Zanichelli editore SpA, via Imenio 34, 40126 Bologna, tel. 051/293 111, fax 051/249 782



www.zanichelli.it

Turismo alle corde, appello al governo degli operatori

No ai tagli all'Enit per la promozione, il senatore Pedrini propone una ristrutturazione congiunta Ice-Enit. Secondo Chianello, presidente Cisalpina Tours, tengono i viaggi d'affari, in ginocchio il turismo

di Giovanni Paparo

Dopo una serie di allarmi e appelli accorati, le associazioni di categoria Assotrail, Assoviaggi, Astoi e Fiavet, hanno indetto una manifestazione per il 6 novembre, in piazza Santi Apostoli a Roma, per sollecitare un intervento urgente del governo a sostegno del settore, ormai alle corde dopo i gravi attentati negli Stati Uniti.

Chiedono lo sgravio totale degli oneri sociali, almeno fino al 30 aprile 2002, per il personale dipendente e parasubordinato, la proroga al 31 dicembre 2002 e l'estensione temporanea anche alle aziende con meno di 50 dipendenti della cassa integrazione guadagni straordinaria e dell'indennità di mobilità, la riduzione dell'aliquota Iva al livello più basso applicato nei paesi europei e l'attivazione di una linea di credito agevolato in conto interessi.

Molte aziende sono vicine al collasso: si parla infatti di un calo delle prenotazioni del 50% e di una flessione degli affari di 2000 miliardi entro quest'anno, per i tour operator, e di un crollo del 70% negli incassi delle agenzie di viaggi. Si paventa inoltre un calo di 2,5 milioni di unità nelle presenze estere, in questi ultimi mesi dell'anno, con un mancato introito di 610 miliardi di lire, pari alla retribuzione annua di 21.000 addetti. Il perdurare della tendenza negativa potrebbe portare ad una contrazione di 6,6 milioni di presenze nel 2002 con una perdita di 1600 miliardi di lire.

“Sono fiducioso nella ripresa del turismo in Europa ed in Italia in particolare - ha detto il direttore generale dell'Enit, Piergiorgio Togni, al Congresso straordinario Fiavet di Riva del Garda -, ritengo che gli Europei resteran-

no di più in Europa, anche a causa di una campagna stampa e tv che ha assunto i toni di un vero e proprio martellamento.

Per quanto riguarda l'Enit, il piano straordinario di investimenti per la promozione turistica dell'Italia all'estero, prevedeva per i prossimi tre anni uno stanziamento di 15 miliardi di lire. L'ultima finanziaria, peraltro non ancora votata, prevede però dei tagli del 25%. Fra i primi progetti da portare a termine c'è l'investimento verso nuovi mercati quali il coreano, il cinese, l'indiano e l'Europa dell'est, area per la quale occorrerà rivedere anche la politica dei visti.”



Piergiorgio Togni

Su questi tagli abbiamo registrato una dura presa di posizione del senatore della Margherita, Egidio Pedrini, incontrato al Salone nautico internazionale di Genova:

“Il turismo è una delle strutture portanti della nostra economia, e dovremmo fare di tutto per sostenerlo. Invece manca una politica coerente del turismo, una politica adeguata per le strutture ricettive e ora si tagliano i fondi all'Enit per la promozione dell'incoming. Se proprio vogliamo risparmiare vediamo allora se è possibile rivalutare il sistema di promozione all'estero in un quadro di



Egidio Pedrini

razionalità, con una ristrutturazione congiunta di Ice e Enit.

Ricordo una ricerca di qualche anno fa relativa al mercato Usa, ma che ha una valenza più ampia, dove risultava che il 40% delle persone scelgono una destinazione turistica sulla base di esperienze gastronomiche, quindi la promozione di cibi, vini delle nostre regioni (Ice) dovrebbe andare di pari passo con quella turistica (Enit). Bisognerebbe fare la doc per i ristoranti italiani nel mondo che garantiscono l'impiego di prodotti genuini italiani.”



Pasquale Chianello

La Cisalpina Tours opera sia nel viaggi d'affari che nel turismo di vacanza, e per la sua dimensione nazionale (85 agenzie) è un osservatorio particolarmente rappresentativo.

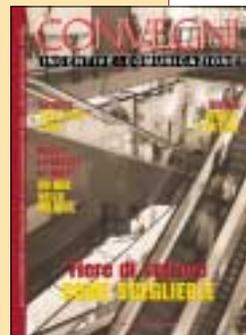
“Nei viaggi d'affari - ci ha detto il presidente Pasquale Chianello - abbiamo registrato un calo proporzionato alla riduzione dei voli che c'è stata sull'Atlantico e al rallentamento dell'attività del Nord America, l'Europa ha tenuto di più. C'è invece un calo fortissimo nel turismo, 70-80%. La gente in vacanza vuole tranquillità, oggi ha paura. Sono scomparsi i paesi dell'Islam, ma anche altre destinazioni. Il settore è stato messo in ginocchio in un momento già difficile, occorrono subito interventi straordinari di sostegno. C'era già la crisi delle compagnie aeree, che vanno aiutate.”

Rosella Negri, responsabile fiere della Kuoni Gastaldi Tours relativamente a tale settore ci ha detto: “Subito l'impatto è stato circoscritto. Novembre e dicembre tradizionalmente sono mesi tranquilli per le fiere, bisognerà vedere dopo. Le imprese sono interessate alla ripresa dell'economia e quindi c'è da sperare che le fiere tengano.”

Fiere di settore: istruzioni per l'uso

Il numero di settembre/ottobre 2001 del mensile *Convegni* ha pubblicato un articolo dedicato alle fiere del turismo, prendendo in esame sia quelle generiche sia quelle legate al Mice (Meeting, Incentive, Conference, Events).

L'analisi di questi eventi e della loro utilità come strumento di marketing e comunicazione, supportata da interviste agli addetti ai lavori, ha dimostrato come le fiere del settore turistico, mantengano la loro validità e la funzione di luogo privilegiato per stringere nuovi contatti, vedere ed essere visti. Nel folto panorama internazionale, le fiere del Mice che riscuotono più favori sono la *Btc* di Firenze, l'unico appuntamento qualificato in Italia, il *Confex* di Londra, l'evento più innovativo del settore, e l'*Eibtm* di Ginevra, un must da non perdere per l'internazionalità e la qualità dei contatti. Tra le fiere del turismo, dall'indagine di *Convegni* sono risultate imperdibili l'italiana *Bit* e il *World Trade Market* di Londra.



Il Centro Congressi Torino Incontra si allarga nel palazzo Borsa Valori

Presto un bosco-giardino con cascata d'acqua nell'antistante piazzale Valdo Fusi e un parcheggio sotterraneo con 675 posti auto

di Caterina Bertone



Il Centro Congressi Torino Incontra nel marzo 2002 festeggerà il 10° anno di attività. È infatti nato nel 1992 per volontà della Camera di commercio di Torino col fine di valorizzare la città come sede congressuale oltre che come meta turistica, e per rispondere alle esigenze di incontro, confronto e dibattito tra le varie realtà produttive della città.

Moderna struttura, frutto di un accurato restyling, nel cuore della città a pochi passi dalla stazione ferroviaria e dal terminal aeroportuale, vicino ai più prestigiosi alberghi e musei di fama internazionale come il Museo Egizio, l'Armeria Reale, la Galleria Sabauda, Torino Incontra offre un servizio alla clientela che comprende la gestione degli spazi e una gamma completa di apparecchiature tecniche.

La struttura dispone di 5 sale principali, da 47, 57, 99, 161 e 341 posti, cui si aggiungono quattro salette da 10 a 15 posti, tutte arredate secondo canoni ergonomici che consentono visuale e acustica perfette. Le più attuali tecnologie multime-

diali assicurano la massima funzionalità in ciascuna fase congressuale: proiezioni da computer, collegamenti con l'internet, un impianto di traduzione simultanea per cinque lingue in contemporanea e un sistema di videoconferenza in grado di collegare i congressisti in tempo reale, col resto del mondo, mediante l'utilizzo di linee telefoniche dedicate Isdn.

Gli spazi bar, la Torino Hall e l'ampio foyer sono aree polivalenti, particolarmente indicate per la loro configurazione e dotazione di corpi illuminanti, ad ospitare non solo eventi conviviali cocktail e coffee-break, ma anche esposizioni commerciali e mostre di carattere culturale.

Il Salone dell'ex Borsa Valori

L'edificio della Borsa Valori, recentemente acquisito da Torino Incontra, fu edificato nel 1956 sul progetto degli architetti Gabetti, Isola e Raineri, e comprende il salone per il pubblico e uffici ammini-

strativi e direzionali ai piani superiori, dove ora vi sono gli uffici di Torino Incontra.

La pianta quadrata è sormontata da una calotta centrale, sostenuta da otto pilastri angolari, ne risulta un salone privo di colonne interne con una superficie di 1250 m² circa, coperto da una complessa orditura di travi, con un'altezza media di 12 metri.

Il progetto di ristrutturazione del palazzo prevede l'adattamento del salone esistente ai



nuovi utilizzi ipotizzati - sala espositiva di prodotti merceologici; sala congressi per 800 persone; sala convention e ricevimenti per 800 persone; sala espositiva per mostre temporanee di tipo socio-culturale - attraverso il livellamento del piano di calpestio della zona centrale (recinto di grida), il ripristino del sistema di condizionamento, l'installazione di apparecchiature specifiche (illuminazione, impianti audiovisivi) secondo la configurazione richiesta di volta in volta dalla clientela utilizzatrice.

Tutto il complesso sarà agibile ai portatori di handicap. I lavori si concluderanno nel 2003.

Oltre alla concessione delle sale, il Centro Congressi si è da sempre posto quale motore propo-

sitivo per eventi culturali nei più diversi campi. Significativa è la collana di ben 15 volumi tratti dagli atti delle conferenze direttamente organizzate e sostenute dall'Azienda Torino Incontra. Ultimi tra questi "La città che cambia" e "Come può una città vincere o perdere le Olimpiadi".

In vista delle Olimpiadi del 2006 la città di Torino si sta adoperando in ristrutturazioni, abbellimenti architettonici e nella costruzione di strutture ricettive. Un fermento cui non si sottrae l'area antistante il Centro Congressi Torino Incontra.

Il piazzale Valdo Fusi

In questo quadro ha preso il via la ristrutturazione del piazzale Valdo Fusi. I lavori che dovrebbero essere ultimati nel 2003, prevedono la realizzazione di una piazza-giardino al centro una serra-giardino d'inverno e la realizzazione di un parcheggio interrato su due piani della capacità di 675 posti. Parte dell'area sarà pavimentata con lastre in pietra e cubetti di porfido e ospiterà i percorsi pedonali, una cascata d'acqua e un dehors.

L'alternanza di spazi bosco e di parti più formali a giardino, l'attenzione alle componenti cromatiche nel variare delle stagioni, la presenza dell'acqua, caratterizzano un'immagine ricca e articolata.



Visual Communication: evento europeo per gli operatori della comunicazione visiva

di Roberta Milanaccio

Quattro mesi prima della sua apertura, aveva già esaurito il 98% dei 25.000 m² disponibili; a due mesi, il 100%: Visual Communication, la grande manifestazione europea per fornitori e clienti della comunicazione visiva e dei mezzi pubblicitari, è in programma a Fiera Milano dal 9 all'11 novembre 2001.

La larga partecipazione di espositori stranieri ne fa una vetrina internazionale per l'area mediterranea, investendo anche i settori insegnistica e cartellonistica, stampa digitale grande formato, serigrafia, tampografia e pop, incisoria e fresatura leggera.

Tre sono gli aspetti caratterizzanti della manifestazione: l'attesa del lancio dei nuovi prodot-

ti da parte degli espositori qualificati, gli eventi speciali dove sono proposte dimostrazioni di nuove applicazioni, ed infine i seminari tecnici che offrono l'opportunità di una formazione professionale costante.

Insegne di prestigio

Oro puro per insegne, cornici e oggetti promozionali: le nuove tecnologie permettono l'applicazione dell'oro con processi che riducono notevolmente i tempi di applicazione. In collaborazione con la Siggold Corporation, la Roland Europe e la Spandex, Reed Visual Italia presenterà l'applicazione di pellicola autoadesiva in oro a 22 carati, con l'utilizzo di sistemi cad/cam, relatori degli insegnanti americani.

Stampa digitale

La stampa digitale grande formato all'interno dell'investimento pubblicitario in Italia e la forza del marchio saranno discussi nel seminario sulle novità della stampa digitale.

Dalla Harvest Fine Art (Usa), Ernesto Rodriguez presenterà la stampa d'arte in digitale, dalla tiratura limitata, alle competenze tecniche e di marketing, alla scelta del supporto.

Incisione digitale

Nel seminario "Marketing e tecnologia al servizio dell'incisoria e della fresatura leggera", saranno trattati dove, come e perché si sviluppa il marketing nell'incisione; la costruzione meccanica e il pilotaggio elettronico

degli assi delle macchine a controllo numerico; il nuovo sistema di misura e copiatura a 4800 mm/min, lo sviluppo del cad/cam per il superamento dei limiti della tecnologia di copiatura; le applicazioni del laser nell'incisoria.

Serigrafia

Per il seminario sulla serigrafia, ci saranno due interventi: le nuove opportunità di sviluppo, a cura del Siasprint Group, e le implicazioni tra tecnica digitale e serigrafia, a cura di Fespa e Quasar. Al termine del seminario, si terrà la premiazione del quinto Concorso Seriprint "Il telaio d'argento", quest'anno dedicato a Umberto Brasa del Siasprint Group, per riconoscere eccellenza e innovazione nell'industria serigrafica.

Per informazioni: Reed Visual Italia Srl, viscomit@tin.it, www.visualcommunication.it

Manfrotto Trading al Click-up di Bari e all'Ibts di Milano



Dal 29 settembre al 1° ottobre si è tenuta a Bari, al Teatro Team, la 18ª edizione di Click-up, Foto show professionale. Durante i tre giorni della manifestazione, Manfrotto Trading ha presentato tutti i nuovi prodotti, con la possibilità di chiedere spiegazioni e dimostrazioni ai tecnici presenti nello stand.

Fra le proposte, per la divisione foto, spiccano i treppiedi in fibra di carbonio della serie Carbon°One, il pantografo Iff Compact, l'Ise macroflash

composto da un'unità centrale con attacco a slitta e due flash orientabili, oltre a numerosi accessori per il controllo della luce. Per la divisione video, Manfrotto ha progettato teste fluide dedicate alle moderne telecamere Eng e compatte digitali, con l'utilizzo di materiali innovativi, per ridurre peso e ingombro.

Per la divisione digitale, sono stati presentati i nuovi modelli di fotocamere della linea Roundshot, per riprese orbicolari in versione digitale, e i dorsi Betterlight, basati sulla tecnologia a scansione, che permettono il trasferimento immediato su mac o pc, già in formato tiff-rgb.

Manfrotto ha inoltre partecipato a Ibts, International audio, video, broadcasting, motion picture and telecommunication show, tenutosi a Fiera Milano dal 4 al 10 ottobre scorsi.

Info: www.manfrotto.it

Pack-Mat 2002 prende forma: delineato il programma degli incontri

Per la seconda edizione di Pack-Mat, mostra dei materiali, dei prodotti e delle soluzioni per imballaggio e confezionamento (Bologna, 7-9 febbraio 2002), è già garantita una buona presenza di espositori: oltre 100 hanno difatti già riservato uno spazio espositivo.

Nell'edizione 2001, ha avuto notevole successo il programma di seminari svolti nelle tre giornate di manifestazione. Per il 2002, l'Istituto Italiano Imballaggio, che collabora con Ipack-Ima Srl società che organizza la mostra, ha quindi messo a punto un programma

di incontri che integra e arricchisce il panorama espositivo.

Nella prima giornata, gli incontri sono rivolti a un target costituito da uomini di marketing. Tre casi aziendali, scelti per illustrare il ruolo del packaging nella strategia di comunicazione, saranno analizzati sia da esponenti aziendali, sia da agenzie di pubblicità.

La seconda giornata verterà su interventi di contenuto tecnico interessanti per produttori di imballaggi e utilizzatori. Relatori italiani o europei illustreranno per i vari materiali le prestazioni e le caratteristiche che li rendono adatti a processi o impieghi. È prevista una relazione sul packaging per l'e-commerce.

Dedicata a manager e responsabili degli uffici acquisti, l'ultima giornata ha in programma interventi su temi connessi alle innovazioni tecnologiche relative alla pre-stampa.



Epson Stylus C40Ux: stampante di qualità, a colori e risparmiata

Una buona idea per un regalo di Natale, la stampante Epson Stylus C40Ux, le cui caratteristiche sono: stampa di qualità a getto d'inchiostro in quadricromia, praticità di funzionamento e molteplicità di applicazioni.

Semplice da usare e destinata in particolare agli utenti di prima informatizzazione che operano sia in ambiente Windows che Macintosh, è lo strumento di lavoro ideale anche per studenti o liberi professionisti che svolgono la loro attività a casa o in piccoli uffici.

Il costo d'acquisto è davvero contenuto: lire 124.000 + Iva, così come i costi di gestione, ed è garantito il risparmio energetico conformemente al programma internazionale Energy Star, cui aderisce Epson.

Stylus C40Ux adotta l'esclusiva tecnologia Epson Advan-

ced Micro Piezo con Epson Variable-sized Droplet che, grazie alla modulazione dell'inchiostro depositato dalle gocce (sino all'Ultra MicroDot da 6 picolitri), consente di produrre stampe dai colori brillanti con sfumature morbide e naturali. Il rendimento dell'inchiostro, inoltre, è stato migliorato grazie all'ottimizzazione nella fase di caricamento iniziale.

La risoluzione dell'immagine è di 1440x720 dpi, la massima risoluzione si ottiene con l'utilizzo del driver e dipende dal sistema operativo e dal tipo di carta utilizzata (fotografica, opaca ad alto spessore, carta comune, carta speciale, lucidi per proiezioni). L'ampia gamma di carte creative messe a disposizione da Epson consente di utilizzare la stampante per hobby o divertimento e per la stampa di immagini di qua-

lità fotografica: bozze di ricerche o di tesi, grafici, lettere e documenti da archiviare, biglietti d'auguri, inviti, partecipazioni, ecc.

La velocità di stampa raggiunge i valori di 8 ppm per testi in bianco e nero e 3,9 ppm per la stampa a colori, se si vuole una stampa a risoluzione fotografica occorrono circa 2 minuti per foto 10x15 cm e circa 5 minuti per foto formato A4: un'ulteriore conferma delle elevate prestazioni di una stampante funzionale e affidabile. La stampa è bidirezionale.

Il design essenziale e compatto, per il minimo ingombro, e i tasti multifunzione collocati sulla parte superiore della stampante assicurano funzionalità e praticità di utilizzo. Il pulsante di accensione consente di eseguire la prima installazione



della

cartuccia d'inchiostro

senza ricorrere al computer, quindi ancor prima di aver configurato il driver di stampa. Il tasto di manutenzione svolge altre funzioni, quali il caricamento della carta, la pulizia della testina e il cambio della cartuccia prima che l'inchiostro sia completamente esaurito.

La versatilità della stampante è garantita dalla compatibilità con Windows 98, Windows 2000 e Windows Me e Mac (il Macintosh deve essere dotato di porta Usb). La stampante è corredata da un vassoio di raccolta fogli a scomparsa. Garanzia: 1 anno, estensibile a tre.

Gino Bertone

Ottimismo per MedPrint 2002: saranno presenti i big del settore

Preparativi in corso e ottimismo per la 2ª edizione di *Medprint*, che si terrà alla Mostra d'Oltremare di Napoli dal 25 al 27 ottobre 2002, con l'organizzazione di Centrexpo.

La mostra delle tecnologie per l'industria grafica, editoriale e cartotecnica mediterranea nacque nel 1999 come strumento specifico di promozione per portare macchinari, tecnologie, hardware e software per la stampa nei mercati del Centro e Sud Italia, prendendo atto della scarsa propensione degli operatori locali a spostarsi al Nord per visitare fiere specializzate. Alla 1ª edizione parteciparono 265 espositori e 8400 visitatori su un'area espositiva di 10.000 m²: un buon successo, quindi.

Per l'edizione del 2002 si sono già iscritte 83 aziende: nomi di prestigio come Bobst,

Indigo, Kba, Komori, Man Roland, Müller Martini, Ntg Digital, Tera. Sensibile l'aumento nella richiesta di spazi espositivi: in alcuni casi è raddoppiata. Gli organizzatori prevedono di giungere al limite della capienza del quartiere. A novembre partirà la campagna stampa sulle riviste specializzate.

Il marchio MedPrint, cioè della più grande fiera di meccanica strumentale ospitata a Napoli - ci tiene a sottolineare l'organizzatore -, contrassegnerà fin dai primi mesi del prossimo anno una serie d'iniziativa rivolte al mondo degli utilizzatori, promosse in collaborazione con associazioni professionali e di categoria, che prenderanno spunto dal programma svolto per la 1ª edizione e dal percorso di avvicinamento realizzato per Grafitalia 2001.

Info: www.centrexpo.it

A vertical advertisement for an exhibition. At the top, the text 'ALLESTIRE & comunicare' is written in a stylized font, with 'ALLESTIRE' in large white letters and '& comunicare' in smaller white letters below it. Below this, in yellow text, it says 'Salone dell'allestimento, della comunicazione e dei servizi per operatori fieristici e congressuali'. The dates '12-13-14-15 Giugno 2002' are prominently displayed in large yellow font. Below the dates, it says 'IL GIRASOLE - Milano - Lacchiarella'. At the bottom, there is a large, stylized graphic of a sun or flower in white and yellow. At the very bottom, in small white text, it reads 'SEGRETERIA ORGANIZZATIVA: L'EVENTO SRL - Tel. 02.70.12.63.63 - Fax 02.70.12.99.99' and 'Sito web: www.allestire-comunicare.com'.

Per allestire uno spazio non bastano i lampi di genio.
Per allestire uno spazio, prima di tutto bisogna tenere presenti
le persone che lo abiteranno, le loro esigenze.
Bisogna immaginare e realizzare un ambiente da vivere
- un giorno, un anno, un secolo - confortevole, piacevole, comunicativo.
E allora bisogna che l'allestitore sappia
circondarsi di tecnici e operai validi, di progettisti creativi,
di tecnologie avanzate, scegliere i materiali migliori,
comprendere a fondo le esigenze del Cliente, dare forma alle sue idee...
è questa l'essenza del nostro lavoro, la garanzia della sua riuscita.
È questa l'idea che abbiamo in mente.

Interfiere
diamo forma alle idee



Interfiere srl

via Pastore, 7
10024 Moncalieri
Torino/Italia
telefono 011.64.71.780
fax 011.68.13.857
www.interfiere.it
intfiere@tin.it

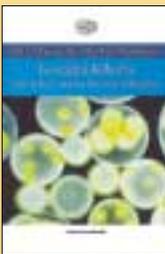


John Maynard Smith,
Eörs Szathmáry

**Le origini della vita
Dalle molecole organiche
alla nascita del linguaggio**

Einaudi, Torino 2001
p. VI-282, L. 36.000

Scritto in
maniera
semplice,
da due
grandi stu-
diosi della
biologia
contempo-
ranea, que-
sto saggio ripercorre la storia
della vita focalizzando su
otto momenti dell'evoluzio-
ne, che hanno generato teo-
rie, critiche e infiniti dibattiti.

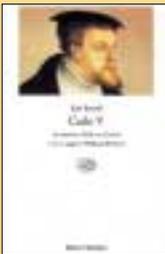


Karl Brandi

Carlo V

Einaudi, Torino 2001
pp. L-658, L. 28.000

Utilizzan-
do un con-
siderabile
numero di
fonti - dai
documenti
d'archivio
alle tele di
Tiziano,



alle memorie e lettere di
Carlo V - Brandi costruisce la
biografia del pensiero e del-
l'agire politico dell'imperato-
re chiamato a governare dalla
suprema volontà di Dio.

Benjamin Constant

**La libertà degli antichi,
paragonata a quella
dei moderni**

Einaudi, Torino 2001
pp. LXII-176

La presen-
te edizione
si propone
di definire il
significato
della nota
conferenza
di Constant,



tenuta al-
l'Athénée Royal nel 1819 e
diventa testo teorico, e di
come si collochi nel pensie-
ro constantiano e nel quadro
dello sviluppo del pensiero
liberale.

Successo Piab a Grafitalia

A Milano Piab ha presentato la propria linea di pompe per vuoto e soffio dedicate all'industria grafica



La Piab è una multinazionale svedese che da più di 30 anni opera nel settore del vuoto industriale. Da circa 7 anni produce una linea di pompe per vuoto destinata all'industria grafica, in sostituzione delle pompe elettriche che, storicamente, equipaggiano le macchine da stampa e confezione, offrendo benefici, sia per la produzione (richiedono una manutenzione ridottissima e consentono di ottimizzare i consumi energetici), sia per la qualità dell'ambiente lavorativo (sono silenziose e non producono calore).

Piab Italia ha partecipato per la seconda volta a Grafitalia, svoltasi a giugno a Milano, presentando al grande pubblico di utenti finali e costruttori la propria linea di prodotti destinati alla grafica. Nello stand era visibile la linea completa di pompe per vuoto e soffio pneumatiche, che sfruttano il principio dell'eiettore multistadio (brevettato da Piab nel 1971). L'aria compressa di alimentazione viene fatta espandere in stadi successivi, generando un effetto di aspirazione. Non essendoci organi in movimento, la manutenzione è ridotta al minimo (la semplice sostituzione dei filtri), e non vi è alcuna generazione di calore. L'espansione in stadi successivi, inoltre, consente di sfruttare al massimo l'energia dell'aria compressa di alimentazione.

Grande risalto è stato dato soprattutto al Cabinet PVBS (Piab Vacuum & Blow System), un sistema studiato per equipag-

giare le macchine da stampa su foglio. Si tratta di un armadietto al cui interno sono alloggiato fino a otto pompe (configurate per aspirazione o per soffio), collegato a un computer che, per mezzo di un software di controllo realizzato da Piab, regola la pressione di alimentazione di ogni pompa in funzione del pro-

dotto che si sta stampando. Un solo computer è in grado di controllare fino a 24 pompe, con la possibilità di memorizzare le impostazioni delle pompe, lavoro per lavoro, e di richiamarle in tempi brevissimi. Si riducono così i tempi di cambio formato, non essendo più necessario regolare manualmente le pompe, e i costi di produzione, in quanto il sistema consente di produrre solo il vuoto e il soffio necessari al lavoro in corso.

“L'afflusso di visitatori nello stand è stato continuo - ha detto l'amministratore di Piab Italia, Giuseppe Di Masi - ottimi i contatti coi maggiori produttori mondiali di macchine per grafica, con alcuni dei quali è stata avviata una collaborazione, al fine di offrire nuove macchine che pongano maggiore attenzione all'ambiente e alle condizioni di lavoro degli addetti.”

Gioacchino Napoli



Memorizzare i dati di stampa

Aumentare la produttività delle macchine da stampa con il PIAB Vacuum & Blow System.

Il sistema controlla tutte le funzioni di aspirazione e soffio della macchina con la massima precisione.

Le impostazioni per i differenti formati di stampa vengono memorizzate e richiamate quando si ripresentano le stesse condizioni operative, con una netta riduzione dei tempi di cambio formato.



PIAB Italia s.r.l. - Via Schiaparelli, 10 - 10148 Torino
Tel. 011.226.36.66/011.226.31.81 - Fax 011.226.21.11 - E-mail: piab@piab.it

www.piab.com

Giuseppe Cimaglia,
Patrizio Rossi
**Danno biologico.
Le tabelle di legge**

Giuffrè, Milano 2000
pp. XII-316, L. 40.000

L'opera affronta gli aspetti inerenti l'evoluzione del diritto ed i principi costituzionali, gli aspetti terminologici e le varie definizioni di danno biologico che hanno accompagnato l'iter giurisprudenziale normato col D.Lgs. n. 38/2000 e col D.M. 12/7/2000.



Gennaro Giannini
**Il risarcimento
del danno alla persona
Nella giurisprudenza**

Giuffrè, Milano 2000
pp. XII-366, L. 48.000

A due anni dalla scomparsa di Gennaro Giannini, esce la seconda edizione della sua opera



sul risarcimento del danno alla persona, argomento di grandissima eco negli anni recenti. Mantenendo per quanto possibile immutato il pensiero dell'autore, si dà ampio risalto al dibattito su più equi criteri di risarcimento.

Mario Civetta,
Arturo Florimo
**Associazioni
e fondazioni**

Giuffrè, Milano 2000
pp. XII-516, L. 60.000

Il volume tratta della disciplina legislativa relativa alle associazioni e fondazioni, sotto il profilo della loro natura giuridica, delle disposizioni normative che ne regolano il funzionamento, della qualificazione tributaria e del relativo regime contabile.



Il Piemonte a China Vinitaly

di Massimo Franceschi



Enzo Ghigo

Con 31 aziende del settore enologico e alimentare, di cui 26 vinicole e 5 dolciarie, la Regione Piemonte partecipa al 4° China Vinitaly, Salone del Vino, Olio e del Prodotto Tipico Italiano - che si svolge a Pechino dal 7 al 10 novembre 2001 nell'ambito della China International Agricolture Exhibition, quella che per i cinesi è la fiera per antonomasia.

L'occasione di confronto è colta insieme ad altre quattro regioni italiane Veneto, Marche, Campania e Sicilia tutte protagoniste di una vetrina internazionale cui partecipano tutte le Province cinesi ed alcuni Paesi europei.

L'iniziativa - resa possibile dalla collaborazione di Ministero per il Commercio Estero, Regione Piemonte, Ice di Pechino, Camera di Commercio Italiana in Cina, Centro Estero Camere Commercio Piemontesi, Slow food e Icif - vede la presenza della delegazione istituzionale in missione a Pechino. A guidarla è il presidente della Regione Piemonte Enzo Ghigo accompagnato dal direttore dell'assessorato Commercio e Artigianato della Regione, insieme ad alcuni consiglieri regionali; sono presenti, inoltre, Presidente e Direttore del Centro Estero delle Camere di Commercio

Piemontesi, il Presidente dell'Api di Torino, Presidente e Segretario della Confartigianato Piemonte, dirigenti e funzionari regionali, di gruppi bancari, dell'Unione Industriale di Torino, giornalisti.

Teatro degli incontri lo stand della Regione Piemonte, contornato da quelli degli operatori e che si articola in vari spazi atti ad accogliere le esigenze di addetti ai lavori e visitatori: due bureau-reception, un angolo evocativo delle antiche tecniche e del lavoro di un tempo rappresentato da oggetti coevi quali il torchio e la brenta; inoltre, l'area messa a disposizione dalla Regione, per la degustazione dell'Asti Spumante e svariati punti-salotto per le trattative. Coronano il tutto la colonna audiovisiva che ospita televisori che trasmettono immagini del Piemonte e presentano l'evento di Torino 2006, il sipario delle Marionette Lupi, di antica tradizione torinese, che si apre sulla vicenda della principessa Turandot nel suo costume tradizionale tra i dignitari ed i draghi del suo palazzo, in scena al suono dell'omonima opera di Giacomo

Puccini. Sugli sfondi coloratissime gigantografie illustrano il settore della viticoltura piemontese.

Nei laboratori del gusto promossi da Regione e Slow food il programma è accattivante: si spazia dalle conserve piemontesi, alla bagna caoda con verdure, dall'anatra agli aromi alle tentazioni del cioccolato e per concludere il tandem Bianchi del Piemonte-ravioli cinesi alla volta di un golosissimo "Viaggio nel paese delle meraviglie". La cena di gala offerta dalla Regione Piemonte e a cura dell'Icif di Costigliole d'Asti l'ap-

puntamento conclusivo con le specialità piemontesi per autorità italiane e straniere: tra gli ospiti d'onore il vice governatore del Sichuan,

Provincia con la quale la Regione ha stipulato un protocollo di collaborazione. Non mancano schede economiche della Regione e l'opuscolo "Piemonte Istruzioni per l'Uso" in lingua cinese eppoi vino Asti Spumante, panettoncini "Piedmont made", magliette e portachiavi col logo regionale.

La presenza istituzionale della Regione, che segnala l'importante rapporto con Pechino nella valenza dei giochi olimpici di Torino 2006 e di Pechino 2008, non sarà limitata a questa città; una parte della delegazione seguirà il Presidente Ghigo a Shanghai, fino in Mongolia per impostare nuovi rapporti tra Regioni in aree che vedono la presenza di aziende piemontesi del campo tessile, della componentistica auto e della ristorazione.

Una curiosità: il primo ristorante italiano a Ulaanbaatar, capitale della Mongolia è stato aperto dal Presidente dell'Associazione Cuochi di Torino che è anche titolare di uno dei più prestigiosi ristoranti della provincia torinese.



Delegazione italiana in Giappone

CMP Asia è il nuovo nome di Miller Freeman Asia,

organizzatore indipendente di fiere per l'Asia e fornitore di informazioni business-to-business, attraverso le sue pubblicazioni e i siti web.

Peter Sutton, presidente e capo azienda di CMP Asia, ha sottolineato che "sotto il nuovo nome, la compagnia continuerà a offrire gli stessi servizi professionali". Manager e staff, presenti nelle 11 maggiori città dell'Asia e negli Stati Uniti, continueranno ad organizzare le manifestazioni e le pubblicazioni, con l'obiettivo di una costante crescita.

I settori d'interesse sono: gioielleria e regali, pelle, information technology, tecnologie per l'industria, nautica, mobili e arredi, bellezza, carta e imballaggio, salute e alimentari, edilizia. CMP Asia ha i suoi uffici principali in Hong Kong.

Per saperne di più: Jennifer Law, jenniferlaw@cmpasia.com.



Fiera Milano ospiterà la 18ª Fluidtrans Compomac,

biennale su trasmissioni di potenza e movimento, comandi, controlli e progettazione, dal 20 al 23 febbraio 2002. Fluidtrans Compomac, organizzata da F&M Srl, promossa da Assiot, Assofluid, Vnu Business Publications Italia e col patrocinio di Aipi, Cetop ed Uerotrans, presenterà le nuove frontiere della mecatronica e del motion control.



Per gli operatori del settore, si tratta di un osservatorio ideale per l'evoluzione dei componenti oleoidraulici, pneumatici, meccanici, elettrici, orientati verso soluzioni personalizzate, flessibili e complesse, con grande attenzione all'integrazione con l'elettronica e l'informatica e, contemporaneamente, alla riduzione dei costi.

L'importanza delle nuove tecnologie, in particolare quelle legate al motion control, estensione intelligente degli organi di trasmissione, verrà sottolineata dando spazio, in un apposito padiglione, a tutte le aziende leader del settore.

Il 7º Expodental a Fiera Madrid dal 14 al 16 marzo

L'edizione 2000 di Expodental, Salone internazionale di attrezzature, prodotti e servizi per l'odontoiatria ha registrato la presenza di 216 espositori diretti, su una superficie netta espositiva di 8264 m², e più di 16.000 visitatori. L'ampliamento del quartiere fieristico di Madrid consentirà una crescita del 25% dell'area espositiva, in risposta al consenso suscitato dalla manifestazione tra i professionisti del settore.



A beneficiare dell'ampliamento del quartiere di Madrid, sarà anche Matelec, Salone internazionale sui materiali elettrici ed elettronici, in calendario dall'8 al 12 ottobre 2002. Per l'undicesima edizione, è previsto un incremento del 20% degli espositori rispetto all'edizione 2000, che aveva coinvolto 800 compagnie su 55.000 m².

Per saperne di più si possono visitare i siti delle due manifestazioni: www.expodental.ifema.es e www.matelec.ifema.es

Sisters Italia è rappresentante di Fiera Milano Spa

dal luglio 2001 per l'Ungheria e la Repubblica Ceca. L'attività sarà svolta sul posto e in collaborazione con agenzie di viaggio locali, per contribuire al processo di internazionalizzazione delle manifestazioni di Fiera Milano, verso i Paesi di prossima associazione all'Ue.

Attraverso le campagne di informazione che Sisters Italia sta lanciando, si prevede un aumento dei visitatori qualificati provenienti dall'Ungheria e dalla Repubblica Ceca, ma anche la presenza di nuovi espositori.

Torino nel 2002, Fameta e Optatec, due importanti

biennali organizzate da P. E. Schall in Germania.

Il primo appuntamento è con la 18ª edizione di Fameta, Fiera internazionale per la lavorazione dei metalli, dal 23 al 27 aprile 2002, presso il Centro Fieristico di Norimberga. I settori d'interesse



sono numerosi: apparecchiature per controllo e misurazione, attrezzature elettriche ed elettroniche per macchine utensili, centri di lavorazione e macchine speciali, macchine per l'asportazione della lamiera, per citarne alcuni. Con oltre trent'anni alle spalle, Fameta trova sempre nuovi riscontri ad ogni edizione: nel 2000, hanno esposto più di 700 ditte provenienti da 16 paesi, disposte su 30.000 m², e hanno partecipato 27.000 visitatori.

Il secondo appuntamento, dal 18 al 21 giugno 2002, è con l'industria ottica. Il 6º Optatec, Fiera specializzata per l'ottica e l'optoelettronica, presso il Quartiere Fieristico di Francoforte sul Meno, coinvolgerà circa 500 imprese tedesche e estere, spaziando dall'ottica classica all'ottica a fibre. Uno degli aspetti chiave di questa manifestazione, è la presentazione di componenti ottici necessari alle ditte che si occupano dei prodotti più disparati, senza trascurare la loro produzione e i controlli. Completano il programma seminari di approfondimento, condotti da esperti del settore.

Al Nippon convention center, l'International Plastic



Fair celebrerà la sua 4ª edizione dal 9 al 13 novembre 2002.

Evento triennale leader nel settore dell'industria della plastica e della gomma, l'International Plastic Fair ha coinvolto nella sua ultima edizione

795 aziende e associazioni, di cui 320 provenienti da 24 paesi, su un'area netta di 24.111 m²; i visitatori sono stati 68.768, oltre ai 5511 esteri.

L'Ip è una delle tre maggiori fiere del settore, con K in Germania e Npe negli Stati Uniti, e spazia dalle materie prime, ai semilavorati, ai prodotti finiti, ai macchinari di processo primari e secondari.

Informazioni utili sul sito www.a-tex-co.jp/plastics

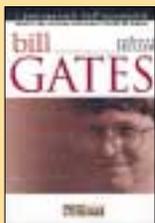
Robert Heller

Bill Gates

Il rivoluzionario del software leader dell'era dell'informazione

Il Sole 24 Ore, Milano 2000 pp. 112, L 29.000

“Un computer su ogni scrivania e in ogni casa.” Seguendo questa semplice massima, il fondatore della Microsoft ha creato una straordinaria fortuna, valutabile in oltre 100 miliardi di dollari, divenendo così uno dei fenomeni imprenditoriali della nostra epoca.



Robert Heller analizza le competenze chiave che contraddistinguono la genialità di Bill Gates e presenta una serie di lezioni di approfondimento che mostrano come utilizzare le sue tecniche.

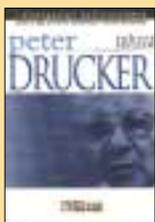
Robert Heller

Peter Drucker

Il grande pioniere del pensiero e delle tecniche manageriali

Il Sole 24 Ore, Milano 2001 pp. 112, L 29.000

Considerato un maestro fra gli esperti di management, Peter Drucker è stato il primo a definire l'arte del management efficace. La profonda influenza esercitata in tutto il mondo sulle idee e i metodi del management ancora oggi non conosce rivali.



Robert Heller, in questo volume, rivela la straordinaria capacità di Drucker di comprendere le tendenze del business e presenta una serie di lezioni di approfondimento che insegnano a mettere in pratica le sue innovative teorie.

Franchising & Partnership e Borsa internazionale del Turismo

Due eventi Expo Cts illustrati dal presidente Adalberto Corsi di Umberto Marzolla

Attraverso l'organizzazione di Franchising & Partnership, Salone internazionale delle formule innovative nel commercio e nei servizi - la 16ª edizione a Fiera Milano dal 9 al 12 novembre 2001 - Expocts da diversi anni, segue l'evoluzione del mondo della distribuzione, dei sistemi tradizionali, di franchising ed di e-commerce.

Come osservato da Adalberto Corsi, presidente di Expo Cts, i dati dell'edizione 2000 parlano di un evento di alto livello, che rientra fra i primi tre del settore al mondo: su 18.000 m², erano presenti quasi 300 espositori e oltre 24.000 visitatori.

Essere i primi in Europa è il risultato ottenuto con l'attenzione per format differenziati, dal franchisor di piccole dimensioni, alle grandi realtà nazionali e internazionali interessate a entrare sul mercato italiano; presentando brand qualificati e di riferimento per il settore; offrendo una visione completa dello scenario e delle

sue tendenze, con particolare attenzione all'internet; cercando di essere formazione e servizio al tempo stesso.

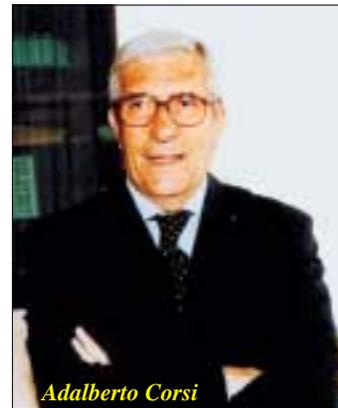
Sono tre le sezioni dell'esposizione: Franchising, punto di riferimento e occasione per presentarsi al mercato o espandere una rete in Italia e all'estero; E-commerce, per approfondire le realtà del business on-line e delle nuove tecnologie; Shop project, vetrina di fornitori e allestitori commerciali, che propongono soluzioni e servizi per adeguare i punti vendita al nuovo trade.

Insieme a Franchising & Partnership, si svolgono Expo Tour e Expo Food.

La Bit dal 20 al 24 febbraio

Altro importante appuntamento di Expocts è la Bit, Borsa Internazionale del Turismo (20-24 febbraio 2002). I tratti caratteristici della 22ª edizione saranno la qualità nei contenuti, nei servizi e nella comunicazione.

La costante crescita della Bit, con 140.000 m² di superficie espositiva nel 2001, è il risulta-



Adalberto Corsi

to di un lavoro attento sulla qualità, in particolare, sull'ottimizzazione dei servizi per sfruttare al meglio tutte le potenzialità dell'evento: dalla razionalizzazione degli spazi espositivi, con l'inserimento di desk informativi in ogni padiglione e ampliamento della larghezza dei corridoi di collegamento alla limitazione della presenza di visitatori al sabato e alla domenica, a favore di un pubblico selezionato; ai servizi di bus e navetta, con i principali alberghi di Milano.

Per quanto riguarda i convegni, saranno in numero inferiore, con l'intenzione di puntare alla massima qualità dei contenuti e dare maggior risalto all'aspetto formativo.

Info: www.expocts.it

Appuntamento a novembre con la logistica a Basilea e nuove date per i saloni dell'orologeria Basel e Sihh



Dal 6 al 9 novembre, si terrà a Basilea L 01, quarto Salone internazionale della logistica integrata, con un'ampia gamma di proposte per la tecnica di magazzino e movimentazione merci, trasporto, distribuzione e imballaggio, informatica e consulenza.

Nell'ambito di L 01, l'esposizione speciale Logistica ed e-Business, presenterà ai visi-

tatori tendenze e soluzioni pratiche per il business to business.

Due i seminari organizzati al suo interno: *Supply Net Management*, dove si parlerà delle possibili soluzioni per le aziende che devono affrontare la concorrenza internazionale scatenata dall'espansione della globalizzazione e dall'avvento di internet; *Management dell'ottimizzazione della catena di processi nell'ambito della logistica*, dove sarà presentata la configurazione delle strutture di rete agili dal punto di vista economico ed ecologico da integrare nelle catene di processi della logistica.

Durante il salone sarà assegnato dalla Schweizerische Gesellschaft für Logistik il premio svizzero della logistica 2001.

Ad aprile 2002 Basel e Sihh

Basel, Salone mondiale dell'orologeria e della gioielleria, si svolgerà a Basilea dal 4 all'11 aprile 2002, mentre il Sihh, Salone internazionale d'alta orologeria, si terrà a Ginevra dall'8 al 15. Le nuove date sono state decise dagli organizzatori per favorire i visitatori ed espositori internazionali, che potranno così partecipare più agevolmente a tutti e due gli eventi.

www.logistikmesse.ch
www.baselshow.com

Autumn Fair Birmingham vetrina dell'avanguardia del design

Prossimo appuntamento al Nec, dal 3 al 7 febbraio 2002 per la Spring Fair

L'Autumn Fair Birmingham (2-5 settembre) propone da anni l'avanguardia del design e pure questa volta fornitori e produttori da ogni parte del mondo hanno presentato al National Exhibition Centre (Nec) le tendenze per gli articoli regalo e gli accessori per la casa.

Dopo lo stacco di diversi anni, The Prince's Trust ha fatto ritorno all'Autumn Fair con circa 22 imprese che hanno esibito ceramiche, porcellane, cristalli, quadri, stampe, orologi. Art in the home, in collaborazione con The Picture Business Magazine, ha messo in evidenza gli andamenti del settore nel labirinto delle offerte. Domestic Bliss

ha messo in scena ambientazioni sulle zone della casa dove si aprono le scale.

La popolarissima Academy of Excellence è tornata per il secondo anno all'Autumn, portando l'attenzione sui giovani designer inglesi. Organizzata dal British European Design Group, con la collaborazione dell'Audi Foundation, ha premiato alcuni dei migliori studenti delle scuole d'arte, giudicati da una commissione di esperti provenienti dalle più importanti industrie del settore.

Nei primi due giorni dell'esposizione, la Carlin International, una delle maggiori autorità in fatto di previsione delle tendenze della moda, ha curato una serie di seminari,

basandosi su ampie indagini di mercato. Nei successivi due giorni, è stata data l'opportunità, agli organizzatori che ne avevano fatto richiesta per tempo, di promuovere gratuitamente la propria attività direttamente con seminari e presentazioni destinate ai clienti.

La Launch Zone era dedicata a nuovi editori che non hanno esposto ad alcuna fiera nel Regno Unito nel 2001 e che stanno lanciando i loro prodotti sul mercato britannico per la prima volta.

Complessivamente si può dire che l'Autumn Fair Birmingham ha mosso il lento andamento dell'economia inglese, attraverso i sostenuti risultati di vendita per la mag-

gior parte dei 2000 espositori che hanno preso parte al salone. La presenza di quasi 2000 visitatori in meno, fra nazionali e internazionali, rispetto alla passata edizione, non ha costituito un insuccesso. Come ha osservato Peter Osborne di Special Efx, infatti, si è trattato di un caso di qualità piuttosto che di quantità. Ci sono stati, infatti, meno compratori che, però, hanno speso di più.

Il prossimo appuntamento è con la Spring Fair 2002, dal 3 al 7 febbraio; mentre l'Autumn Fair tornerà al Nec, dall'1 al 4 settembre 2002.

Per ulteriori informazioni: Universal Marketing, tel. +39 06 4181240, universal@theta.it



Taormina Gift Fair: la fiera dove il mercato c'è

Taormina Gift Fair, fiera dell'artigianato d'arte, del regalo e della bomboniera, farà il suo esordio a Taormina, nella sede espositiva del Palalumbi, dal 24 al 26 novembre 2001.

Secondo stime della Federbomboniere Confcommercio, i comparti della bomboniera, del regalo e dell'artigianato rappresentano una quota importante dell'attività imprenditoriale del Sud. Nei settori considerati, si contano circa 3 mila punti vendita soltanto tra Calabria e Sicilia. Esiste però l'oggettiva difficoltà di un consistente numero di operatori del settore a prendere parte alle rassegne fieristiche nazionali, sia per gli elevati costi che per la rete di collegamenti spesso disagiata. Dai dati emerge, infatti, che soltanto una quota che va annualmente dal 10 al 15 per cento di

tali operatori si mette in viaggio per iniziative fieristiche organizzate nel Centro e nel Nord Italia.

La soluzione è possibile e si riassume con uno slogan che ha tutta l'efficacia di un'idea imprenditoriale concreta e semplice: la fiera dove il mercato c'è.

È questa la motivazione che ha portato gli organizzatori della prima edizione di Taormina Gift Fair a lanciarsi nella nuova sfida. Organizzare una manifestazione fieristica nel contesto di Taormina - luogo suggestivo, ma anche in grado di offrire servizi alberghieri e ricettivi per tutte le esigenze, e sede collaudata di eventi internazionali - è sembrata la scelta ideale, offrendo il giusto spazio e rappresentando un'occasione di promozione per ciascun produttore dei settori artigianato, regalo e bomboniera.



Firenze Bomboniere rilancia il settore

Alla Fortezza da Basso, dal 26 al 29 ottobre 2001, si tiene Firenze Bomboniere, Fiera della bomboniera, della cerimonia e della festa.

Il programma prevede varie iniziative e attività collaterali per promozione e rilancio del settore. Le novità riguardano sia l'ampliamento delle occasioni cui ci si rivolge (compleanni, party, pensionamenti, oltre ai tradizionali battesimi e nozze), sia il coinvolgimento di nuovi settori di produzione (tessile, carta, casalinghi, solo per citarne alcuni), con l'obiettivo di fare degli operatori specializzati consulenti della cerimonia, con la qualificazione come caratteristica vincente.

La versione virtuale della fiera è visitabile on-line al sito www.emil.it/firezebomboniere. Un convegno sull'Euro e un seminario sull'e-commerce si svolgono nel corso della rassegna.

Agenti, dettaglianti, grossisti locali e produttori hanno la possibilità di giocare in casa, con reciproco profitto, occasione che attendevano da tempo e che già sta ottenendo entusiastiche adesioni.

La rassegna, rigorosamente riservata ai soli operatori professionali, avrà anche un ricco programma di iniziative collaterali - vari incontri tecnici, laboratori tematici per l'approfondimento tecnico sull'impiego creativo di diversi materiali e seminari di aggiornamento professionale, per promuovere il rilancio dei comparti interessati.

Oltre 87mila i visitatori di Macef Autunno 2001



Macef Autunno 2001, la grande mostra internazionale dedicata al sistema casa-regalo e all'oro-argento, si è chiuso con la visita del sindaco di Milano Gabriele Albertini, che ha dedicato a Macef buona parte della mattinata, visitando numerosi padiglioni. "È un grande Macef - ha commentato - che ci ha permesso di lustrarci gli occhi. Mi ha fatto piacere fare non una inaugurazione ufficiale, ma una visita in corso d'opera, in presa diretta con l'attività della fiera in pieno svolgimento. Non posso che condividere la soddisfazione degli organizzatori."

In 4 giorni di intensa attività i visitatori sono aumentati di oltre il 3% sulla corrispondente edizione del 2000, superando gli 87mila; gli espositori sono stati 3500, 400 esteri provenienti da 50 paesi; tutti i 40 marchi italiani della grande distribuzione, e 132 marchi esteri da 14 paesi, sono stati registrati al buyer's club, l'esclusiva struttura di assistenza ai maggiori acquirenti; è stato inoltre attuato un rilancio in grande stile del comparto oro-argento, che ha posto le basi per ulteriori iniziative future e una stretta collaborazione col mercato dei diamanti di Anversa.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti" osserva Piergiacomo Ferrari, presidente di Fiera Milano International, che organizza la manifestazione. "Macef ha reagito in modo eccellente ai cambiamenti imposti dal mercato. Ha proposto agli operatori un'aggregazione merceologica completamente rinnovata, più adatta all'evoluzione della distri-

buzione. Era una scommessa, come ogni grande novità, ed è stata un successo. Macef si è confermato per gli addetti ai lavori punto di incontro insostituibile per verificare le tendenze in atto nei settori in mostra e per affrontarle con successo. Ha svolto un ruolo essenziale di orientamento e stimolo del mercato: un ruolo "naturale", perché a Macef c'è il meglio della creatività e della capacità imprenditoriale del made in Italy. Un ruolo che svilupperemo ulteriormente in futuro".

Il settore oro-argento, nei moderni padiglioni del Portello, occupati da Macef per la prima volta, è stato tra i più visitati. Ma anche le aree dedicate al modern design, all'etnico, all'oggettistica di tendenza - di cui Macef si è confermato prestigiosa vetrina internazionale - e alla decorazione della casa hanno richiamato moltissimi operatori. L'appuntamento è ora per **Macef Primavera 2002, dall'8 all'11 febbraio**.

La Junta Rectora di Ifema, Feria de Madrid, ha recentemente approvato un bilancio di previsione 2002 che dovrebbe surclassare il record del 2000. Allora le entrate raggiunsero i 103,6 milioni di euro - massimo risultato dall'inizio dell'attività, avvenuto nel 1980 -, con un incremento del 27,58% sul 1999 e del 37,07% sul 1998. Nel 2002 le entrate dovrebbero arrivare a 131 milioni di euro, con un incremento del 27% sul preconsuntivo 2001 e del 26% sul 2000, anno pari, più simile, per l'incidenza che hanno le fiere biennali. Gli utili, a circa 22,73 milioni di euro, segneranno un aumento del 30% sul 2001 e quasi il 40% rispetto al 2000.

Queste cifre sono il riflesso dell'ampliamento del quartiere fieristico: i nuovi padiglioni 9 e 10 - già disponibili per la Semana Internacional del Regalo, di cui parliamo più avanti - hanno aggiunto 50.000 m² ai 100.000 preesistenti, aumentando del 50% la superficie espositiva coperta.

A questo si accompagnano 6000 posti auto, nuove zone di servizio, e una rete viaria interna ed esterna potenziata.

I maggiori spazi consentiranno la crescita degli eventi già organizzati da Ifema e nuove iniziative come il Salón de mobiliario y equipamiento de Baño (23- 27/4/02) che si svolgerà insieme alla Feria internacional del mueble de Madrid.

Diversi incontri di grande importanza, come quello della Unione internazionale del trasporto pubblico, o il Congresso del trasporto intelligente su strada, entrambi nel 2003, hanno confermato la loro celebrazione nelle nuove strutture. Sarà inoltre facilitata l'acquisizione di altri eventi come Pulire, Esposizione spagnola per la pulizia professionale e l'igiene ambientale (27/2-3/3/02) e di fiere itineranti come la Fespa, Fiera europea della serigrafia e dell'immagine digitale, (4-8/6/02).

Torna alla tradizione e apre a nuovi mercati il Florence Gift Mart



Bilancio positivo, in termini di presenze e volume d'affari, per l'edizione di settembre del Florence Gift Mart.

Il tono degli organizzatori sul buon esito della manifestazione è voluta-

mente moderato, risultando stridente ogni trionfalismo in questo drammatico momento. In considerazione dell'attuale clima d'incertezza e preoccupazione, i risultati sono oggettivamente soddisfacenti e superiori alle aspettative.

L'impegno di espositori e commercianti è stato premiato da circa 20.000 presenze, riconfermando abbondantemente i dati della scorsa edizione. Come afferma l'amministratore delegato Marco

Tullio Vezzani, sia gli operatori sia le aziende espositrici, hanno lanciato precisi segnali: "Le nostre verità sono la voglia di fare, credere nel nostro lavoro, rispondere con razionalità e spirito positivo alle difficoltà. Soprattutto in questa fase storica occorre rimanere legati alle proprie radici, rivalutare le cose semplici, mestieri e materiali che richiedono fantasia e affetto, quei saperi che nascono dall'interiorità dell'uomo e ne manifestano i valori più profondi e sinceri".

Non a caso la collaterale "Radici Artigiane" ha riscosso un ottimo successo; la mostra concorso ha visto una folta partecipazione di aziende e tante schede di voto: vincitrice La Fabbrica delle Idee, seguita da Rossi Camillo Alabastri e da Zora da Venezia.

Le dimensioni vivibili del Gift, con la possibilità di una visita in tempi brevi e costi contenuti, si sono dimostrate ancora una volta fattore positivo; molta clientela ha preferito Firenze ad altre mete fieristiche proprio per questa ragione, oltre che per la favorevole posizione geografica.

È stata presentata Home Collection, la nuova sezione del complemento d'arredo, che si terrà all'interno del Florence Gift Mart, con scadenza annuale, da febbraio 2002. Precise esigenze di mercato hanno dimostrato che questo settore è sempre più centro d'interesse degli operatori economici, soprattutto esteri, che a inizio stagione al Gift con Home Collection potranno trovare una panoramica della migliore produzione contemporanea.

Feria de Madrid a tutto gas

Si dimostra già insufficiente l'aumento del 50% degli spazi espositivi appena realizzato. Il Centro de Convenciones nella Nueva Puerta Norte sarà operativo da gennaio 2002

di Giovanni Paparo



Un forte contributo all'aumento delle entrate verrà dal Centro de Convenciones nella nuova Puerta Norte, che da gennaio 2002 si aggiungerà all'Auditorium e alle sale della Puerta Sur; favorirà lo sviluppo di tutti gli avvenimenti collaterali alle fiere di Ifema.

La Semana Int. del Regalo sempre a corto di spazio

Primo evento a valersi di entrambi i nuovi padiglioni 9 e 10, la 41ª Semana Internacional del Regalo, Joyería y Bisutería, svoltasi dal 14 al 18 settembre, con le tre manifestazioni di cui tradizionalmente si compone,

Intergift, Bisutex e Iberjoya, ha subito saturato tutti i nuovi spazi disponibili, compresi i padiglioni aggiuntivi in struttura leggera.

“Da sei anni partecipiamo alle due edizioni di Intergift - ci dice Giuseppe Cosentino, della Gicos Srl di Cinquefrondi (RC), società che importa dall'Asia articoli regalo per ri-
spportarli in tutta Europa - e

avevamo chiesto 250 m², ce ne hanno dati solo 90, contro i 120 delle edizioni precedenti. Circa il 50% della nostra attività si svolge attraverso le fiere. Ai due Macef di Milano, dove andiamo da 8 anni, abbiamo 300 m². Questa manifestazione, che sta andando molto bene, ci serve per il mercato iberico, che rappresenta il 20% del nostro fatturato. Trattiamo solo con grossisti ed abbiamo due agenti in Spagna ed un agente in Portogallo”.



Si nota subito l'assoluta prevalenza di espositori di Madrid, Barcelona e altre città della Spagna. Su un totale di 2050 espositori diretti, gli esteri sono 258, il 12,6%. La presenza estera più forte è l'italiana: 49 espositori a Iberjoya, 9 a Intergift e 4 a Bisutex. Pur con i nuovi padiglioni mancano spazi e ci sono ancora grandi liste d'attesa, soprattutto per la gioielleria.

Alexandre Gorski, presidente della Russian Traditional Souvenirs, in Italia da 5 anni, è soddisfatto della esperienza di Intergift: “L'organizzazione Ifema è efficiente, consente di lavorare con serenità, senza

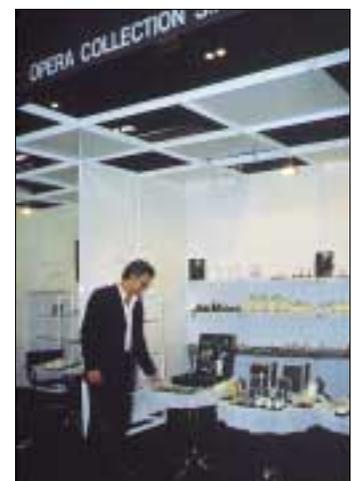
stress. Ho raccolto vari ordini: commercializziamo matrioske, uova di legno laccate e di cristallo, scatole, ciondoli. Stiamo entrando nel mercato spagnolo, faremo anche l'edizione di febbraio. In Italia facciamo i due Macef, i due Chibi, Artigiano in Fiera e il Florence Gift Mart e forniamo circa 100 negozi.”

La Giglio Asla produce il tipico legno intarsiato di Sorrento. “Siamo oltre 30 persone - dice Giuseppe Miniero - e fatturiamo 5 miliardi di lire, 97% all'estero. Da 10 anni facciamo i due Intergift di Madrid, ben organizzati, in costante crescita, dove vendiamo soprattutto ai dettaglianti iberici. Facciamo i due Gift di New York, dove vendiamo alla grande distribuzione, Tendence e Ambiente a Francoforte, e i due Macef.”

Opera Collection di Arezzo produce piccola argenteria utile o da soprammobile, in fusioni a cera persa abbinata a volte con lastre. “È la quinta volta che veniamo a Iberjoya - ci dice Luca Pagliai - e la prima che facciamo tutte e due le edizioni. In Italia abbiamo circa 600 clienti attivi. Abbiamo iniziato sul mercato iberico attraverso il Macef, che rimane per noi la fiera più importante.”

La 41ª Semana Internacional del Regalo ha accolto 78.274 visitatori professionali, gli esteri principalmente da Portogallo, Francia, Italia, Germania, Regno Unito, e anche dalla America Latina, con in testa Messico, Venezuela, Argentina e Cile, e dai paesi asiatici.

La 42ª edizione si svolgerà alla Fiera di Madrid dal 18 al 22 gennaio 2002.



Il Centro de Convenciones de la Puerta Norte de Feria de Madrid,

in funzione da gennaio 2002, su 10.000 m², dispone di 18 sale riunioni. Le 6 più grandi, con capacità di 450 (2), 320 (2) e 288 (2) persone, e altezza di 9,5 metri, si possono unire in varie combinazioni fino a una capacità totale di 2150 persone. Nella stessa zona, in corrispondenza delle sale più grandi, si colloca un auditorium da 1000 posti dotato di uno scenario di 13 x 30 metri, le poltrone sono fissate a delle scalinate telescopiche posizionabili automaticamente. Le altre 12 sale sono alte 5 metri, 4 di esse possono ricevere fino a 112 persone, le altre 8 fino a 80. Sopra di esse è stata ricavata un'area all'aperto per cocktail e varie iniziative di relazioni pubbliche. Nel grande vestibolo che collega i diversi spazi si possono posizionare fino a 60 stand di 9 m² per una superficie espositiva totale di 540 m².

Due saloni ristorante permetteranno di accogliere fino a 600 persone.

Il Centro beneficerà della spettacolare hall della Puerta Norte, 2500 m² che possono accogliere fino a 100 postazioni di registrazione.

Auditorium della Puerta Sur



FIERA DI VICENZA

Il Centro Congressi



Sala Palladio

714 posti - Impianto di diffusione sonora - Bancone relatori con 9 postazioni dotate di microfono e monitor - Postazione relatore dotata di microfono e monitor

Maxi-schermo di mt. 12 X 5. e 2 schermi laterali di mt. 5 X 5

Impianto di registrazione audio - Impianto video

con 3 telecamere - Video-proiettore 2 proiettori per diapositive

Collegamento per proiezione da computer

Altra strumentazione tecnica può essere fornita su richiesta.

AREA ANTISTANTE LA SALA PALLADIO

6.000 mq. lordi disposti su 2 piani. Possibilità di adibire tale area o parte di essa ad esposizione, ad area catering, di creare altre sale di varie dimensioni.

Bancone-reception. Possibilità di accesso da passo carraio.

Responsabile Centro Congressi: Patrizio Carotta

e-mail: congressi@vicenzafiera.it



FIERA DI VICENZA



**Banca
Popolare di Vicenza**

Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza

www.vicenzafiera.it

36100 Vicenza [Italy] · Via dell'Oreficeria, 16 · Tel. [+39] 0444 969.111 · Fax [+39] 0444 563.954 · E-mail: vicenzafiera@vicenzafiera.it

Fiere e congressi

foto Maarten Vanneste
della Abbit
www.meetinggallery.com

Il meeting Mpi, tenutosi lo scorso luglio al Centro Congressi Stazione Marittima di Trieste, ha celebrato i 10 anni del Capitolo Italia di Meeting Planners International, il primo fuori degli Stati Uniti e in Europa.

Oltre ai festeggiamenti e all'assemblea generale annuale, erano in programma essenziali momenti formativi. Sei incontri hanno toccato argomenti come: opportunità del settore congressuale in termini di experience economy; il teambuilding; le piattaforme per convegni via internet; la costruzione di pacchetti di servizi; la formazione continua e il ruolo del meeting professional; il copyright delle idee.

La ricchezza degli interventi ha indotto l'affluenza di ben 114 soci, fra i quali 20 da Europa e Usa, come Jerry Wayne, International Chairman of the Board, Jaap Liethof, presidente European Council, e Didier Scaillet, direttore European Operations & Global Development.

Durante il mandato di Aleksandra Dermitt de' Simoni, i soci sono saliti a 156, dai 120 del 2000 e i 100 del '99, con una retention dell'80%.

Il programma Mpi per il prossimo anno

Al nuovo presidente, Fulvio Bettini (napoletano di nascita e milanese di adozione, una laurea in giurisprudenza e una carriera svolta in società del gruppo Eni e Valtur, ora managing director di Sorrento Promotion e di Sunsea Promotion) il compito di realizzare il programma delineato a Trieste per il prossi-



Festeggiato a Trieste il decennale italiano di Mpi

All'insegna della visibilità il programma 2001-2002 del Capitolo Italia di Meeting Planners International. Il sito www.mpiweb.it illustra i vantaggi dell'adesione a Mpi

mo anno: raggiungere la massima visibilità dell'associazione con la partecipazione ad almeno 9 fiere e manifestazioni (tabella sotto), l'organizzazione di numerosi eventi, una newsletter in tre uscite e l'attivazione del sito web di Italia Chapter (www.mpiweb.it). Particolare attenzione sarà rivolta alla formazione, da sempre prioritaria.

Al riguardo, Mpi ha costituito il Professional Development Strategy Group, formato da 6 fra le personalità più esperte dell'associazione - tra cui Alan Pini, unico europeo - che dovrà coordinare il lavoro dei 5 sotto-comitati dedicati ai più importanti momenti formativi: i due Pec (Professional Education Conference) nordamericano e europeo, il World Education Congress, l'Imm (Institutes in Meeting Management), il Cmm (Certificate in Meeting Management) e il Distance Learnig, programma di formazione e aggiornamento on-line.

Altra novità, l'impostazione più snella e dinamica dell'Euro-

pean Council, deputato a individuare le strategie per lo sviluppo dell'associazione in Europa. I membri, eletti dal Chairman mondiale, saranno 5 e con un più fitto calendario di incontri. Ne fa parte Antonio Ducceschi, past president di Italia Chapter e membro della precedente edizione del Consiglio.

Il nuovo consiglio direttivo Italia Chapter Mpi

President: Fulvio Bettini
Pres. Elect: M. Gabriella Gentile
Imm. Past-President:
Aleksandra Dermitt de' Simoni

Btc International presenta i risultati di Domanda Italia per il 2002

Anche quest'anno il Centro Studi Btc International ha effettuato un'indagine tra gli organizzatori congressuali di industrie, associazioni, enti, società di servizi e aziende commerciali, per individuare dove e verso chi si orienta la domanda italiana per la programmazione dei propri eventi nel 2002. Su 7000 schede inviate e un'azione di telemarketing, fra marzo e maggio, sono stati campionati circa 2000 nominativi.

Dai dati, che andranno corretti per le conseguenze delle tragiche vicende di New York, è emerso che gli italiani, per circa il 69%, stavano organizzando eventi in Italia. Mete europee preferite: Germania, Gran Bretagna, Francia e Spagna. Per il 34 % degli organizzatori, la durata media degli eventi è tre giorni, con una stima



Gen. Secretary: Maria Teresa Moro
Treasurer: Rudi Conti
Consiglieri: Alessandra Bragoli (Relazioni coi soci); Oliviero Cappuccini (Organizzazione Fiere); Massimo Melis (Membership); Maria Rosaria Migliarotti (Promozione Italia); Anna Mocchi (Ufficio Stampa); Rodolfo Musco (Formazione).
Comitati: Special Events (Graziella Pica); Relazioni con Dallas (Antonio Ducceschi); Pec 2005 Roma Project (Paolo Missiaja); Marketing Strategy; Comitato Web.

Presidenza: Fulvio Bettini
Sunsea Promotion,
Galleria Privata Strasburgo 3
20122 Milano
tel. 0276002866, fax 02784277
e-mail: bettinif@tin.it



Fulvio Bettini
e Aleksandra Dermitt de' Simoni

di partecipanti da 50 a 250 circa. La sede di maggior successo è la sala d'albergo, seguita da palazzi o dimore storiche e centri congressi.

Il budget per più del 30% degli intervistati è di oltre 103.000,00 euro. Quando si ha a disposizione un budget superiore al necessario, gli organizzatori investono su vari settori, fra cui maggior comfort delle sale congressuali (23%), intrattenimenti e spettacoli (21,1%), promozione (17,4%).

Le maggiori difficoltà si riscontrano nei rapporti con gli alberghi (44,6%) o con le sedi congressuali (12,6%), con catering e allestimenti (10,7%).

A occuparsi dell'organizzazione sono generalmente uffici interni all'azienda (72,4%), altrimenti pco, agenzie di viaggi e, in minima parte, incentive house.

Calendario partecipazioni Mpi 2001/2002

4/7 novembre	Cancun: ICCA Assemblea Internazionale
12/15 novembre	Londra: WTM
28/30 novembre	Firenze: BTC, MPI Stand
14/16 dicembre	Roma: MPI - Auguri
20/22 gennaio	Honolulu: MPI PEC North America
19/21 febbraio	Londra: Confex
20/24 febbraio	Milano: BIT, MPI Stand (22 Seminario)
28 febbraio	Firenze: MPI Cena
7 marzo	Milano: MPI Boss Night Out - Cena
8/10 marzo	Pesaro: MPI Arte, Cultura e Territorio
16/20 marzo	Berlino ITB

BTC
INTERNATIONAL

**INTERNATIONAL
MEETINGS CONVENTIONS
AND INCENTIVES FAIR**

**BORSA INTERNAZIONALE
DEL TURISMO CONGRESSUALE
ED INCENTIVES**

BTC International
FROM A TO Z
28-29-30 NOVEMBER 2001
XVII EDITION
FLORENCE - FORTEZZA DA BASSO

BTC International

Via Solferino, 8 - 50123 Firenze - Italia
tel. +39 055 210405 - fax +39 055 287263
www.btc.it - e-mail: btc@btc.it



EDITION 2002: 3-4-5 DECEMBER

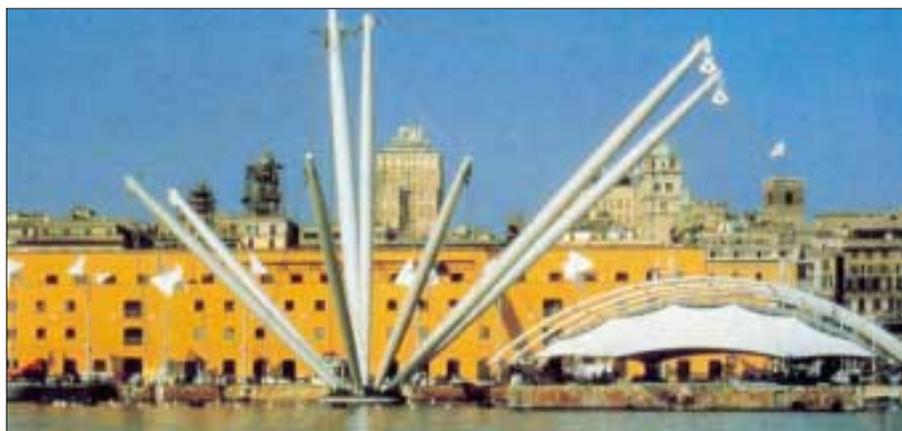
Location
firenze  & congress
www.firenze-expo.it
tel. +39 055 49721

- A**ccommodation
- B**est time/cost management
- C**opy books
- D**o your pre-registration with incentive
- E**xhibitors
- F**oreign Buyers
- G**adgets and Organisers
- H**istorical Venues
- I**talian Buyers
- L**et's have an Italian Party
- M**aking the whole world tour...
- N**umbers
- O**ptical readers
- P**re-arranged appointments
- Q**uiver Italian Party in Geneve
- R**each Fortezza da Basso easily
- S**how
- T**echnology
- U**nique
- V**isibility 2001
- W**orkshop
- Z**ed
Alphabet ends, but the advantages certainly go on. To learn more, visit web site www.btc.it or call our office

Il mercato delle strutture leggere... questo sconosciuto

Introduzione al mercato delle coperture leggere, per comprendere le problematiche di tale settore dell'indotto fieristico

di Vanni De Rossi



Molti lettori hanno sicuramente partecipato a manifestazioni di carattere culturale o sportivo, o avranno partecipato, come visitatori o espositori, a manifestazioni fieristiche, e quasi certamente, senza farci caso, avranno concluso affari, o più semplicemente chiacchierato, mangiato, bevuto con gli amici, o addirittura ballato in compagnia sotto una "struttura leggera".

Può destare curiosità l'uso di questa espressione, ai più sconosciuta. Tendone, tenda, o addirittura capannone, con qualche rara comparizione della parola tensostruttura, sono i termini più comunemente usati per identificare una tipologia di strutture che di frequente sono utilizzate nei più disparati ambienti.

Basti pensare ai gazebo, a volte usati per raccogliere firme, o nel giardino di casa; oppure si pensi alle strutture utilizzate dai Comuni o dalle Pro Loco per le sagre paesane o una fiera a carattere locale; ma si pensi anche alle enormi strutture realizzate in occasioni straordinarie, una su tutte il Millennium Dome a Londra in occasione dell'avvento del Terzo millennio o alla comune copertura "gonfiabile" dei campi da tennis nel periodo invernale.

Circondati da strutture leggere, difficilmente abbiamo coscienza del mercato che sta dietro.

Col termine struttura leggera si identifica una varietà di tipologie strutturali caratterizzate essenzialmente da una copertura in membrana tessile, la quale può costituire gran parte della struttura portante oppure fungere da mera copertura di tamponamento. Tre sono le componenti basilari ed essenziali: la struttura portante, che può essere in acciaio, alluminio, legno; la membrana di copertura, in poliestere o in Pvc o entrambi, o fibra di vetro o altri tipi di supporto rivestiti o meno con trattamento protettivo; le funi (in acciaio zincato o inox, oppure tessili) e gli accessori di montaggio.

Possono considerarsi strutture fisse, anche alla stregua degli usuali immobili in cemento, quando risultano difficilmente rimovibili a causa della complessità della struttura portante se ancorata con fondazioni al terreno, e quindi destinate ad essere permanenti nel luogo di installazione. Strutture mobili o rimovibili, quando l'elemento qualificante è la facilità di rimozione dei principali elementi strutturali senza che ciò comporti significative modifiche all'ambiente di collocazione, ma soprattutto la

manca di modifiche strutturali, anche in limitata parte, a seguito di montaggio/smontaggio, con conseguente temporaneità, più o meno ampia, della permanenza nell'area.

I motivi che portano a utilizzare tali strutture sono i più svariati: da una semplice copertura estiva per il giardino di casa all'allestimento di aree per manifestazioni di vario carattere, dalla realizzazione di un magazzino commerciale/industriale al grande evento di rilevanza regionale, nazionale o internazionale. Non ci sono praticamente limiti all'utilizzo se non nell'area che si vuole coprire: un giardino, un campo sportivo, un quartiere fieristico.

Ne deriva che la committenza può essere la più svariata: l'Ente Fieristico che per una gestione flessibile ed efficiente degli spazi fieristici copre le aree scoperte del quartiere espositivo; la Pro Loco che organizza la festa patronale; l'impresa che necessita di un magazzino, permanente o temporaneo, o che vuole allestire un grande evento di PR (vedi la Ferrari Spa in occasione

della presentazione delle vetture per i campionati mondiali); il privato che cerca un angolo di pace nel suo piccolo spazio verde attorno casa.

La qualità del prodotto, identificabile con un elevato livello di sicurezza delle strutture da assicurare ai fruitori, dalle prime fasi del montaggio fino alla realizzazione e all'utilizzo della struttura, non è sempre garantita da tutti. Le esasperate politiche di prezzo attuate negli scorsi anni, possibili grazie a una normativa povera di punti di riferimento per quanto riguarda i criteri di progettazione, realizzazione e collaudo delle strutture, e la conseguente confusione dal lato della domanda sulla professionalità dell'operatore, non hanno contribuito a creare una sana concorrenza nell'offerta delle coperture leggere, tanto da richiedere, proprio da parte di coloro che con la sicurezza e la qualità del prodotto/servizio offerto vogliono far battaglia, un intervento legislativo chiarificatore e vincolante per tutto il settore che proprio in questo periodo sta (forse) per vedere la luce.

Degna di menzione appare l'iniziativa di quelle imprese che, attraverso la costituzione di un'associazione, l'Asli (Associazione Produttori Strutture Leggere Italiani), si sono impegnate a osservare un regolamento interno, per garantire, dalla produzione delle strutture al loro noleggio per brevi periodi di tempo, un prodotto e un servizio con un livello qualitativo rispondente a tutti i canoni di sicurezza e affidabilità, a livello dei materiali usati, a livello costruttivo e a livello di manutenzione, corretto montaggio e smontaggio.



Toni Davidson

Cicatrici

Marsilio, Venezia 2001
pp. 320, L. 32.000

Cicatrici apre una discussione sulla psicoterapia legata alle deviazioni del comportamento sessuale, è una provocazione intelligente, uno sforzo letterario che è a sua volta un esperimento. È un racconto degli spazi estremi della psiche ed entra nell'intimo più segreto dei suoi personaggi, lasciandoli parlare, sognare, soffrire, fantasticare.

Enzo Catania

Vivere a tutti i costi?

Eutanasia, dilemma del terzo millennio

Marsilio, Venezia 2001
pp. 312, L. 32.000

Il dibattito sempre più acceso sull'eutanasia, la "dolce morte", scuote le coscienze e propone nuovi interrogativi. In questo libro inchiesta, Enzo Catania fra dossier, interviste e testimonianze, affronta dubbi e domande della gente comune, rivelando spaccati di società e pensiero.

Gerald Dworkin,

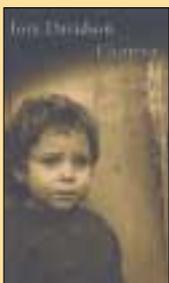
Raymond G. Frey, Sissela Bok

Eutanasia e suicidio assistito

Pro e contro

Edizioni di Comunità, To 2001

All'esigenza, sempre più urgente, di una esposizione degli argomenti pro e contro la scelta di porre fine alla vita, risponde questo libro, offrendo dei diversi aspetti del problema un quadro chiaro, ma privo di semplificazioni.



Fiere e congressi

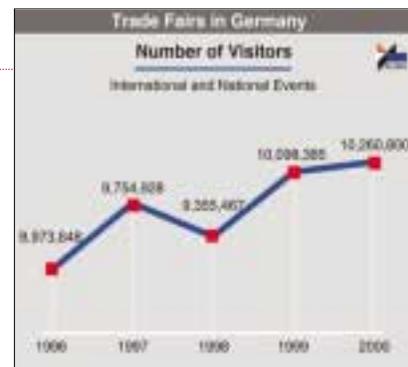
Due milioni di visitatori esteri alle fiere in Germania

L'Auma, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V., ha reso noti i risultati dell'indagine sull'andamento delle fiere in Germania nel 2000. Degli oltre 10,26 milioni di visitatori, gli esteri sono stati circa il 19%, in particolare, dai paesi asiatici sono arrivati circa 175.000 visitatori, ossia il 9% di tutti gli esteri. Circa 120.000 sono stati i visitatori provenienti dall'America (6%); 4000, quelli provenienti dall'Africa (2%), 20.000 dall'Oceania. Dai paesi europei sono arrivati 1.595.000 visitatori, di cui 1.175.000 dell'Unione Europea (60,5% degli esteri).

Per il 2001, Auma prevede una diminuzione dei visitatori esteri (1,9 milioni), in conseguenza di un numero minore di fiere ad alto livello d'internazionalità dovuto alla cadenza degli eventi.

Per quanto riguarda gli espositori, hanno partecipato direttamente oltre 81.500 compagnie estere. Si è registrato un incremento del 15% nella partecipazione asiatica (almeno un quinto di essi, era alla prima presenza). Tale incremento riguarda in misura diversa i singoli paesi (China +30%; Hong Kong +26%, Taiwan +23%).

Crescita più contenuta per il Nord America (+9%), mentre l'America Latina è scesa di circa l'8%, anche perché molti paesi partecipano alle grandi manifestazioni alimentari degli anni dispari. I paesi dell'Est hanno registrato un leggero incremento, salvo la Polonia (+20%). L'Africa è stabile a 1500 espositori (salvo il Sud



Africa con +6%). L'Australia cresce del 13,5%. Con 44.700 espositori i paesi europei hanno mantenuto pressoché costante la propria presenza (+2%).

Il più alto numero di espositori esteri proviene dall'Italia (12.264), seguita da Gran Bretagna (6331), Usa (6238), Francia (5650), Paesi Bassi (5143).

Apri a Londra il Jolly Hotel St. Ermin's

Una valida alternativa anche per meeting di medie dimensioni



Jolly Hotel, prima catena alberghiera italiana, rafforza la propria presenza internazionale e, dopo Amsterdam, Bruxelles, Colonia, Parigi e New York, arriva anche a Londra.

Situato in zona Westminster, a due passi da St. James Park, il Jolly Hotel St. Ermin's è uno degli alberghi più suggestivi della città. Grazie alla vicinanza col Parlamento, ha ospitato parlamentari e membri della

Camera dei Lord. L'edificio è un esempio di stile vittoriano, con interni barocchi nelle zone comuni, e una magnifica sala da ballo con balconata, seguita da un'elegante scalinata che scende nella hall a doppia altezza.

Il nuovo Jolly Hotel dispone di 290 camere, di cui 8 suite e 100 executive room, un ristorante, dove a breve si potrà gustare la cucina italiana, e un bar in stile vittoriano. Quindici sale riunioni, con una capienza massima di 250 persone, sono una valida alternativa per i meeting di dimensioni più ridotte rispetto a quelli che hanno luogo nell'adiacente Queen Elizabeth II Conference Centre.

Oltre cento conferenze internazionali nel prossimo decennio a Singapore

Nella classifica redatta dall'Union des Associations Internationales of Belgium (Uai), Singapore continua a mantenere la propria posizione tra le cinque migliori convention city nel mondo, insieme a Parigi, Bruxelles, Londra e Vienna.

Il 2000 ha segnato circa 7 milioni di visitatori, di cui 210.000 hanno partecipato a una convention aziendale, fiera, congresso o viaggio incentive, con un aumento del 13,8% rispetto al 1999.

Gli sforzi compiuti dal Singapore Exhibition and Convention Bureau (Secb) hanno permesso di avere in calendario manifestazioni, quali Teochew international convention (Tic), nel 2003; the International tunnelling association (Ita) general assembly and world tunnel congress, nel 2004; the 12th World organization of national colleges, academies, academic associations of general practitioners/family physicians (Wonca) world conference, nel 2007.

Per informazioni, contattare l'Ente nazionale del turismo di Singapore - c/o TT&A Milano, tel. +39 0258457080, fax 0258457070, singapore@tta.it



La Mostra Convegno Expocomfort torna a marzo con un'edizione record

A Fiera Milano dal 5 al 9 marzo 2002, presenta un ricco programma di convegni, quasi tutti nella nuovo Centro Congressi in Fiera. Tira il settore casa e bagno secondo Demoskopea

di **Andrea Bigotti**



Mostra Convegno Expocomfort (Mce), la più grande fiera del comparto in Italia e la prima al mondo nell'area bagno, sta preparando la 33ª edizione, in programma a Fiera Milano dal 5 al 9 marzo 2002. I settori merceologici sono quelli di sempre, legati all'impiantistica civile e al benessere ambientale: riscaldamento, regolazione automatica, cogenerazione, condizionamento, refrigerazione, ventilazione, tecnica sanitaria, trattamento acqua, arredamento bagno, pompe, valvolame, raccorderia, accessori termici, attrezzatura, utensileria, elementi di fissaggio e, questa è una novità, energie rinnovabili. Mce si rivolge a un pubblico professionale: installatori, manutentori, distributori, agenti e rappresentanti, import-export, progettisti e consulenti, imprese edili e produttori, ben 160.000 di essi visitarono l'ultima edizione del 2000 (la fiera si tiene negli anni pari).

Passerella mondiale

Per la prima volta, nel 2002, la mostra occuperà più di 245 mila m² lordi, pari a 140mila netti (+5%, sul 2000), le azien-

de presenti con proprio stand saranno circa 2000 (+6%), ma il totale degli espositori, considerando anche le aziende rappresentate, supererà i 3000.

Il 12% degli espositori diretti proviene dall'estero e il loro numero (240) ha messo a segno un progresso del 14%, e di ben il 17% in termini di superficie, rispetto all'edizione 2000: un risultato questo che conferma l'ulteriore crescita di Mostra Convegno Expocomfort come evento espositivo di livello mondiale al cui conseguimento ha contribuito in modo decisivo l'azione promozionale sviluppata dalla rete estera di Reed Exhibition, gruppo multinazionale socio, con Fondazione Fiera Milano, di Fiera Milano International che organizza la manifestazione in collaborazione con Anima e Federceramica.

Come al solito, in contemporanea a Mce si terrà Servitis, salone dei servizi per il settore termoidrosanitario, giunto ormai alla quarta edizione.

"Mce 2002 - osserva il presidente di Fiera Milano International, Piergiacomo Ferrari - segna una nuova tappa nel processo di continuo

rinnovamento che è da quarant'anni la chiave del successo di questo grande evento fieristico. In quest'ottica Mce 2002 ha rivoluzionato la planimetria della manifestazione, offrendo percorsi di visita ancor più funzionali alle esigenze degli operatori. Ha ampliato l'offerta espositiva con due iniziative che si rivolgono ad applicazioni tecnologiche di punta, stimolando attorno ad esse interesse e dibattito: il settore Riscaldamento è stato infatti esteso ai sistemi e prodotti per la produzione di energia rinnovabile, con il debutto dell'area Next Energy; il settore Arredobagno è stato arricchito con l'evento Superfici, mostra nella mostra dedicata ai materiali innovativi per il rivestimento del bagno".

I convegni Mce: va in scena la cultura tecnica

"Mce ha sviluppato - continua il presidente Ferrari - un programma convegnistico di particolare interesse lungo due direttrici: seminari sintetici di carattere operativo, dedicati agli sviluppi tecnici e normativi, e convegni di approfondimento su temi di grande attualità come le energie rinnovabili e la risposta del made in Europe al dilagante fenomeno della contraffazione di marca asiatica ed est-europea.

Con queste premesse Mostra Convegno Expocomfort è pronta a battere ogni precedente record, confermandosi punto di riferimento mondiale e prestigiosa occasione di business e aggiornamento professionale".

La chiave del successo di Mce è proprio nella formula bifronte della manifestazione, e cioè evento espositivo (e quindi commerciale) che affianca una serie nutrita di convegni e seminari (ed è questo l'aspetto

più generalmente culturale) su temi professionali specifici di grande interesse sia per gli espositori che i visitatori, oltre ovviamente nella serietà e professionalità degli organizzatori.

La parte convegnistica è dunque centrale per Mce. "Quasi tutti gli appuntamenti in programma - spiega la dottoressa Anna Patani, direttrice di Mce - saranno ospitati questa volta in un'unica sede, la nuovissima e funzionale sede congressuale di Fiera Milano, ottenuta dalla ristrutturazione del padiglione 17. Tale collocazione determinerà un duplice vantaggio: da un lato il comfort e la funzionalità delle nuove strutture; dall'altro la contiguità con le aree espositive riscaldamento e condizionamento."

Il convegno internazionale dedicato alle "Energie rinnovabili" inaugurerà il 5 marzo la manifestazione. Tema di un altro incontro sarà la valorizzazione del prodotto europeo di qualità di cui si parlerà il 7 marzo nel convegno "Bagno e comfort: stile italiano, scenari europei". Sarà un'importante occasione per fare il punto sulla tutela del prodotto europeo, insidiato da una sempre più pervasiva contraffazione.

In tale occasione verrà presentata la ricerca "Gli Italiani e il bagno" dell'Istituto Astra Demoskopea (vedi anche a pag. 13), dalle cui anticipazioni veniamo a sapere che dopo i tragici fatti dell'11 settembre gli italiani apprezzano ancora di più la casa come bene rifugio, nido caldo e sicuro, quintessenza dei piccoli e grandi piaceri della vita, per cui si è disponibili a spendere.

Altri convegni Mce affronteranno le soluzioni sostenibili e la qualità ambientale, il miglioramento dell'efficienza degli impianti termici, l'autodiagnosi energetica e l'uso di nuove tecnologie; le modalità di controllo post-contatore, in linea col Dl 164/2000, per gli impianti domestici a gas, la gestione integrata degli impianti e dei servizi, ecc.

Info: www.fmi.it/mce

Venuti & C.



raggiunge

NÈ FARENHEIT

MA CON

NÈ CELSIUS

TRASPORTO
IN OGNI ANGOLO DEL MONDO



VENUTI & C

SPEDIZIONI INTERNAZIONALI

20124 Milano • Italy • Viale Nazario Sauro, 14 • TEL 02.66.80.1951 (8 linee) • Fax 02.60.70.002

www.venuti.it • e-mail: venuti.comm@venuti.it

S P E C I A L E

PIANETA INFORMATICA & TELECOMUNICAZIONI

39

Banda larga e servizi a valore aggiunto: anticipazioni da Colt, leader europeo

di Maria Luisa Negro

39

Fiera Milano ha scelto Visitors, l'innovativo sistema Zucchetti per la rilevazione dei dati dei visitatori presso lo stand

40

Telefonare in auto col viva voce della Elsa

40

www.spazioimprese.com: il portale per le pmi piemontesi

40

Smaltimento dei rifiuti Ict e rispetto ambiente

43

E-business: Biztob.com fa il punto della situazione e si riorganizza

di Lorenzo Paparo

44

Internetexpo a Fiera Milano, con un programma più ricco

45

Omat e VoiceCom: tutto sulle tecnologie informatiche per l'ufficio

di Lorenzo Paparo

IL PUNTO

Successo per FileMaker

Capire le esigenze dei clienti. Prodotti affidabili, di facile uso, e multiplatforma

FileMaker, Inc., software house del gruppo Apple Computer, è leader mondiale (tra i primi 10) nella progettazione e vendita di soluzioni database. Il suo software, *FileMaker*, ha sviluppato diverse versioni: si è giunti quest'anno a *FileMaker 5.5* che si articola in un'ampia famiglia: il prodotto base *FileMaker Pro 5.5*; *FileMaker Server 5.5*; *FileMaker Developer 5.5*; *FileMaker Mobile* e, uscito proprio in questi giorni, *FileMaker Pro 5.5 Unlimited*.

Sono oltre 7 milioni le unità di *FileMaker* installate nel mondo, di cui il 65% a utenti workgroup aziendali, e sono circa 20.000 i suoi sviluppatori. Oggi *FileMaker Pro* rappresenta più del 50% del mercato mondiale dei database venduti singolarmente su PC (escludendo le vendite di "suite" - fonte: Idc). Nel mondo Macintosh, in cui *FileMaker* riveste da tempo un ruolo da protagonista, le vendite di prodotto rappresentano quasi il 90% del mercato Dbms.

FileMaker si è affermato soprattutto nel settore dell'industria aerospaziale, automobilistica, elettronica, nell'editoria, nel campo della moda, del cinema e dell'università. Tra i principali clienti: Nasa, Harvard University, Pepsi, Pizza Hut, Motorola, 20th Century Fox, Otis Elevator, B-Ticino, Max Mara, Ferrari Auto, Mursia Editore.

Vari riconoscimenti gli sono stati concessi, ultimo in ordine di tempo il Codice Award come "Best Numeric/Database Software", attribuito quest'anno a *FileMaker Pro 5 Unlimited*.

Roberto Mosca, country manager Italia di *FileMaker, Inc.*, spiega le ragioni di questo successo: "La filosofia dell'azienda è comprendere sempre e correttamente le esigenze di utenti e mercato. Oggi le



Roberto Mosca

aziende avvertono, quale esigenza strategica, la necessità di accedere in tempo reale alle informazioni, riducendo il cosiddetto "time-to-market" e migliorando i propri affari e le relazioni con i clienti. L'esigenza di uno strumento informatico che offra accesso immediato alle informazioni è oggi un fenomeno globale. La strategia di *FileMaker* è incentrata sullo sviluppo di soluzioni software affidabili e versatili per il Workgroup Database Management, che consentano il decentramento e la gestione dinamica di dati e informazioni, in un mercato in cui i reparti Information Services sono operati di lavoro e non riescono a soddisfare le esigenze dei singoli reparti e workgroup aziendali".

Facilità d'uso, affidabilità e versatilità: queste le parole d'ordine della software house di Santa Clara (California).

Il nuovo *FileMaker Pro 5.5*, disponibile in versione italiana, prosegue su questa strada: è infatti il primo software database in grado di supportare Mac OS X, il sistema operativo Apple di ultima generazione, e Windows 2000 (logo-certified), offrendo connettività dei dati e supporto multiplatforma. È possibile una rapida conversione di fogli Excel™ e dati, la pubblicazione istantanea e totale su web, oltre a soluzioni database pronte all'uso e alla compatibilità con Ms-Office 2000. La nuova gestione Odbc bidirezionale aggiorna e scambia dati tra *FileMaker Pro 5.5* ed applicazioni Odbc compatibili inclusi Oracle e Microsoft Sql Server.

FileMaker Server 5.5 poi supporterà Linux (Red Hat Certified), Windows 2000 (logo-certified), Windows NT, Mac OS X (nativo, utilizzando Cocoa), Mac OS 8.6 e superiori.

L.P.

back office

16ª edizione



OMAT
office management
application & technology

gestire informazioni
e processi aziendali

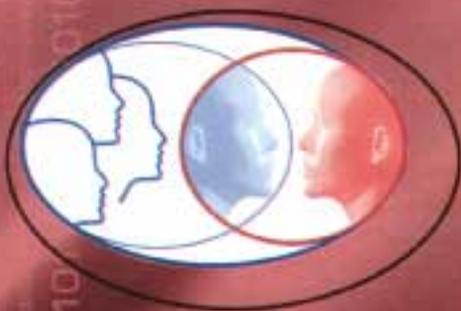
office

Palazzo dei Congressi Roma Eur
21-22-23 novembre 2001

per utenti aziendali e operatori del settore

front office

10ª edizione



VOICECOM
voce e computer

sviluppare le attività
verso il Cliente

connecting

www.iter.it

ITER via Rovetta 18, 20127 Milano
tel 02 2831 161 - fax 02 2831 1666 - info@iter.it

Banda larga e servizi a valore aggiunto: anticipazioni da Colt, leader europeo

Le web farm, connessione in Terabit per il futuro, Colt Eurowavelength e Accelerator di Maria Luisa Negro

La rete in fibra ottica ha raggiunto nel mondo un'estensione di 250 miliardi di km ed è prevedibile che si amplierà ulteriormente.

Anche la velocità di trasmissione dei dati è cresciuta, nel giro di pochi anni è passata dai baud (bit al secondo), ad alcuni kilobit (migliaia di bit al secondo), fino agli attuali Megabit (milioni di bit al secondo) e Gigabit (miliardi di bit al secondo) e presto si arriverà alla turbo-connessione in Terabit (1000 miliardi di bit al secondo): oggi già si parla di "banda larghissima" (più di un Gigabit al secondo). Sembra incredibile che una fibra ottica, spesso come un capello, possa trasportare sino a 2 milioni di conversazioni telefoniche che presto diventeranno 15.

Si potenziano anche le possibilità di trasmissione. Ad esempio, Colt, leader europeo nei servizi di telecomunicazione e internet a banda larga per le aziende, con una rete europea di oltre 20.000 km, ha attivato il nuovo servizio Colt Eurowavelength, che non solo è velocissimo (10 Gigabit al secondo) ma offre anche la possibilità di trasmissione con diversi colori utilizzando 32 lunghezze d'onda nella stessa fibra ottica. "È così possibile trasferire fra diverse città europee - spiega Roberto Contin, direttore generale Colt Torino (a sinistra, foto in alto) - l'equivalente di una enciclopedia multimediale in una frazione di secondo o un'intera biblioteca in pochi istanti. Il primo utente del servizio è stato il consorzio Dante (www.dante.net) che riunisce importanti centri di ricerca in tutta Europa, alcuni dei quali italiani, legati al network Infn-Garr".

Vi sono inoltre tecnologie per telecomunicazioni che, pur utilizzando il tradizionale doppino telefonico in rame, danno prestazioni simili a quelle finora consentite solo alla fibra ottica. È il caso di Accelerator, la nuova soluzione di connessione offerta da Colt in partnership con Siemens, capace di moltiplicare di 32 volte la velocità di trasmissione sul tradizionale doppino e di intrattenere, su un'unica linea telefonica, sino a 16 conversazioni; il tutto senza pagare il canone a Telecom Italia grazie all'accordo di unbundling. Il servizio, che si basa sulla tecnologia Shdsl Siemens, è già disponibile per l'utenza d'affari di Milano, Roma e Torino e presto lo sarà nelle altre maggiori città italiane.

Se da una parte l'estensione fisica, la velocità di trasmissione e le potenzialità della rete in fibra ottica aumentano, dall'altra diminuiscono i costi e i tempi per la connessione. Oggi è possibile posare 300 metri di cavo al giorno a fronte dei 50 con la tecnica tradizionale.

Infine il fenomeno delle web farm, le fattorie del web, a cui è possibile affidare la gestione della parte tecnologica dei propri siti o portali internet, lasciare il proprio server o affittarne uno, ottenere connettività o aree dedicate. I servizi a disposizione sono diversi: si va dal supporto tecnico e dal back up ai problemi di sicurezza, dalla operatività 24 ore su 24 e 365 giorni l'anno in condizioni di affidabilità, sicurezza,



controllo costante di temperatura e umidità, ridondanza di alimentazione, utile nel caso di black out, a soluzioni personalizzate, flessibili e scalabili, di hosting e housing, ed è anche possibile pensare a tutti gli aspetti relativi a problem/change management e al monitoring/reporting.

Alla web farm di Milano di Colt, l'Internet Solution Centre (ISC) - uno dei 13 di cui Colt dispone in tutta Europa -, ricorrono clienti come Jumpy, SpyStocks, Skygeo, Ferrero, Lorenz, MiaEconomia, ecc. Qui in uno spazio di oltre 4000 m² sono ospitati 800 rack e fino a 5000 server.

Infine, un'ultima notizia: dal 2002 partirà la liberalizzazione degli elenchi telefonici e delle pagine gialle, ci saranno in pratica gli elenchi telefonici generali. Non saranno pertanto più discriminati gli utenti che, usando un operatore alternativo, venivano esclusi dalle liste di Telecom Italia. A fare da apripista è sempre Colt che ha firmato il primo contratto con Seat per includere i propri 7500 clienti negli elenchi telefonici, nelle pagine gialle e nella lista dei numeri verdi.

Fiera Milano ha scelto Visitors, l'innovativo sistema Zucchetti per la rilevazione dei dati dei visitatori presso lo stand

La Zucchetti, su incarico di Fiera Milano Spa, ha realizzato *Visitors*, innovativa soluzione per la rilevazione dei dati dei visitatori (potenziali clienti, fornitori e distributori) che consente la gestione automatizzata dei nominativi in modo semplice, veloce e sicuro.

Il servizio *Visitors* è fornito agli espositori che ne fanno richiesta, installando nei loro stand i terminali Zucchetti, in grado di leggere i dati registrati sul biglietto d'ingresso dei visitatori: nome, cognome, azienda, ruolo ricoperto in azienda, città, provincia, stato, ecc. L'espositore ha la possibilità d'imputare dati aggiuntivi coi tasti funzione del rilevatore, (es.: già cliente, cliente molto interessato, inviare materiale informativo, nome del concorrente di cui utilizza i prodotti e servizi, ecc.). A fine giornata, il centro rilevazione dati di Milano Fiera raccoglie automaticamente i dati rilevati dai terminali presenti negli stand e li integra con le altre informazioni relative ai visitatori raccolte dalle biglietterie.

All termine della manifestazione, all'espositore che ha aderito al servizio, Fiera Milano invia il file, utilizzabile con i più diffusi programmi di gestione dati (Excel, Access, ecc.), contenente i dati raccolti nello stand, permettendo di iniziare immediatamente attività commerciali e promozionali.

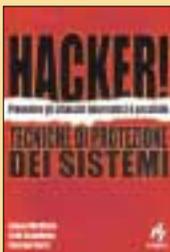


Stuart McClure, Joel Scambray,
George Kurtz
Hacker!

Tecniche di protezione dei sistemi

Apogeo, Milano 2000
pp. XXII-458, L 59.000

In questo testo gli autori, riconosciuti esperti della sicurezza, forniscono una panoramica completa sulle principali tecniche di intrusione nei sistemi, esaminano le possibili soluzioni ai problemi e indicano le metodologie per la prevenzione. In appendice si trovano le più diverse risorse disponibili in tema di sicurezza informatica, organizzate e catalogate per una rapida consultazione.



Robert Reinhardt, Jon Warren Lentz
Flash 4

Tutto&Oltre

Apogeo, Milano 2000
pp. XXIV-576, con cd-rom, L 78.000

Questo volume semplice ma approfondito, idoneo sia per i principianti della rete che per i professionisti, illustra tutte le funzioni di Flash 4 e le tecniche per creare animazioni d'effetto, utilizzando contenuti vettoriali altamente compressi. Il cd-rom contiene il software in versione Trial, tra cui Director, Dreamweaver, Fireworks, Flash e FreeHand, oltre a esempi e utili modelli.



Hen Milburn, John Croteau

Flash 4

Guida avanzata all'animazione Web

Apogeo, Milano 2000
pp. XVI-432, con cd-rom, L 69.000

Il libro tratta le nuove caratteristiche di Flash 4 con esempi pratici e tutorial e approfondisce gli aspetti progettuali. Una delle sezioni è dedicata alla realizzazione di effetti speciali tratti dal mondo reale. Il cd-rom contiene versioni trial inglesi di Macromedia Flash 4, Dreamweaver 2, Fireworks 2 e Generator 2 e routine plug and play per le funzionalità avanzate di Flash.



Telefonare in auto col viva voce della Elsa

Elsa Ag, uno dei principali produttori di soluzioni per l'accesso a Internet e computer grafica, presenta il dispositivo viva-voce *Vianect blue Handsfree*, parallelamente al lancio dei primi telefoni mobili con interfaccia Bluetooth™ da parte di Ericsson. Con questa soluzione, sono possibili chiamate telefoniche da ogni veicolo e da tutti telefoni mobili che supportano la trasmissione della voce via Bluetooth™. Il telefono mobile può essere posto in qualunque posizione nel veicolo: nel taschino della giacca, in una borsa e in qualunque vano dell'auto, pertanto non è necessario installare staffe di montaggio. Diversi utenti del veicolo o diversi passeggeri possono accedere all'apparecchio viva-voce con i propri dispositivi mobili Bluetooth™.

Il telefono mobile trasferisce le chiamate in arrivo direttamente all'unità centrale di controllo, che è installata in modo invisibile nel pannello degli strumenti. Le autoradio dotate di un connettore Vda standard possono trasferire il tono di chiamata e la voce al sistema hi-fi del veicolo. Per i veicoli con radio meno recenti, viene aggiunto un altoparlante e un microfono in fase di installazione. La soppressione del rumore e la riduzione dell'eco forniscono un'eccellente qualità del suono. Elsa Ag e Peiker acoustic GmbH hanno sviluppato congiuntamente il dispositivo viva-voce *Vianect blue Handsfree*, con un set che contiene l'unità di controllo, tutti i cavi necessari, un microfono e un altoparlante.

La gamma di prodotti Elsa comprende modem, adapter Isdn, router Isdn e Dsl, sistemi di videoconferenza, schede grafiche e monitor.



www.spazioimprese.com: il portale per le pmi piemontesi

Opennet, in collaborazione con Regione Piemonte, Comunità Europea e le Associazioni di categoria (Federpiemonte, Unioncamere, Federapi, Artigianato Piemonte Casa, Confederazione Nazionale dell'artigianato e Confartigianato Piemonte) annuncia il portale Spazioimprese® che dal 2002 promuoverà sulla rete Internet, in Italia e nel mondo, le imprese piemontesi registrate. Il costo d'ingresso è minimo grazie al contributo della Regione Piemonte e della Comunità Europea: soltanto 70 euro all'anno (prezzo valido sino al 2006, solo per le prime 3000 imprese che si registreranno entro il 31 dicembre). Con Spazioimprese® si potrà: entrare gratis nel programma di promozione per il Sistema Piemonte (un progetto internazionale dell'UE); attivare una vetrina riservata di presentazione e collegarla con link diretto al proprio sito; scegliere i servizi riservati di Spazioimprese® per usare Internet in modo strategico; partecipare al marketplace e allargare così il proprio mercato. Info: www.spazioimprese.com tel.: numero verde 800.350.70

Smaltimento dei rifiuti Ict e rispetto ambiente

Nuova Direttiva Europea sulle attrezzature elettriche ed elettroniche da smaltire. Scrap, azienda specializzata nel trattamento dei rifiuti tecnologici e informatici

In base alla nuova Direttiva Europea sulle attrezzature elettriche ed elettroniche fuori uso (Weee) e sul loro recupero, riciclo e smaltimento, ogni italiano dovrà raccogliere in maniera differenziata elettrodomestici, vecchi frigo e computer a fine vita (almeno 4 Kg pro-capite, secondo l'Unione Europea).

Se ne è parlato allo Smau (Fiera Milano 18-22 ottobre) durante il convegno Eco@Smau.it, cui si è affiancata la premiazione degli "Award Ecohitech 2001", riconoscimenti alle imprese ICT che si sono maggiormente distinte a favore dell'Ambiente. All'iniziativa hanno preso parte Canon, HP, Kyocera, Ibm, Nrg, Omnitel, Xerox e alcuni tra i principali

recuperatori di hi-tech a fine vita. Tra questi ultimi Scrap, azienda specializzata in recupero e trattamento di tutti i beni informatici e tecnologici a fine vita (pc, monitor, computer medi e grandi, stampanti e periferiche, telefoni cellulari, centrali telefoniche, registratori di cassa, tv, hi-fi, apparecchiature elettriche ed elettroniche in genere). I prodotti di rifiuto, dopo il trasporto al centro di trattamento autorizzato di Cinisello Balsamo (Milano), vengono disassemblati, si procede poi alla messa in sicurezza e bonifica delle sostanze pericolose, alla cernita dei materiali e al loro recupero (sino al 90%) e riciclaggio.

Info: tel.02.61293612; www.scrap srl.it
email: info@scrap srl.it



6^a esposizione
di tecnologie, servizi
e professioni
per il business on line

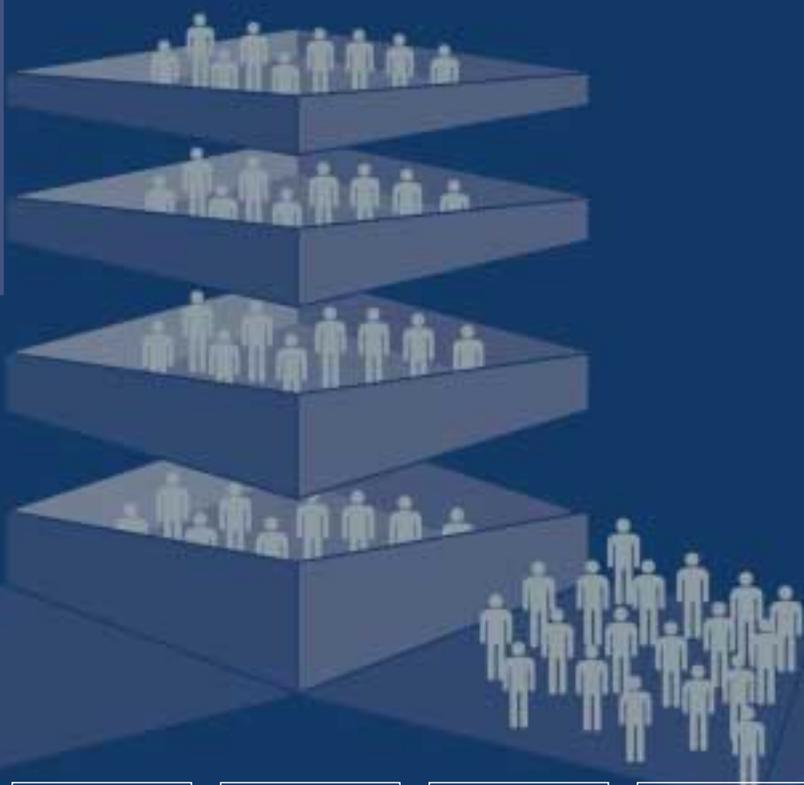
17/18/19
gennaio 02
MILANO



www.internetexpo.net

Internet Expo, tradizionale evento espositivo e convegnistico nazionale, è riconosciuto dagli operatori di settore come il più efficace momento di incontro per il business on line. Presenta servizi, tecnologie e soluzioni offerti dalle migliori aziende nazionali ed internazionali favorendo contatti immediatamente produttivi tra aziende di primaria importanza.

99.9%
BUSINESS



e-commerce

web advertising

net banking

CRM

outsourcing

wireless

m-business

Milano, Fiera Milano, ingresso Porta Metropolitana, Pad. 9/I e Pad. 9/II
Ingresso a pagamento (€ 12,91 - L. 25.000) per operatori e pubblico - dalle 10.00 alle 19.00

e-20 Srl Via G. Alessi, 8 - 20123 Milano [t] 02-89420704 [f] 02-89420825 [e] info@internetexpo.net [w] www.internetexpo.net

CALENDARIO 2002 e OLTRE



AEROSPAZIALE

- AIRFREIGHT EXPO, Singapore, 26/2-3/3/2002
- AIRPORT CHINA / ATC CHINA, Pechino, 11-14/6/2002
- ASIAN AEROSPACE, Singapore, 26/2-3/3/2002
- LAD - LATIN AMERICA DEFENTECH*, Rio De Janeiro 22-25/4/2003

ALIMENTARE, RISTORAZIONE, OSPITALITÀ

- ALIMENTARIA, Barcellona, 4-8/3/2002
- ALIMENTARIA LISBOA, Lisbona, 6-10/4/2003
- ALLES FÜR DEN GAST, Salisburgo, 21-24/4/2002
- DA EXPO (distribuzione automatica), Parigi, 6-9/11/2002
- EQUIPHOTEL, Parigi, Nov 2003
- HOREXPO LISBOA, Lisbona, 21-24/4/2002
- HOSPITALITY WEEK, Birmingham, 20-23/1/2003
- HOSTEX, Cape Town, Sud Africa, 24-27/2/2002
- HOTELYMPIA, Londra, 4-8/2/2002
- NY RESTAURANT & FOODSERVICE SHOW, New York 24-26/2/2002
- SIRHA, Lione, 25-29/1/2003

AMBIENTE

- AFRIWATER, Johannesburg, Sud Africa, agosto 2003
- POLLUTEC Industrie, Parigi, 4-7/12/2001
- POLLUTEC, Lione, 26-29/11/2002

AUTOMATICO DA DIVERTIMENTO

- IMA - Int'l Trade Fair for Amusement and Vending Machines, Norimberga, 15-18/1/2002

CAVI E SATELLITI, BROADCASTING

- CABLE & SATELLITE MEDIACAST, Londra, 20-22/5/2002

COMUNICAZIONE VISIVA, GRAFICA

- VISCOM (D), Düsseldorf, agosto 2003
- PROSIGN, Düsseldorf, novembre 2002

DECORAZIONE, OGGETTISTICA

- MAISON & OBJET, Parigi, gennaio 2002
- MAISON & OBJET, Parigi, settembre 2002

EDITORIA

- AIBF - Asia International Book Fair, Singapore, 24-26/4/2002
- BOOKEXPON AMERICA*, New York, 3-5/4/2002
- LONDON BOOK FAIR, Londra, 17-19/3/2002
- TIBF, - Tokyo International Book Fair, Tokyo, 18-21/4/2002

FARMACEUTICA

- INTERPHEX - IPIW (Int'l Pharmaceutical Industry Week), New York, 15-17/4/2002

FERRAMENTA

- BWS - Int'l Trade Fair for Woodworking, Processing, Machinery, Ancillary Equip. And Hardware Products, Salisburgo, aprile 2003
- HARDEX - Int'l Hardware and Allied Products Exhibition, Johannesburg, luglio 2003
- NAT'L HARDWARE SHOW, Chicago, agosto 2002

FOOD PROCESSING

- INTERBEV, Atlanta, 20-22/10/2002
- BTA - Barcelona Tecnoalimentaria, Barcellona, 7-11/3-2002

GIOIELLERIA

- BIJORHCA - Montres et Bijoux, Parigi, 6-9/9/2002
- BIJORHCA - Eclat de Mode - gennaio, Parigi, 25-28/1/2002
- BIJORHCA - Eclat de Mode - settembre, Parigi, 6-9/9/2002
- IJK - International Jewellery Kobe, Kobe, 16-18/5/2002
- IJL - International Jewellery London, Londra, 1-4/9/2002
- IJT - International Jewellery Tokyo, Tokyo, 23-26/1/2002
- JCK Asia, Hong Kong, 11-14/7/2002
- JCK Orlando, Orlando, 3-5/2/2002
- JCK Vegas, giugno 2002
- JWE - Jewellery World Expo, Toronto, agosto 2002
- LUXURY by JCK, Las Vegas, giugno 2002

IMBALLAGGIO

- CORRUGATED, Parigi, 10-15/6/2002
- PAKEX, Birmingham, marzo 2004

INFORMATION TECHNOLOGY

- CONFORTEC COMPONENTS@INTEL, Milano, maggio 2003

OTTICA

- IOFT - International Optical Fair Tokyo, Tokyo, ottobre 2002
- VISION EAST*, New York, 15-17/3/2002
- VISION WEST, Las Vegas - CA, settembre 2002

PISCINE

- PISCINE, Lione, novembre 2002

PLASTICA E POLIMERI

- EUROPLAST, Parigi, 3-7/6/2002
- INTERPLAS, Birmingham, 30/9-4/10/2002

PULIZIA INDUSTRIALE

- EUROPROPRE, Parigi, 11-14/3/2003

SPORT & TEMPO LIBERO

- EQUITANA, Essen, 8-16/3/2003
- FESTIVAL DE LA PLAISANCE DE CANNES, Cannes, settembre 2002
- SALON NAUTIQUE DE PARIS, Parigi, 30/11-10/12/2001
- SPOEX, Seoul, Korea, 21-24/3/2002

SUBFORNITURA

- ALLUMINIUM ESSEN, Essen (D), 18-20/9/2002
- ALLUMINIUM UK, Birmingham, 8-11/10/2001
- ASSEMBLY TECHNOLOGY EXPO, Rosemont Chicago, 24-26/9/2002
- MIDEST, Parigi, 20-23/11/2001
- MW UK - Manufacturing Week UK, Birmingham, novembre 2002
- NMW - National Manufacturing Week, Chicago, 18-21/3/2002

*presenza padiglione ICE



**Reed
Exhibition
Companies**

Come contattarci:

Via F.co Melzi d'Eril, 26 - 20154 Milano Tel.: +39 02319116.1 - Fax: +39 0234538795

<http://www.reedexpo.com>

Alle soglie del 2002, dopo l'esplosione della bolla speculativa legata a internet e la spietata selezione avvenuta negli Stati Uniti tra le ormai famose "dot-com", per le aziende italiane che operano nel B2B, è giunto il momento delle riflessioni. Non è il caso di preoccuparsi, la rete sta vivendo solo una fase di assestamento, ma in questo periodo di passaggio è bene non stare con le mani in mano.

Gli ostacoli allo sviluppo dell'economia digitale in Italia sono stati e sono ancora oggi molteplici; dal timore di condividere informazioni in rete alla mancanza di conoscenza del mezzo. Sono ancora alte sia le barriere culturali sia le barriere in entrata a livello economico. Non ultima la tipica mentalità diffidente e conservatrice dell'imprenditore italiano rappresenta un forte ostacolo alla diffusione del commercio elettronico business to business.

Eppure dati recenti rivelano che gli italiani amano gestire il proprio denaro attraverso la rete. Infatti, le ultime ricerche annunciano il raddoppio nel 2001 del numero dei navigatori di siti business in Italia (circa 2,7 milioni) e l'aumento del tempo speso del 60%. (fonte: Jupiter Mmx, società leader nelle ricerche su Internet). La prospettiva di un fallimento preannunciato dall'estero e le previsioni poco incoraggianti hanno portato molte dot.com italiane a riflettere, a rivedere la propria strategia iniziale, e ad adottare nuove leve di azione.

La riorganizzazione ha toccato un po' tutti i marketplace orizzontali pionieri in Italia che, anziché puntare alla specializzazione, si sono indirizzati verso un'offerta a 360 gradi; l'abbinata marketplace-servizi-informazione sembra essere quella vincente. E così vengono soddisfatte le tre "c" del modello di gestione del cliente virtuale (comunicazione, contenuti e commercio). Se non ci sono le competenze necessarie per gestire il tutto internamente, si possono stringere alleanze con partner di riconosciuto valore. Biztob.com Spa, società del

E-business: Biztob.com fa il punto della situazione e si riorganizza

Un portale di servizi per le imprese in continua evoluzione

di Lorenzo Paparo



gruppo Finmatica attiva fin dagli albori del Business to Business in Italia, sta guidando ancora una volta questa fase di transizione, presentandosi come un portale di servizi alle imprese in continua evoluzione.

Da marketplace "dove le imprese fanno affari con le imprese", Biztob.com si è trasformato in una piazza virtuale dove gli utenti possono trovare informazioni, approfondimenti, servizi in outsourcing, nuovi fornitori e clienti. A far la differenza tra le tante dot-com e a permettere il raggiungimento del vantaggio competitivo, è l'orientamento al cliente.

Ma è sufficiente dotarsi della tecnologia più avanzata per soddisfare il cliente? Secondo Nicola Scardi, marketing & communication manager di Biztob.com, l'approccio vincente sta nell'affiancare un team di specialisti a tecnologie di sicuro valore e internet deve essere considerato il complemento e non l'alternativa al canale tradizionale. Il percorso di avvicinamento all'e-business deve essere condotto in maniera graduale e con grande impegno da parte delle risorse interne all'impresa, ma soprattutto, con l'aiuto di specialisti.

L'errore fatale di tante dot-com, è stato proprio quello di non percepire appieno le reali esigenze degli utenti, abbandonandoli in balia di complicati labirinti tecnologici, di form di registrazione, codici identificati-

vi, acronimi impronunciabili, inglesi-smi incomprensibili.

Oggi si è fatta strada la consapevolezza che il successo per gli operatori della rete risponde

alle stesse regole di servizio e buon senso che da sempre guidano le imprese al successo in tutti i campi e le imprese più evolute si stanno attrezzando per accompagnare per mano anche il navigatore più inesperto.

Biztob.com ha affrontato questa nuova consapevolezza arricchendo la propria offerta di servizi, semplificandone i percorsi e scegliendo la via della partnership con società leader nel proprio settore.

Per quanto riguarda il tema "tecnologia" Biztob.com Spa ha potuto giocare una carta vincente: Finmatica, società italiana

leader nelle soluzioni e-business, e-finance, e-security e e-document. Grazie all'esperienza della propria casa madre, Biztob.com può sfruttare un know how tecnologico fondamentale per un continuo aggiornamento della propria offerta, riuscendo anche a proporre progetti tagliati ad-hoc sulle esigenze più particolari. Sono esempi concreti quelli del marketplace per l'e-procurement sviluppato per Regione Lombardia o della Private Room, costituita per l'Asl 1 di Milano per la gestione di gare d'appalto.

Grazie alle competenze di Finmatica, Biztob.com non trascura il tema della sicurezza. "Niente sicurezza niente business" dice il presidente del Clusit, Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica, Danilo Bruschi, "non siamo più di fronte a ragazzini che nel tempo libero cercano di entrare nei siti più disparati ma a un uso della rete per azioni di intelligence, spionaggio industriale".

Un anno e mezzo fa Pier Luigi Crudele, presidente della holding Finmatica dichiarava: "gli utenti di Biztob sono 400, l'obiettivo è arrivare a 10.000 iscritti nel 2000". Oggi le aziende iscritte a Biztob.com sono 20.000 e, grazie alle neonate consociate in Francia e Spagna, la società sta rapidamente conquistando una posizione di primo piano nel panorama del B2B a livello europeo.

Antonio Gelardi
Il massimo con Access 2000Finson, Milano 2001
pp. 398, L. 39.000

Access 2000 è la nuova versione del più usato programma di gestione degli archivi in ambiente Windows. In questo libro, partendo dalle basi e facendo uso di esempi pratici, sono proposte le più efficaci tecniche di utilizzo.

La collana di manuali *Il massimo con* comprende altre applicazioni dell'Office 2000 (tutte le informazioni al sito www.finson.it).

Enrico Eccel

Il massimo con Outlook 2000Finson, Milano 2000
pp. 360, L. 29.000

Questo manuale illustra come gestire la posta elettronica, partendo dalla ricezione dei messaggi e imparando a riconoscerne le caratteristiche principali e le relative notizie nascoste tra sigle e icone. Segue la descrizione della posta in uscita, che va dal semplice invio di testo fino alla formattazione in html, alla spedizione di file o immagini. Sono, inoltre, descritte le varie sezioni dell'agenda: calendario, attività, contatti, diario e note.

Federica Fabbiani

Il massimo con Powerpoint 2000Finson, Milano 2001
pp. 248, L. 29.000

Powerpoint è l'applicativo Microsoft per la creazione di presentazioni multimediali. Il manuale Finson ne descrive le potenzialità, partendo dalle funzioni primarie, attraverso percorsi intuitivi e semplici anche quando si arriva alle funzionalità più complesse. Sono presentati gli strumenti di lavoro, barre e menù, per l'impaginazione di testi e immagini e, per l'interazione con la rete, sono descritte le funzioni web, dal salvataggio in html ai collegamenti ipertestuali.



Internet Expo a Fiera Milano, con un programma più ricco

La manifestazione dedicata al business on-line si terrà dal 17 al 19 gennaio 2002 a Fiera Milano. La sesta edizione spazierà anche su wireless e mobile business

Manifestazione al contempo espositiva e convegnistica, *Internet Expo* è dedicato alle tecnologie, ai servizi e alle professioni per il business on-line, e si rivolge ad un vasto pubblico professionale e non: amministratori delegati, direttori generali, direttori e responsabili marketing, direttori e responsabili IT, networking manager, direttori commerciali, project/content manager, webmaster, investitori, imprenditori, consulenti internet.

A *Internet Expo* è possibile scoprire novità e strumenti per rendere il proprio business competitivo, stabilire contatti professionali per realizzare partnership, entrare in contatto e confrontare le proposte di centinaia di aziende, assistere a dimostrazioni tecniche ed informative tenute dagli espositori, partecipare alle tavole rotonde dove si discutono i temi di maggiore interesse del settore.

La manifestazione organizzata da e-20 srl, nacque nel 1997 come evento annuale, ma nel 2001, sull'onda dell'interesse suscitato, all'edizione tradizionale di gennaio al Filaforum di Assago (Milano) si è aggiunta quella di giugno a Roma, tenutasi al Palazzo dei Congressi Eur.

La prossima edizione, la sesta, si terrà dal **17 al 19 gennaio 2002**, non più ad Assago ma a Milano, nei Padiglioni 9/I e 9/II di **Fiera Milano**, accanto all'ingresso di Porta Metropolitan. Lo spostamento di *Internet Expo* nel quartiere fieristico milanese avvalorà il riconoscimento nazionale ormai assunto dalla manifestazione. A conferma della rilevanza hanno rinnovato il patrocinio all'evento sia Iab, Internet Advertising Bureau, sia @Iip, Associazione Italiana Internet Provider a cui si è aggiunta l'adesione del Ministero delle Attività Produttive

Internet Expo avrà a disposizione un'area di 15.000 m² per discutere e presentare le novità relative a: • e-commerce (soluzioni per il commercio on-line); • web advertising (comunicazione on-line); • net banking (servizi di banking e trading on line); • cirp (customer relationship management); • outsourcing (soluzioni aziendali integrate). La 6^a edizione di *Internet Expo* amplierà i suoi contenuti con l'aggiunta di due tematiche, • wireless e • m-business (piattaforme per il mobile business)",



tematiche che confermano l'approccio - estremamente attento nel recepire le necessità delle imprese e le innovazioni del mercato - proposto dall'appuntamento espositivo e convegnistico.

Tutte e sette le tematiche verranno affrontate da tre punti di vista: attraverso le conferenze che con uno sguardo istituzionale individuano gli scenari e le possibili risposte, attraverso i seminari che vedono gli espositori approfondire la propria offerta di prodotti e servizi, e tramite l'area espositiva dove sono presenti le migliori aziende nazionali ed internazionali per incontrare professionisti con cui scambiare punti di vista sui bisogni e l'andamento del mercato.

Alla scorsa edizione di gennaio di *Internetexpo*, ad Assago, parteciparono 23.800 visitatori, 230 furono gli espositori su 15.000 m² espositivi e 350 i giornalisti di stampa cartacea e online, radio, tv, sat tv e web tv.

Nei tre giorni della manifestazione si susseguirono 5 conferenze e 130 seminari, e si misero a fuoco il processo di maturazione in atto nel mercato e la conseguente selezione degli operatori e quindi dell'offerta, ma anche l'importanza di *Internet* quale strumento fondamentale per lo sviluppo, la crescita e la competizione delle aziende.

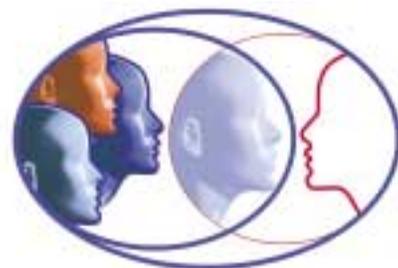
Info: e-20 Srl tel. 02 89420704,
email: info@internetexpo.net;
www.internetexpo.net



Omat e VoiceCom: tutto sulle tecnologie informatiche per l'ufficio

Due mostre convegno specializzate, a Roma dal 21 al 23 novembre. Back office, front office e connecting office: le frontiere informatiche per risolvere i problemi dell'ufficio

di Lorenzo Paparo



manifestazione per visitare anche l'altra. Inoltre tutti hanno ricevuto la Guida che riporta entrambe le manifestazioni e quindi hanno potuto analizzare le informazioni anche successivamente".

Non c'è dubbio che le soluzioni di back office volte a gestire informazioni e processi aziendali, temi focali di Omat, e le tecnologie e le

lizzare quelli già esistenti. Analogamente discorso per i call center, strutture che, massimizzando la qualità dei servizi resi ai clienti, possono essere di grande aiuto alla vendita e al supporto delle attività commerciali.

Allo stesso modo, l'internet, l'e-business e l'e-mail stanno ampliando le funzioni dei sistemi di archiviazione e di gestione dei documenti. Le imprese stanno prendendo coscienza del fatto che la gestione in formato cartaceo è diventata antieconomica e stanno considerando sempre più la possibilità di gestire i documenti elettronicamente.

e-government e firma digitale

Infine, l'internet ha permesso di avviare l'e-government, un processo che dal lato della Pubblica Amministrazione consente di ottenere una riduzione dei costi e maggiori efficacia e efficienza, mentre dal lato del cittadino permette una maggiore trasparenza nei confronti della PA.

Ad Omat, Telecom Italia approfondirà il tema dell'e-government, la cui realizzazione, necessaria per il sistema Paese, comporta la partecipazione responsabile di tutti gli attori in gioco, pubblici e privati, che sono chiamati ad una stretta collaborazione nell'ambito di una visione ampia e di portata nazionale. Telecom Italia possiede asset aziendali, servizi e know-how idonei a svolgere un ruolo significativo, che abbracciano l'intera filiera delle attività necessarie per lo sviluppo del piano stesso. In particolare, con riferimento al ruolo di front-end che la Pal è chiamata a svolgere per l'erogazione dei servizi, Telecom Italia ha individuato nel "portale territoriale" la soluzione più idonea per realizzare i sistemi di accesso locale ed abilitare le Pal ad erogare informazioni e servizi interattivi d'interesse del bacino amministrato.

Altro argomento di grande attenzione sarà per Omat la firma digitale. L'imminente adesione italiana alla direttiva europea sulla firma elettronica rende urgente la soluzione dell'integrazione e dell'interoperabilità tra i sistemi dei diversi fornitori e dei diversi Paesi.

Info: www.iter.it

Le nuove tecnologie di back office (gestione elettronica dei documenti e delle informazioni aziendali) e front office (tecnologie ed applicazioni di integrazione voce e computer) stanno apportando innovativi e importanti cambiamenti nel modo di operare dell'azienda e nei rapporti con i clienti. Per essere competitivi diventa fondamentale capire come effettuare corrette scelte tecnologiche e applicative. È questo l'obiettivo della 16ª edizione di Omat e della 10ª edizione di VoiceCom, manifestazioni che si svolgeranno congiuntamente dal 21 al 23 novembre 2001 al Palazzo dei Congressi di Roma Eur.

L'informatica al servizio dell'ufficio

Quest'anno, piattaforma coesiva tra i due avvenimenti organizzati dalla società milanese Iter, specializzata in servizi nel campo dell'informatica più innovativa, sarà il tema connecting office, che costituirà anche lo spunto per una serie di sessioni focalizzate su alcuni degli argomenti "caldi", come e-government, e-learning, asp, work force management, convergenza voce-dati e palmari per il business.

"Lo scorso anno - ha affermato Domenico Piazza, senior partner di Iter - hanno visitato Omat oltre 2600 persone, ben il 28% in più dell'edizione del 1999, mentre i visitatori di VoiceCom sono stati più di 2100, ossia l'87% in più rispetto al 1999. Il 30% circa ha approfittato di una

applicazioni di integrazione voce-computer da impiegare nella gestione delle attività verso il cliente, argomenti cardine di VoiceCom, sono fattori strategici per il business di oggi.

Questi fattori saranno analizzati nel dettaglio; in particolare all'interno di Omat sarà evidenziato lo stato dell'arte in tema di gestione e archiviazione di documenti elettronici, carta d'identità elettronica, firma digitale, protocollo informatico, business intelligence, knowledge management, storage (San e Nas), security anche con sistemi biometrici.

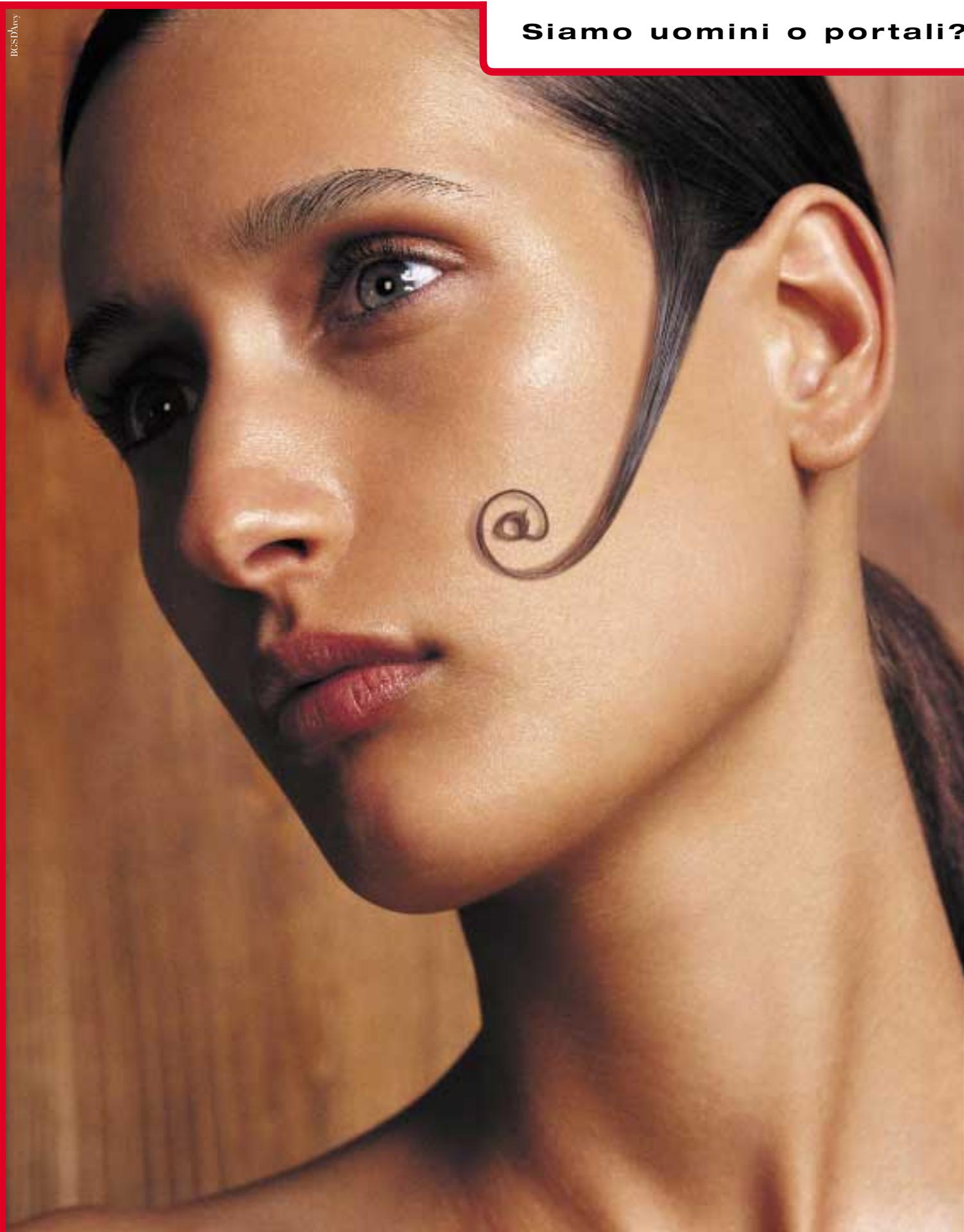
Analogamente, VoiceCom sarà l'occasione per conoscere a fondo attuali applicazioni di customer relationship e satisfaction management, mobile for business, value service, computer telephony integration e voice browsing.

Inoltre convegni specialistici approfondiranno tematiche inerenti applicazioni, tecnologie e normative del settore.

"Omat e VoiceCom - ha precisato Ursula Staerk, responsabile marketing di Iter - hanno un duplice ruolo: far conoscere le offerte nel dettaglio ed anche spiegarne la reale utilità e il proficuo utilizzo. Non dimentichiamo, infatti, che il rapporto con il cliente è oggi un tema di importanza strategica.

Per questo motivo, la messa in opera di un'applicazione di Crm va affrontata con attenzione al fine di gestire in modo organizzato e strutturato tutte le informazioni utili per coinvolgere nuovi clienti e fide-

Siamo uomini o portali?



BIZ-TO-B

Affari non virtuali.

Da solo, internet non basta. Per acquistare meglio e per vendere di più ci vogliono uomini, strumenti e servizi innovativi. Biztob li ha e te li mette a disposizione sia on line, sia al telefono. Scopri subito come puoi rendere più competitiva la tua impresa digitando www.biztob.com o chiamando il Call Center 800.451.800.

VIAGGI VIETTI SPECIALISTI IN GERMANIA

La Germania di qualità

Per affari o per turismo, la garanzia di proposte e servizi sapientemente costruiti



Gaetano Vietti



La Viaggi Vietti di Milano è nata nel 1983 come agenzia dettagliante, su iniziativa di Gaetano Vietti e della moglie Sigrid, di origine tedesca e con notevole esperienza nel settore turistico ricettivo. Gaetano Vietti, italianissimo, è anche lui innamorato della Germania, che conosce da più di quaranta anni, periodo in cui ha coltivato rapporti di lavoro sempre nel settore dei viaggi fra i due paesi.

Fair-Play, scacco alle fiere

Già alla fine del 1983 i Vietti decidono di iniziare l'attività di tour operator con proposte per la Germania, e nasce *FairPlay - Scacco alle fiere*, un programma di viaggi per espositori e visitatori che ha come sottotitolo: "Come vincere senza problemi le difficoltà di partecipazione alle Fiere Internazionali Tedesche."

Le destinazioni sono Amburgo, Berlino, Colonia, Düsseldorf, Essen, Francoforte, Hannover, Lipsia, Monaco, Norimberga, Stoccarda.

Il catalogo, studiato per l'uomo d'affari, comprende un pacchetto di servizi indispensabili per una visita senza

contrattempi - viaggio aereo, soggiorno (con alberghi da 2 a 5 stelle), tessera d'ingresso, catalogo ufficiale e assicurazioni - prenotabile in pochi minuti, con scelta della data di partenza e durata del soggiorno. Su richiesta, sono disponibili soluzioni viaggio per espositori (*Fair Play Espositori*) e un servizio di assistenza completo (*Fair Play Assistenza*), che offre consigli e prenotazioni per fiere, interpretariato, visite tecniche, sale per meeting e congressi, ristoranti, noleggi auto, visite e escursioni turistiche.

Germania il paese delle fiabe

Nel 1986 Viaggi Vietti ha completato il discorso di tour operator specializzato sulla Germania con *Germania, il paese delle fiabe*. Negli anni il catalogo si è arricchito con proposte interessanti e particolari come solo un vero specialista e conoscitore del paese sa offrire. Il turista può scegliere tra itinerari individuali e di gruppo, soggiorni in selezionati alberghi tipici dislocati nelle più belle località, appartamenti e fattorie, crociere fluviali, tour in auto propria o noleggiata, in treno,

in bicicletta, weekend nelle grandi città, proposte per manifestazioni ed eventi culturali e folkloristici e, non solo per chi ha bambini, una magnifica visita all'Europa*Park, il più vecchio ed esteso parco di divertimenti a tema d'Europa, ai margini della Foresta Nera, con oltre 100 attrazioni e spettacoli.

La Viaggi Vietti, che ha sempre creduto nelle notevoli potenzialità turistiche della Germania, sta ottenendo grandi soddisfazioni tra i molti turisti che desiderano cultura, tradizione, natura, cortesia e, perché no, anche una buona cucina.

Viaggi Vietti rappresenta due dei maggiori operatori ricettivi tedeschi: *Destination Service Team* di Düsseldorf e *Top Tours Travel* di Monaco ed è agente e centro prenotazioni dell'Europa*Park e di due associazioni alberghiere molto tipiche e prestigiose come *Ringhotels* e *Romantik Hotels & Restaurants International*

I cataloghi *Fair Play - Scacco alle fiere* e *Germania il paese delle fiabe* sono reperibili nelle migliori agenzie di viaggio e possono essere consultati e scaricati dal sito www.expofairs.com/vietti.

M.C.P.

Viaggi Vietti

per ogni esigenza di viaggio in Germania

Agente generale per l'Italia di:

- DESTINATION SERVICE TEAM
- TOP TOURS TRAVEL
- ROMANTIK HOTELS & RESTAURANTS INTERNATIONAL
- EUROPA-PARK

20146 MILANO - VIA G. WASHINGTON 17
 TELEF. 02.466957 (r.a.) - FAX 02.48194252
 E-mail: viettiaggi@tin.it - www.expofairs.com/vietti

Natale incantato in Alto Adige

Le valli di Tures e Aurina: sciare in vetta all'Italia su 40 km di piste. Artigianato e folklore: mercatini di Natale, musei dei presepi e delle miniere. Le settimane dei Sandmännchen

di Maria Cristina Paparo



Le valli di Tures e Aurina, in Alto Adige, sono una zona inedita nel panorama delle stazioni sciistiche italiane. Racchiuse da 80 cime oltre i 3000 metri, terminano nel punto più a nord d'Italia, la Vetta d'Italia.

Sui 40 km di piste di Speikboden (Monte Spicco) e Klausberg (Cadipietra), l'innervamento naturale è straordinario, gli alberghi sono accoglienti e attrezzati, gli impianti sono tutti ad alta portata - ogni anno rinnovati - e le piste - con dislivello fino a 1400 m - lasciano a bocca aperta i più scettici. E per di più la popolazione locale è nota per la propensione alla convivialità e alla baldoria. Per le vacanze natalizie molte sono le opportunità di svago offerte dalla zona, ve ne proponiamo alcune.

Il Christkindlmarkt è il mercatino di Natale tipico dei Paesi del nord. Quello di Campo Tures, capoluogo dell'area vacanze valli di Aurina e di Tures, va in scena dal 24 novembre fino al 30 dicembre, ed è aperto giovedì e venerdì dalle 15.00 alle 19.00, sabato e domenica dalle 11 alle 19.

Il Mercatino di Natale di Campo Tures si distingue per la genuinità: niente prodotti industriali o commerciali fra i

15 stand, ma solo oggetti rigorosamente originali, naturali, di produzione locale: pizzi di Predoi, giocattoli e sculture in legno, biscotti e dolci casalinghi (ci sarà anche una bancarella del maestro pasticciere Hubert Oberhollenzer, di Campo Tures, vincitore di campionati mondiali di pasticceria), frutta secca e candita, decorazioni natalizie originali del gruppo di aziende agricole locali Ahnrtal Natur, ecc.

Il Mercatino si svolge presso il Centro commerciale Tubris di Campo Tures, completamente rinnovato. Il tetto trasparente diventa un "cielo stellato" da 27.000 lampadine. E tutto il paese, dominato dal fiabesco Castel Tures, è illuminato a festa. Oltre al Mercatino, poco distante si può visitare il Museo di presepi delle Alpi



(Museum Maranatha, aperto tutto l'anno, tel. 0474.671682), mentre a Lutago, in via Weissenbach 17, sono esposti grandi presepi scenografici tirolesi, orientali e moderni, di autorevoli artisti come Ciro e Bruno Lipp.

Di particolare rilievo anche il programma musicale: nelle valli di Tures e Aurina, in molte famiglie e comunità rurali ci si riunisce ancora per suonare gli strumenti tradizionali, specie per le ricorrenze natalizie. Durante il Mercatino si esibiscono gruppi folcloristici locali impegnati nel recupero della cultura popolare. E poi vin brulé, distribuito a fiumi.

Offerte per tutti i gusti

Per vivere l'intensa esperienza del Natale nelle valli di Tures e Aurina, in concomitanza con il Mercatino di Campo Tures sono stati predisposti due innovativi pacchetti all inclusive in tre turni da venerdì a domenica (dal 7 al 9 dicembre, dal 14 al 16 dicembre e dal 21 al 23 dicembre), a 155 euro in hotel tre stelle e a 123 euro in due stelle, sia per individuali che, con quotazioni ulteriormente ridotte, per gruppi.

Per i non sciatori il pacchetto prevede un fitto programma culturale, che s'incentra sull'offerta museale delle Valli di Tures-Aurina: il venerdì pomeriggio si va subito al Mercatino; il sabato si visitano il Museo dei presepi di Lutago e il modernissimo Museo delle Miniere di Cadipietra. Il pranzo sarà "supertipico", a base di soli prodotti della valle; poi si visita il Museo dei minerali di San Giovanni; gran finale al Mercatino. Dopo la cena in albergo, romantica escursione con le fiaccolate al Castel di Tures e visita guidata. Domenica, visita al nuovissimo



Museo del Parco Naturale Vedrette di Ries-Aurina e concerto d'Avvento presso il Mercatino.

Il programma attivo, invece, s'incentra sullo sci a Speikboden e Klausberg, le due zone sciistiche dell'area valli di Tures-Aurina, 40 km di piste da veri intenditori. In comune con il programma culturale, rimangono la visita notturna al castello e le uscite al Mercatino. Il programma culturale comprende anche i pranzi, quello attivo gli skipass giornalieri, ma non i pranzi.

Per chi, invece, preferisce lo sci di fondo, consigliamo Casere, un vero paradiso dell'area Tures-Aurina con 80 km di piste in totale.

Dal 2 al 9 febbraio 2002 single in settimana bianca. La stanza matrimoniale, in diversi alberghi della valle, viene offerta al prezzo di una singola (da 417 euro mezza pensione in tre stelle, compreso skipass). E l'intera settimana non lascia tempo per annoiarsi: lezioni di sci di gruppo, gara ad handicap, escursioni con racchette da neve, musica dal vivo, fiaccolate, cene in baita e discesa con la slitta, feste...

Per i bambini dal 24 marzo al 14 aprile 2002 si può utilizzare il pacchetto *Le settimane dei Sandmännchen* (letteralmente *dei Sabbiolini*, da una parola colloquiale tedesca equivalente al nostro *Pierino*): in diversi alberghi della valle i bambini alti fino a 1,20 m, non pagano né alloggio né skipass, se dormono nella stanza dei genitori. *Per ulteriori informazioni:* tel. 0474652081, fax 0474652082 tauferer@ahrntal.com www.tures-aurina.com

Il Grand Hotel dei Dogi, a Venezia

Un gioiello della catena Boscolo Hotels. Una dimora storica trasformata in un cinque stelle, adatto anche ad accogliere meeting. Suite presidenziale con vista mozzafiato sulla laguna.

di **Maria Luisa Negro**

Ha un fascino sottile il Grand Hotel dei Dogi di Venezia, della catena Boscolo Hotels.

Sarà perché si trova nello splendido scenario di Venezia, sarà per lo sfarzo elegante e discreto dei suoi ambienti, o per il giardino ammaliatore che immette alla laguna con una vista spettacolare sull'isola di Murano, sarà per la sapiente ospitalità dei Veneziani...Fatto sta che i pochi giorni passati al Grand Hotel dei Dogi lasciano il desiderio di ritornarvi presto.

Una dimora di prestigio

A ben pensarci, l'attrattiva più profonda del Grand Hotel dei Dogi risiede nella intelligente coniugazione tra città d'arte (Venezia) e sede di prestigio (il palazzo Rizzo Patarol che ospita l'hotel).

Quest'ultimo è una nobile

dimora storica, già sede di ambasciate e poi di un convento, tornata a vivere, dopo anni di abbandono, grazie ad un restauro accurato e attento alle funzionalità richieste ad un albergo di categoria cinque stelle, con 76 camere, fra cui 2 suite, 2 sale conferenze sino a 120 posti, aree espositive di 80 m², un ristorante da 90 posti e la possibilità di approntarne sino a 200, e una cucina sopraffina curata dall'Istituto superiore di arti culinarie Etoile. Insomma una struttura adatta anche a meeting e cene di gala.

Il Palazzo è posizionato alla Madonna dell'Orto, il cui nome segnala che un tempo la zona, come altre nella città, era adibita ad orti per il rifornimento alimentare dei veneziani. Adesso la fondamentale Madonna dell'Orto costituisce un angolo tranquillo e lindo del sestiere di Cannaregio, e i veneziani vi risiedono volentieri, tra canali, piazzette, scorci pittoreschi, macchie di verde e la laguna, vi risiedono volentieri, dicevamo, più che in altre zone di Venezia travolte da un turismo caotico. Qui si gode di una tranquillità gradevole, a due passi dal ponte di Rialto.

La Ca' veneziana

Il Palazzo Rizzo Patarol presenta la tipica struttura architettonica della ca' veneziana, che serviva ai ricchi mercanti sia da luogo di rappresentanza sia da magazzino per le mercanzie scaricate direttamente dal canale antistante. Ecco allora il grandissimo salone centrale, alto vari metri, che al pianterreno attraversa tutta la casa e che si ripropone ai piani superiori. È l'ambiente più ricco della



ca', tutto marmi policromi, stucchi veneziani, specchi e enormi lampadari veneziani, veri capolavori dell'artigianato locale, un trionfo di fiori e foglie stilizzate, dai colori lattescenti, talvolta segnati da particolari squillanti e solari, oppure di un favoloso spolverio di luce dorata, ottenuto sciogliendo la foglia d'oro zecchino nel corpo della pasta vetrosa.

Il salone centrale serviva da ingresso, salotto e salone delle feste; il Grand Hotel dei Dogi lo utilizza per accoglienza degli ospiti. Ai suoi lati, al di là delle pareti a stucco veneziano, si susseguono ambienti più bassi, tant'è vero che due piani delle ali della ca' veneziana corrispondono all'altezza del salone centrale. Nelle ali si posizionano ambienti di servizio, un tempo erano magazzini e uffici, oggi si articolano in sale e salette, dove si fa colazione, si pranza, e si tengono convegni e meeting. Notevole il pavimento originale in pietra bicroma, recuperato nel restauro. Uno scalone scenografico porta al primo piano nobile, caratterizzato anch'esso dal grandioso salone centrale, su cui si affacciano le stanze padronali. Qui sono stati recuperati là dove era possibile i tradizionali pavimenti alla veneziana. Occorre un lungo lavoro artigianale per comporre

sul posto e compattare questo pavimento, di grande bellezza, resistenza e luminosità (vedi foto sopra e a sinistra).

Il giardino di 3000 m² è un'altra rarità del Grand Hotel dei Dogi: un tempo orto botanico, adesso presenta un impianto romantico, con alberi secolari e giochi d'acqua, di luce e d'ombra tra sentieri sinuosi.

Info: www.boscolo.com



L'arcipelago di Capo Verde



Al largo del Capo Verde - su quella che, in partenza dall'isola di Gorée, di fronte alla baia di Dakar, è stata per secoli la via del commercio degli schiavi con l'America - l'arcipelago di Capo Verde, territorio portoghese dal 1460 al 1975, è composto da dodici isole di origine vulcanica morfologicamente molto varie.

Nel distretto di Barlavento, si estende l'Ilha do Sal, isola del sale. La salina di Pedra da Lume ne è l'attrazione turistica all'interno di un suggestivo cratere spento. Il vento, proveniente dal continente sahariano, che la spazza più o meno forte, a secondo dell'ora del giorno e della stagione, alimenta di sabbia le lunghe spiagge della costa, mecca per gli amanti del windsurf.

Le chilometriche spiagge di sabbia fine, stanno suscitando l'interesse di investitori europei. Grandi progetti urbanistici sono già in fase di realizzazione, e faranno dell'arcipelago una destinazione invernale a meno di sei ore di volo da Malpensa. Per ora il turismo è limitato alle prime costruzioni alberghiere e l'atmosfera resta gradevole e accogliente. Sal è anche l'unica isola dell'arcipelago ad avere un aeroporto intercontinentale, dove atterrano aerei provenienti da tutto il mondo e dove i turisti possono partire per le altre isole con voli interni.



Kufstein, la città sinfonica

Kufstein si definisce una città sinfonica. Sinfonia del vino, della musica, dell'opera, della neve, dei laghi, dell'organo, il più grande del mondo con 4307 canne e concerti estivi alle 12 e alle 17, che fanno da aperitivo gastro-musicale nel borgo antico. Una proposta dalle mille sfaccettature: storia, arte, musica, sport, natura. Kufstein è una città medioevale che unisce allo stupendo centro storico il tradizionale spirito tirolese e un'irruente influenza della vicina Baviera. La città è dominata dalla fortezza, rifugio per i cittadini nel Medioevo e spauracchio per i naviganti dell'Inn in transito. Oggi, sovrastando le pittoresche case che si affacciano sul fiume, la fortezza ne completa il quadro per chi osserva la città dal ponte della stazione. È anche un tranquillo centro di villeggiatura che ha il pregio di non estendersi al turismo di massa e di offrire serena ospitalità nei suoi alberghi, come lo storico Felsenkeller.

Kufstein ha anche un'antica tradizione nella lavorazione del vetro. Nel laboratorio Riedel di Kufstein ancora oggi i soffiatori realizzano con grande precisione i famosi bicchieri, secondo il millenario metodo della *soffiatura*. Claus Riedel è stato il primo ad adattare la forma

del bicchiere al carattere del vino e come tanti altri, lavora in Austria da oltre mezzo secolo, da quando i russi occuparono la Boemia. Visitando l'atelier si possono seguire da vicino le varie fasi di lavorazione.

Testi e foto di Silvio Fiore



Con una popolazione di soli due milioni di abitanti, la Slovenia, fin dalla proclamazione dell'indipendenza nel 1991, si è orientata verso un sistema di mercato e industria il cui livello di competitività si sta avvicinando agli standard europei. Nel settore turistico, gli operatori stanno lavorando per migliorare le offerte: mare e montagna, città d'arte, agriturismo e gastronomia, sport e natura, terme e casinò, con riguardo particolare al turismo d'affari e al mondo dei congressi e eventi aziendali.

Da sempre attivamente presente nel panorama congressuale europeo, la sua tradizione nell'ospitare meeting di importanza internazionale rimanda al 1821, anno nel quale si tenne il congresso della Santa Alleanza a Ljubljana, dopo la caduta di Napoleone, a cui parteciparono i maggiori capi di Stato, fra cui l'imperatore d'Austria, lo zar di Russia e il re delle Due Sicilie. Poco meno di due secoli sono passati da allora, la Slovenia ha continuato a ospitare ogni genere di meeting e sono già giunte le prime prenotazioni per il 2003. Tre le città di primo piano in questo settore: Ljubljana, Bled e Portoroz.

Ljubljana

Con una capacità che va da 20 a 2000 posti, il Cankarjev dom Cultural and Congress Centre ospita ogni anno circa 1000 eventi culturali e oltre 250 congressi nazionali e internazionali; è membro di Iapco (International Association of Professional Congress

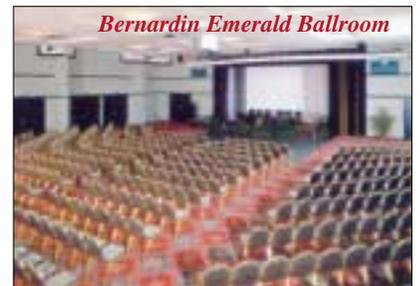
Organizers), Aipc (Association Internationale des Palais de Congrès) e Icca (International Congress and convention Association). Fra i meeting più prestigiosi, il Cankarjev dom ha ospitato l'International Union of Forestry Research Organizations, il Congresso sull'agricoltura europea e numerosi congressi di medicina.

Il Congresses & Special Events Department of the Kompas Turizem Group, anch'esso membro dell'Icca, organizza meeting di più modeste proporzioni fino a un massimo di 450 partecipanti, nello Smelt Office Building, adiacente al World Trade Center.

Bled

Il paesaggio alpino del parco nazionale del Triglav rappresenta una valida alternativa alla capitale. Bled, in particolare, può vantare il pittoresco lago con l'isolotto in mezzo, la vicinanza delle cime più alte della Slovenia, i centri sciistici e un campo da golf. Sale conferenza sono state attrezzate in vari alberghi di prima categoria: il Golf and Park Hotel, il Grand Hotel Toplice, l'Hotel Vila Bled (della catena Relais & Châteaux). La sala multifunzionale Festival Hall Congress Centre è in grado di ospitare fino a 515 partecipanti.

Bernardin Emerald Ballroom



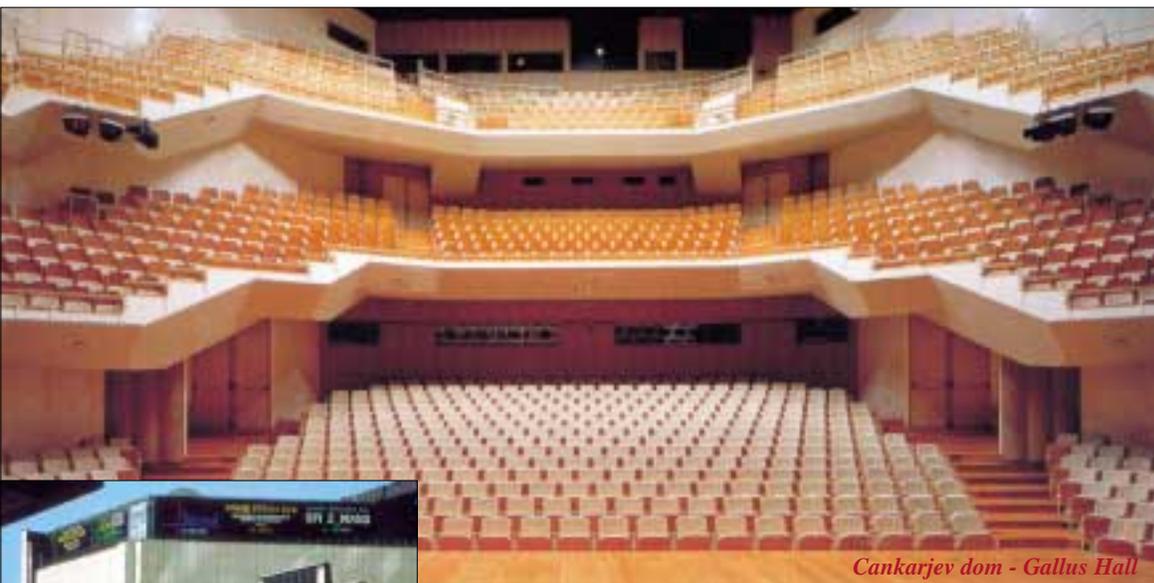
Portoroz - Bernardin



Slovenia: verde, natura, gastronomia, terme, sport, ... e congressi

Breve excursus fra le più prestigiose e attrezzate strutture di una destinazione sempre più interessante per chi vuole organizzare congressi ed eventi aziendali di successo

di **Roberta Milanaccio**



Cankarjev dom - Gallus Hall



Cankarjev dom - Entrata

Portoroz

Molti incontri di lavoro si svolgono a Portoroz all'Avditorij Cultural and Congress Centre, che con l'apertura nel 1973 ha dato il via al business congressuale sulla costa slovena. Immerse in un parco dalla lussureggiante vegetazione mediterranea, le sei sale dell'Avditorij hanno una capacità che varia da 40 a 500 posti per un totale di 850 posti. Sono in progetto investimenti per il restauro del teatro estivo che sarà trasformato in una sala multifunzionale da 2000 posti.

Nell'ambito dei congressi sulla costa slovena, occupa un posto di primaria importanza anche il Grand Hotel Emona Resort & Conference Centre che fa parte del complesso Bernardin, a metà strada fra Portoroz e la cittadina medie-

vale Piran. Le quattro sale possono ospitare ciascuna un massimo di 200 partecipanti.

Nova Gorica

Nova Gorica, la "città dei fiori", è nata dopo la seconda Guerra Mondiale. Da quando è sorta una delle più grandi case da gioco dell'Europa centrale, Nova Gorica è diventata un punto di riferimento dell'intrattenimento e del divertimento. L'Hotel Casino Perla, in prossimità del confine italo-sloveno, possiede una sala congressi attrezzata, con 110 posti. La sala può essere divisa in due sale minori. Vi sono inoltre a disposizione una sala riunioni e una sala minore. In alternativa alla sala congressi, è possibile riservare il teatro locale da 380 posti, in prossimità del Casinò.

Maribor

A pochi chilometri dal confine austriaco, nella Slovenia orientale, si estende Maribor. Le strutture in grado di ospitare congressi sono tre: nel complesso Terme Maribor, il Business Club del Piramida

Hotel, con 94 posti e due sale minori, e la sala congressi dell'Habakuk hotel, di soli 50 posti ma dotata della più alta tecnologia; quattro sale conferenza allo Slavina Hotel.

Località termali

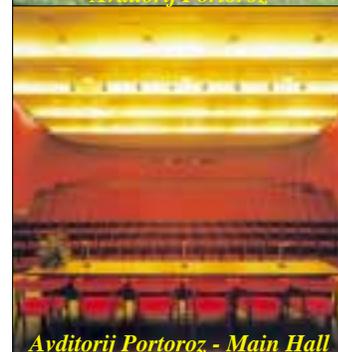
Fra le località termali, dispongono di attrezzate sale congressi il Rogaska Slatina Health Report e il Radenci Health Report.

Il Rogaska Slatina Health è una delle più antiche stazioni termali della Slovenia. Offre agli ospiti vari tipi di programmi per la salute e un alto livello nell'organizzazione di meeting. Le sale sono in grado di ospitare da 45 a 350 partecipanti. Fra gli eventi di maggior rilievo al Roganska, ci sono stati il Congresso nazionale di chirurgia veterinaria e il Simposio internazionale sull'energia.

Il Radenci Health Report è situato in Pomurje, regione nel nord-est della Slovenia. I benefici effetti delle terme si accompagnano a un clima mite e a una natura incontaminata, determinando un ambiente ideale per



Avditorij Portoroz



Avditorij Portoroz - Main Hall

l'organizzazione di congressi, meeting e seminari. La sala congressi e le 4 sale minori possono ospitare da 15 a 220 partecipanti.

Residenze storiche

Più di 100 castelli e manieri sparsi per la Slovenia testimoniano un importante passato. Molti sono stati adattati a supportare varie attività: musei e gallerie d'arte, eventi culturali, ristoranti e cantine, sport, matrimoni e congressi. Due castelli-hotel sono stati attrezzati per accogliere piccoli eventi congressuali.

Situato su un'isoletta nel mezzo del fiume Krka, il castello Otocec, edificato nel XIII secolo, ristrutturato nel XVI, ospita attualmente un hotel di prima categoria. Tre sale, da 20 a 120 posti, sono disponibili per meeting.

Accanto al Catez Thermal Spa, sul confine con la Croazia, si trova il Mokrice Castle Golf Hotel. Il castello risalente al XVI secolo, circondato da un parco all'inglese, è dotato di due sale congressi da 46 a 80 posti, per piccoli meeting e seminari. Per il tempo libero, sono disponibili un campo da golf di 18 buche, campi da tennis, un maneggio e i servizi della stazione termale di Catez.

Tutti i centri congressuali sono collegati con alberghi di alta categoria e non distano più di 170 km dall'aeroporto di Ljubljana (Brnik).

Info: Ufficio Turismo Sloveno, Galleria Buenos Aires 1, 20124 Milano, tel. 0229511187, fax 0229514071, email: slovenia@tin.it



VICENZAORO 1

Mostra Internazionale dell'Oreficeria,
Gioielleria, Argenteria e Orologi



OROMACCHINE

13 - 20 GENNAIO

Per operatori

SPAZIO CASA

Mostra del mobile,
arredamento ed accessori per la casa,
articoli per gli sposi

16 - 24 FEBBRAIO

Per il pubblico

Tempolibero

Mostra del campeggio,
articoli sportivi, hobbistica,
auto, nautica, vacanze, editoria

9 - 17 MARZO

Per il pubblico



Mostra mercato d'arte
contemporanea e moderna

22 - 25 MARZO

Per il pubblico



Marketing, Comunicazione, Eventi

18 - 20 APRILE

Per operatori

MICRO ELETTRONICA

Componenti, Sistemi, Applicazioni

9 - 11 MAGGIO

Per operatori

VICENZAORO 2

Mostra internazionale dell'Oreficeria,
Gioielleria, Argenteria e Orologi



OROMACCHINE

Salone della Gemmologia

8 - 13 GIUGNO

Per operatori

OROGEMMA®

Mostra Internazionale dell'Oreficeria,
Gioielleria, Argenteria



7 - 12 SETTEMBRE

Per operatori



Salone delle telecomunicazioni via satellite

4 - 7 OTTOBRE

Per operatori e pubblico



VICENZA NUMISMATICA

Salone della numismatica,
medagliistica e cartamoneta

12 - 14 OTTOBRE

Per operatori e pubblico



Tecnologie del packaging

24 - 26 OTTOBRE

Per operatori



Assemblaggio, Manipolazione, Movimentazione

24 - 26 OTTOBRE

Per operatori



BIO EXPO

I sapori di qualità delle Venezia.
Mostra sul prodotto tipico vicentino e veneto,
sul prodotto biologico
e sulla sicurezza alimentare

3 - 5 NOVEMBRE

Per operatori e pubblico



**SALONE NAZIONALE
DEL VINO NOVELLO**

5 NOVEMBRE

Per operatori e pubblico



FIERA DI VICENZA

* le date possono essere soggette a variazioni



**Banca
Popolare di Vicenza**

Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza



Giorgio Dagnini
Il sonno del grande clinico e altri racconti

Marsilio, Venezia 2001
pp.160, L 25.000

Alla fine di una lunga carriera, un celebre internista ripercorre le tappe del proprio cammino professionale, facendo rivivere nei suoi racconti un mondo lontano, dove la medicina è ancora una "scienza umana".

Non si parla di patologie, diagnosi e terapie, ma di uomini e donne e delle loro reazioni nel momento in cui la malattia irrompe inaspettatamente nella loro vita, lasciandoli vulnerabili.

Henning Mankell
Assassino senza volto

Marsilio, Venezia 2001
pp. 384, L 32.000

L'ispettore Kurt Wallander è alle prese con un nuova indagine: in un paesino della Svezia una coppia di contadini è stata barbaramente uccisa.

È il quarto dei nove episodi scritti da Mankell. Marsilio ha già pubblicato *La falsa pista* (1998), *La quinta donna* (1999) e *Delitto di mezza estate* (2000).

Rachel P. Maines
Tecnologia dell'orgasmo
Isteria, vibrator e soddisfazione sessuale delle donne

Marsilio, Venezia 2001
pp. 192, L 32.000

Attraverso l'indagine sulle origini e sull'uso del vibratore, Rachel P. Maines ricostruisce la storia dell'isteria come malattia femminile e analizza le argomentazioni teoriche che, grazie alla legittimazione e alla giustificazione da parte dell'élite maschile dei medici, hanno profondamente condizionato lo studio e la conoscenza della sessualità femminile.



Desmond Morris
L'occhio nudo
Giro del mondo alla scoperta dell'uomo

Mondadori, Milano 2001
pp. 288, L 32.000

Desmond Morris, noto antropologo inglese, registra da più di quarant'anni forme di comunicazione e usanze sociali, di tutte le specie animali, Homo sapiens compreso. In questo libro propone l'aspetto avventuroso, aneddotico e personale delle sue osservazioni, una serie di bozzetti dell'umanità incontrata nei viaggi alla ricerca della specie umana.

Sherwin B. Nuland
I misteri del corpo

Mondadori, Milano 2001
pp. X-310, L 34.000

Ripercorrendo l'evolversi dall'antichità ai giorni nostri delle credenze legate ai vari organi del corpo, Sherwin B. Nuland illustra in questo libro come la medicina sia stata influenzata da una lunga tradizione di convincimenti filosofico-religiosi, speculazioni fantasiose e superstizioni, dai tempi di Ippocrate e Galeno a oggi.

Israel Knohl
Il messia prima di Gesù

Mondadori, Milano 2001
pp. 168, L 29.000

In questo volume, Israel Knohl, uno dei maggiori esperti di esgesi biblica, offre le prove documentali dell'esistenza di un precursore di Gesù.

Gli inni contenuti nei Rotoli del Mar Morto, scritti in aramaico nel 25 a.C. e rinvenuti a Hirtbat Qumran nel 1947, delineerebbero, infatti, il ritratto di un capo messianico, "servo sofferente, disprezzato e reietto dagli uomini", ma anche seduto su un tronco celeste attorniato da angeli.



John Rawls
Saggi
Dalla giustizia come equità al liberalismo politico

Edizioni di Comunità, To 2001
pp. XIV-354, L 42.000

Questo volume propone la traduzione italiana di alcuni dei saggi più importanti di Rawls sulla filosofia politica e morale del XX secolo, composti nell'arco di oltre vent'anni, a partire dalla metà degli anni Settanta. Questi scritti di Rawls sono un *work in progress* caratterizzato da approfondimenti, approssimazioni successive, slittamenti graduali, fino a veri e propri ripensamenti.

Robert Jackall
Labirinti morali
Il mondo ambiguo dei manager

Edizioni di Comunità, To 2001
pp. XIV-344, L 48.000

Labirinti morali conduce il lettore all'interno dell'intricato mondo delle *corporations* americane dove non necessariamente lavorare sodo porta al successo; piuttosto spesso contano le capacità dialettiche, l'autopromozione, l'appoggio di autorevoli *entrature*, o semplicemente la fortuna.

Jürgen Habermas
Morale, diritto, politica

Edizioni di Comunità, To 2001
pp. VI-168, L 20.000

La riflessione di Habermas prende in considerazione le trasformazioni ultime degli stati nazionali e propone di ripartire dal dato ineliminabile della democrazia come valore raggiunto e maturo. Habermas esprime, da una parte, la possibilità dei cittadini di integrarsi nella comunicazione pubblica di una politica liberale ed egualitaria; dall'altra, il dovere degli organi deliberativi di rimanere permeabili e ricettivi verso temi, valori e programmi.



Peter Clarke
Speranza e gloria
L'Inghilterra nel XX secolo

Il Mulino, Bologna 2000
pp. 560, L 58.000

Peter Clarke, docente di Storia moderna inglese nell'Università di Cambridge, traccia in questo volume l'evoluzione dell'Inghilterra nel Novecento, attraverso il suo progresso economico e sociale, il mutamento nei costumi, l'allargamento della democrazia, con una narrazione efficace e non priva di humour.

A cura di Alberto Burgio
Nel nome della razza
Il razzismo nella storia d'Italia 1870-1945

Il Mulino, Bologna 2000
pp. 566, L 50.000

Questo studio documenta come, sin dal tempo della formazione dello Stato unitario, anche la storia d'Italia abbia annoverato ideologie e pratiche razziste. Indagando in molteplici campi, sono forniti solidi argomenti per confutare il mito storiografico che narra un processo di formazione dello Stato nazionale immune dalla etnicizzazione e di una esperienza coloniale eccezionalmente mite.

Willem Tousijn
Il sistema delle occupazioni sanitarie

Il Mulino, Bologna 1999
pp. 270, L 34.000

Il volume ricostruisce la complessa trama di rapporti che ha dato vita al sistema delle occupazioni sanitarie in Italia a partire dalla fine dell'Ottocento, con il processo di professionalizzazione dei medici, attraverso gli anni Settanta, in cui si sono manifestati i primi sintomi di una nuova fase ancora oggi in atto, che va sotto il nome di modernità radicale.



85 SEDI IN ITALIA • 400 DIPENDENTI • 500 MILIARDI DI FATTURATO NEL 2001
600.000 VIAGGIATORI NEL 2000 • 3200 AZIENDE SERVITE IN ITALIA, PER IL TRAFFICO D'AFFARI



TECNOLOGIA

Sistemi computerizzati all'avanguardia.
Possibilità di installazione presso il Cliente di impianti completi
presidiati da nostro personale e di stampanti satellite di biglietteria aerea.

COMODITÀ

Con una sola telefonata è possibile ottenere tutti i servizi desiderati.

ASSISTENZA

365 giorni all'anno per 16 ore al giorno dalle 6.30 alle 22.30.
Prossimamente copertura 24 ore su 24.



CONSEGNA A DOMICILIO

Fattorini sempre a disposizione per consegnare i documenti di viaggio
in qualsiasi momento. Servizio rivolto anche alla clientela privata.

AUTONOLEGGI

Le tariffe migliori esistenti sul mercato.
La Cisalpina Tours si avvale di una flotta di modernissimi autobus Setra/Mercedes,
dotati di bar interno, servizi, tutti i più moderni comforts e con hosts multilingue,
per i trasferimenti, le visite ed i tours.

AVIS Hertz Europcar

ALBERGHI

2 manuali alberghieri (nazionale ed internazionale)
con tariffe appositamente concordate solo per i Clienti Cisalpina Tours.



VIAGGIARE SICURI

Ogni biglietto aereo è accompagnato dalla polizza
"Navale Assicurazione - medico + bagaglio" che copre tutti i possibili rischi del viaggiatore.



INCENTIVE

CISALPINA TOURS Spa dispone di un reparto INCENTIVE, INCOMING, MEETING,
CONVEGNI e CONGRESSI con personale altamente specializzato
per organizzare ed assistere ogni vostro avvenimento.

SALE ASSISTENZA

Nelle sale assistenza "Cisalpina Club" dei principali aeroporti
italiani i nostri Clienti, con eventuali loro ospiti, potranno
attendere il momento dell'imbarco in tutta comodità e relax.
Certi dell'assistenza e della qualità del servizio che da sempre
contraddistingue la nostra Società, potranno sorseggiare un
caffè o un drink, lontani dal frastuono dell'aeroporto.



Torino Caselle



Roma Fiumicino



Milano Malpensa

400 persone addestrate e motivate
per darvi un servizio personalizzato



Dal 1970 professionalità e
convenienza al vostro servizio

www.cisalpina.it

AGENZIE CISALPINA TOURS SPA - C.so Francia, 82 - Tel. 011/7777777 • **BOLOGNA** - Via M. Giuseppa 84/A - Tel. 011/6681777 • **BRESCIA** - C.so Sirostosa, 105 - Tel. 011/3292777 • **BRERA** - C.so Re Umberto, 37 - Tel. 011/5566777
BUSTO ARSIZIO - Via Garzanti, 4 - Tel. 011/5059778 • **CASALE MONF.** - I Portici del Lingotto - Via Nizza, 262 - Tel. 011/6301640 • **CASALE MONF.** - C.so Francia, 20/A - Tel. 011/8388777 • **CASALE MONF.** - Corso Dante, 18 - Tel. 011/268014
CESENA - Piazzale della Vittoria, 9 - Tel. 011/599534 • **COMO** - Corso Vittorio Emanuele, 152 - Tel. 031/5213837 • **COSENZA** - Via Trento, 1 - Tel. 011/5585995 • **CRAIOLE** - Via Marconi, 47 - Tel. 011/255783 • **CRAIOLE** - Largo Carlo Felice, 25 - Tel. 011/584288
CREMA - Via E. Mattei, 31 - Tel. 011/9710033 • **CUNEO** - Via Trento, 84-70 - Tel. 011/7227126 • **FORTE DEI MARMI** - C.so Nardoni Umbro, 38 - Tel. 011/9022007 • **FORTE DEI MARMI** - Via S. Eusebio, 49 - Tel. 051/712025 • **FORTE DEI MARMI** - C.so Marconi, 40 - Tel. 011/5133111
GENOVA - C.so di Porta Vercelli, 9 - Tel. 010/5000991 • **GENOVA** - Strada 8 Palazzo N. - Tel. 010/5754018 • **GENOVA** - Via Tasso, 288 - Tel. 010/2472713 • **GENOVA** - Via Filiberto, 30 - Tel. 049/9060811 • **GENOVA** - Via Sirostosa, 3 - Tel. 011/9252190
IMPERIA - Via Diazovoli Apia, 105 - Tel. 06/7800802 • **INTRA** - Via del Giappone, 38 - Tel. 06/594521 • **INTRA** - Via Trento, 5 - Tel. 011/7131911 • **INTRA** - Piazza Rossi, 16 - Tel. 0445/532158 • **INTRA** - Via E. Mattei, 1/9 - Tel. 011/238648
MONZA - Via Poggi, 34 - Tel. 011/2118837 • **MONZA** - I Portici del Lingotto - Via Nizza, 262 - Tel. 011/6701670 • **MONZA** - Via Petrarca, 11 - Tel. 011/6691087

AGENZIE VIVERE E VIAGGIARE: ALBA (CN) - Corso Laeche, 24 - Tel. 0173/366423 • **AREZZO** - Via Garfola, 38 - Tel. 0573/908282 • **BRA (CN)** - Via Raimondi, 8 - Tel. 0172/430378 • **BRESCIA** - Via Evasio, 16 - Tel. 030/3775288
BUSTO ARSIZIO (VA) - Via Montebello, 11 - Tel. 011/537536 • **CASALE MONF. (AL)** - Via Lario, 32 - Tel. 0142/457993 • **CANTÙ** - Via Marconi, 7 - Tel. 011/7072692 • **CHIARI (BS)** - Corso Vittorio Emanuele, 68 - Tel. 011/9427772
CHIVASSO (TO) - Via PO, 16/A - Tel. 011/9514678 • **CIVIDALE DEL FRIGLIANO (UD)** - Via Garibaldi, 64 - Tel. 0432/6201677 • **COLLENO** - Viale XXV Maggio, 27 - Tel. 011/4060042 • **COMO** - Via Baldoni, 34 - Tel. 011/241826 • **CREMA** - Via Garibaldi, 41 - Tel. 011/584288
CUNEO - Piazza Europa, 18 - Tel. 011/7227126 • **DESIO (MI)** - Corso Italia, 28 - Tel. 0382/237110 • **GENOVA** - Via Trento, 72-74/B - Tel. 010/3826439 • **GRUGLIANO (VA)** - Via G. Garibaldi, 19 - Tel. 011/3441187
INTRA - Via Mazzini, 18/A - Tel. 011/2118837 • **INTRA** - Via Anselmo, 65 - Tel. 011/6272708 • **LECCO** - Via Italia, 1 - Tel. 011/283427 • **LIVIGNO (SO)** - Via Balbiano, 20 - Tel. 011/2143228 • **LODI** - Via Garibaldi, 20 - Tel. 011/428129
LUCCA - Piazza S. Maria, 22 - Tel. 0585/492122 • **MANTOVA (MN)** - Via Milano, 10 - Tel. 011/2929390 • **MILANO** - Via Cavour, 25 - Tel. 02/3453477 • **MILANO** - Viale Monza, 90 - Tel. 02/2601388 • **MILANO** - Corso di Porta Romana, 21 - Tel. 02/5843097
MONCALIERI (TO) - Via Bogino, 9 - Tel. 011/6462906 • **MONDOVI (CN)** - Via Beccaria, 3 - Tel. 011/7474314 • **MONZA** - Via Marconi, 2 - Tel. 011/2324772 • **NICERLINO (TO)** - Via Giusti, 7 - Tel. 011/6279818
NOVARA - Via Principe, Via Guglielmo Massimo, 3 - Tel. 011/437052 • **PIEMONTE** - Via Benito, 7 - Tel. 011/373964 • **PISTOIA** - Via della Madonna, 103 - Tel. 011/994257 • **PRATO** - Via Cavali, 72 - Tel. 0574/448244 • **RAVENNA** - Via De Amicis, 24 - Tel. 011/2876229
ROMA - Via Etrusco Garofalini, 132 - Tel. 06/77800438 • **ROMA** - Via Etrusco degli Uboldi, 92 - Tel. 06/8031848 • **ROMA** - Circo di Gianicolata, 320 - Tel. 06/13273679 • **SARONNO** - Via del Ponte, 15/11 - Tel. 011/8488390
SEREGNO (MI) - Piazza Risorgimento, 25 - Tel. 011/2330189 • **TERNI** - Corso del Popolo, 67 - Tel. 011/4432888 • **TORINO** - Via Accademia Albertina, 38 - Tel. 011/8128559 • **TORINO** - Corso Galileo Galilei, 70-81a - Tel. 011/2876222
TORINO - Via Garibaldi, 52 - Tel. 011/3094084 • **TORINO** - C.so Palatino 2/1 - Tel. 011/5069854 • **TORINO** - Corso Verona, 18 - Tel. 011/2475694 • **TORINO** - Via Alberti, 31 - Tel. 011/3828485 • **VALENZA (AL)** - C.so Garibaldi, 78 - Tel. 011/950625
VARESE - Via Avegnio, 15 - Tel. 011/2425980 • **VIGEVANO (PV)** - Via Benvenuto, 3 - Tel. 011/492432 • **VIGEVANO** - Via Genova, 15/21 - Tel. 011/526727

SALE ASSISTENZA CLIENTI: CASALE MONF. AEROPORTO Tel. 011/5078185 • **ROMA FUMICINO AEROPORTO Leonardo da Vinci** - Tel. 06/59952607 • **MILANO MALPENSA** - Tel. 02/58880101

Salone nautico di Genova: barche da sogno che non conoscono crisi

L'Italia è 1^a al mondo nella produzione di megayacht e 2^a come industria nautica. Nel 2004 il Salone di Genova sarà il più grande del mondo grazie ai lavori in programma

di Giovanni Paparo



Aprea 11 semicabinato

Sono stati 303.000 i visitatori al *Salone Nautico Internazionale*, evento di punta della Fiera di Genova, 1^o in Europa e 2^o al mondo dopo il Fort Lauderdale international boat show.

Organizzato dalla Fiera di Genova e da Ucina, il Salone è stato come sempre spettacolare e di grande respiro internazionale: 1910 barche su 280.000 m² di esposizione - messe in fila coprirebbero ben 13 km! - e 1471 espositori, di cui un terzo proveniente da 35 Paesi esteri.

Molte le novità, come le imbarcazioni costruite a Dubai su design italiano: gli arabi si stanno trasformando in produttori, con l'intenzione di esportare in Europa e negli Usa, che hanno proposto yacht davvero avveniristici. Anche gli Italiani si sono distinti. L'industria nautica italiana con 2400 miliardi di fatturato (2100 miliardi per la sola nautica da diporto) è diventata la numero 1 in Europa, superando la Gran Bretagna, ed è 2^a al mondo dietro gli Stati Uniti, ma, attenzione, è 1^a assoluta nel settore dei megayacht. Con 140 megayacht in costruzione, ha in termini numerici il 32% del mercato. I

principali Paesi di destinazione delle esportazioni italiane sono per il 50% la Ue, per il 32% l'America, per il 7% i Paesi extra Ue.

Quest'anno Renzo Piano ha progettato styling e interni di una barca a vela da 18,60 m, la *Kiribilli J60*. Primeggiavano per la loro imponenza e bellezza le due ammiraglie, rispettivamente delle barche a motore e delle barche a vela: *Benetti Classic Nanou* di 35 metri e il *Franchini 76 L* di 26 metri. Tra i tanti modelli esposti, ne segnaliamo alcuni.

Motor yacht Sarnico

Cantieri di Sarnico Spa costruisce imbarcazioni di lusso per una clientela internazionale molto selezionata, con una cura quasi maniacale nella scelta dei materiali e nella realizzazione delle finiture. Dai suoi cantieri escono 20-25 motor yacht all'anno. A Genova ha presentato *Sarnico 65*, la nuova ammiraglia, e *Sarnico 58*, evoluzione del già famoso ed apprezzato *Sarnico 55*, mentre restano immutati il 43 e il 45, a parte alcune migliorie.

L'ammiraglia *Sarnico 65* è uno sport cruiser disegnato da

Nuvolari-Lenard: offerto sia nella configurazione soft che in quella hard top, con le cabine doppie è sicuramente una delle più spaziose della sua categoria. Lo scafo è tipico del cantiere con una prua molto tagliente e una moderata V verso poppa che assicura buone prestazioni e un comportamento particolarmente morbido sulle onde corte; i motori sono sistemati a centro barca per una migliore efficienza e distribuzione dei pesi. Dati tecnici: in vetroresina, lunghezza f.t. m 19,75, larghezza massima: m 4,86, motorizzazione: 2 Diesel Man da 772 kW (1050 hp, costo: euro 1.350.000) oppure 2 Diesel Man da 956 kW (1300 hp, costo: euro 1.605.000).

Aprea e il gozzo sorrentino

Il gozzo è un'imbarcazione antichissima, ne è stato ritrovato un esemplare sotto le ceneri di Pompei. La caratteristica principale è lo scafo a doppia punta con linee pressochè eguali a prua e a poppa. La poppa a punta rispondeva ad una precisa funzione: si arrivava sul luogo della pesca andando a vela, la barca veniva poi spinta a remi nella direzione della poppa che diventava il luogo di lavoro dove si armeggiava con le reti, la particolare

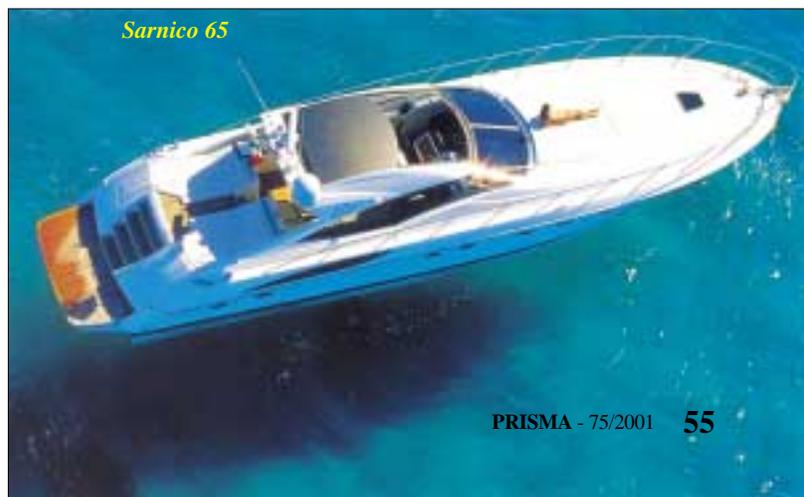
configurazione del mezzo garantiva stabilità a barca ferma. Solo negli anni '30 il gozzo venne fornito di motore, usando quelli della Balilla e delle Jeep americane. Il cantiere Aprea Mare nei primi anni '80 progettò un gozzo planante che, pur salvaguardando la tradizione, permetteva spostamenti veloci. Oggi i gozzi di Aprea Mare sono veri e propri gioielli, rifiniti in legni pregiati e allo stesso tempo dotati delle soluzioni costruttive più avanzate. La gamma dei modelli va dal 7 cabinato al 12, prodotto nelle versioni cabinato e semicabinato, mentre è annunciato il nuovo *Aprea 16 m*.

Gommoni super e moto d'acqua silenziose

Sono stati 582 i modelli di gommone esposti, con costi da 1,2 milioni a 1,2 miliardi di lire. Solemar di Pianezza (TO) e Novamarine di Olbia hanno presentato il top del settore, rispettivamente *Oceanic 55*, 16,5 metri, tre camere matrimoniali, salotto, cucina, bagno, due motori da 440 CV e velocità poco sotto i 100 km/h (costo: 880 milioni, Iva esclusa) e *Hd15*, 15 metri di lunghezza, tre motori da 300 CV e velocità sino a 90 km/h, rivestimenti in teak, camere matrimoniali e spazi vivibili (costo: un miliardo e 150 milioni). Novità anche per le moto d'acqua: Yamaha ha presentato *Wave Runner @FX140*, prima moto d'acqua al mondo a quattro tempi che offre tra le caratteristiche principali una grande silenziosità.



Aprea 11 semicabinato



Sarnico 65

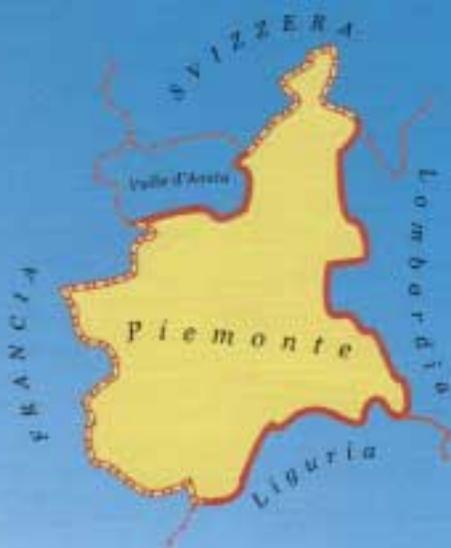


Foto: M. Rossi / Agf

Il Piemonte si Espone

400.000 imprese dell'industria, dell'artigianato, del commercio, dei servizi e dell'agricoltura

1.200 fiere internazionali e nazionali, regionali e locali: dall'auto al libro, dalla montagna ai gioielli, dalle vacanze all'antiquariato, dal tartufo all'arte dolciaria, dai minerali alla musica al gusto

Milioni di visitatori per incrementare le opportunità di affari

Venite a trovarci!



**REGIONE
PIEMONTE**

Assessorato Industria e Commercio
 Direzione Commercio e Artigianato
 Via XX Settembre 86 - 10121 Torino
 Tel. +390114322588 - Fax +390114322522 - www.regione.piemonte.it
 Settore Promozione e Credito al Commercio
 Tel. +390114322187 - Fax +390114322322
promozione.commercio@regione.piemonte.it

Potete prelevare il catalogo di tutte le manifestazioni dal sito internet:
www.regione.piemonte.it/commercio

Un trasporto efficiente dipende dal mezzo.



Col trasporto combinato strada-rotaia le vostre merci viaggiano sicure rispettando l'ambiente.

Divisione Cargo di Trenitalia, Cemat e i grandi operatori italiani del settore vi organizzano il trasporto delle merci strada-rotaia su tutto il territorio nazionale e verso gli altri Paesi europei. L'integrazione treno-camion assicura la consegna door to door, garantendo la massima sicurezza lungo tutto il percorso ed il rispetto dell'ambiente.

G. Bernardini

DANZAS

Logistics Worldwide

Deutsche Post

EURO & EXPRESS

DI MARTINO

SPEDISYSTEM

PACENZA
INTERNAZIONALE

SADA

EDDOR
SOLUZIONI LOGISTICHE

LAZIALE
DISTRIBUZIONE

INTERLAZIALE
TRANSPORTI - SPEDIZIONI S.p.A.

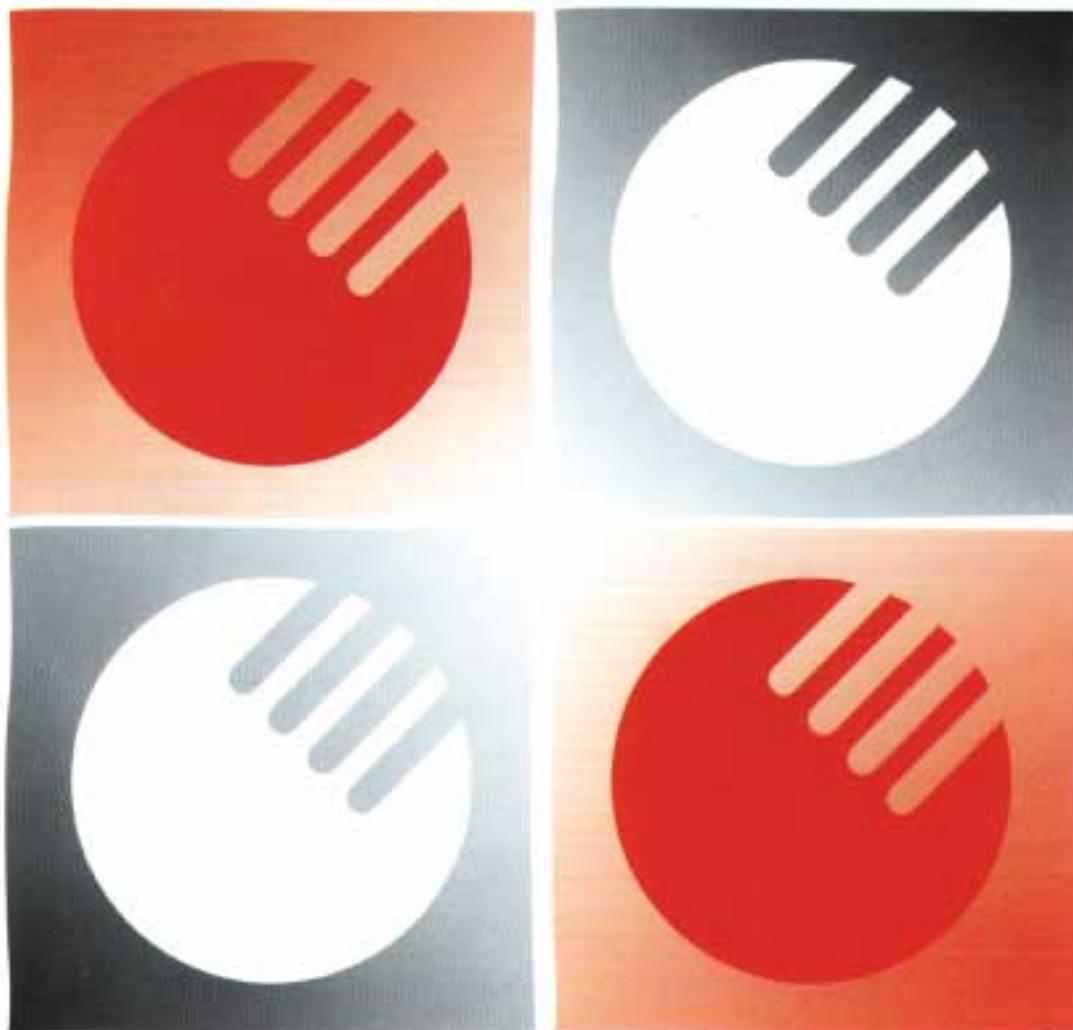
 **TRENITALIA**

Professionisti del settore.

 **Combined
European
Management
and
Transportation**

CIBUS

11° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE



2002

Parma 9 - 13 maggio



FEDERALIMENTARE



Casa di Reggimento di Parma - Parma
Progettazione
BORGHI, LANTINI, MARIANI, PIZZINI

E.A. Fiere di Parma - Via F. Rizzi, 67/a - 43031 Baganzola (PR)
Tel. 0521 9961 - Fax 0521 996270 - <http://www.fiere.parma.it> e-mail: cibus@fiere.parma.it