



Inserto: Fiere Turismo Italia
Supplement: Tourism Fairs Italy

PRISMA

FIERE, CONGRESSI, TURISMO, COMUNICAZIONE, E-BUSINESS

Fairs
Congresses
Tourism
Communication
e-business

Tiratura 42.000 copie
distribuite per posta e in diverse fiere internazionali

Speciazione in a. p. 45%, art. 2, c. 20/b, legge 662/96 - Fidej. di Torino - Taxe perçue - N° 1-2/2003 - Editore: PIANETA Srl - Via A. Sisononda, 1 - 10145, Torino
In caso di mancato recapito si prega consegnare a Torino CMP per restituzione al mittente che si impegna a pagare la tariffa passa - Copia omaggio/Caratterizzazione gratuita



Pasquale Chianello

Presidente Cisalpina Tours Spa

**Cresciuti nei viaggi d'affari e nel turismo,
stiamo ora sviluppando l'incoming.**

**Intendiamo essere presenti nelle principali capitali
europee, e a tal fine siamo interessati al supporto
di un importante partner.**



Scelgo la soluzione Reale.

Cerchi una forma di risparmio che ti dia il massimo della flessibilità e della libertà?

Per te c'è **Spazio Reale**.

Se invece preferisci una pensione con tutti i benefici della deducibilità fiscale,
per te c'è **Cento Stelle Reale**.

Qualunque sia la soluzione in cui ti riconosci, il vantaggio è Reale.

I nostri agenti sono a disposizione per una consulenza.



Da Reale Mutua è naturale aspettarsi qualcosa di più.

www.realemutua.it



riunirsi è un piacere

**Montecatini
Congressi**

Convention Bureau
della Provincia
di Pistoia



Viale Verdi, 68
51016 Montecatini Terme (PT)
Tel. +39 0572 904330
Fax +39 0572 906114
info@montecatinicongressi.com
www.montecatinicongressi.com



CENTRO AFFARI AREZZO

Ad Arezzo nel cuore della Toscana ed in una posizione strategica nel centro dell'Italia una struttura idonea ad ospitare manifestazioni espositive, incontri e spettacoli nella sede modulare da 2.000 a 13.000 mq. dotata di tutti i moderni servizi.



LE PROSSIME MANIFESTAZIONI OSPITATE ED ORGANIZZATE DAL CENTRO PROMOZIONI E SERVIZI



SALONE DEI
PRODOTTI E
DEI SERVIZI
DEDICATI
ALL'ARTE

www.museumimage.it
info@museumimage.it

25-27 settembre 2003

www.agrietour.it
info@agrietour.it

5-7 dicembre 2003

AGRI@TOUR

salone dell'agriturismo e dell'offerta territoriale



www.oroarezzo.it
info@oroarezzo.it

27-31 marzo 2004

25^a
EDIZIONE

OROAREZZO

mostra internazionale dell'oreficeria, argenteria e gioielleria

CIBUS 2004

PRESENTA

DOLCEITALIA

salone del dolciario

**FIERE DI PARMA
6 - 10 MAGGIO 2004**

Segreteria organizzativa:

Fiere di Parma - Via F. Rizzi, 67/a - 43031 - Baganzola - Parma
Tel. 0521 9961 - Fax 0521 996270 - www.fiereparma.it - cibus@fiereparma.it

a cura di Edigeo

Enciclopedia geografica 2003

Zanichelli, Bologna 2002
pp. 1218 con Cd-Rom per Windows,
euro 22,00

Comprende 20.000 voci di geografia generale, astronomia, geologia, geografia fisica, umana, politica e storica, antropologia ed etnologia, nonché di personaggi (geografi, cartografi, antropologi, esploratori, viaggiatori) che nei modi più diversi hanno contribuito alla conoscenza della Terra. Inoltre schede particolareggiate con descrizione fisica, economica, politica e istituzionale per ciascuno dei 194 stati del mondo. Infine un ricco apparato cartografico e un atlante a colori di 32 tavole.



H.J. De Blij, Alexander B. Murphy

Geografia umana cultura società spazio

Zanichelli, Bologna 2002
pp. XVI-528, euro 36,00

Un'opera in dieci parti dedicata ai grandi campi della geografia umana: cultura, popolazione, lingua, religione, agricoltura, urbanesimo, economia, politica, società e ambiente.



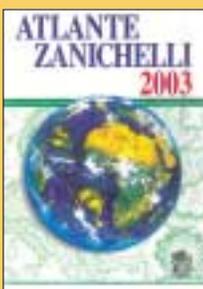
In apertura delle parti viene posta una questione cruciale della contemporaneità, poi discussa in vari contesti all'interno dei capitoli.

Altro punto di forza le carte geografiche aggiornate e rinnovate e, soprattutto, le fotografie scattate dagli autori stessi e accompagnate dai loro appunti presi sul campo.

Atlante Zanichelli 2003

Zanichelli, Bologna 2002
pp. 290, euro 34,30

L'Atlante Zanichelli 2003 si presenta in una veste arricchita e rinnovata grazie alle moderne tecniche cartografiche digitali che rendono più nitida la rappresentazione dei fenomeni geografici; i confini fra gli Stati o le divisioni amministrative interne risultano più evidenti, i nomi dei luoghi sono più leggibili.



Naturalmente conserva anche tutte le caratteristiche che ne hanno determinato il crescente successo sia come opera di consultazione che come strumento didattico.

Primo piano

7 Sfide del futuro nell'industria delle esposizioni/*Future challenges in the exhibition industry*

Osservatorio

9 Appello di Affari Italiani ai suoi 20.000 lettori online

Copertina

10 Cisalpina Tours: la storia, il futuro di *Andrea Bigotti*

Comunicazione - Marketing

16 Gli organizzatori di fiere tedeschi e italiani intendono collaborare di più all'estero/*German and Italian trade fair organizers want to cooperate more abroad*

18 Vetis 2003 rilancia la leadership del Piemonte nei componenti e accessori auto

Comunicazione visiva

19 Nikon Coolpix 5400: la nuova frontiera del digital imaging



20 Creo presenta Integris e Leaf Valeo di *Giampaolo Squarcina*

21 Cinque nuovi modelli da *Ibm*

22 Alla Città della Scienza di Napoli il 20° Click Up

Fiere e congressi

23 Ottimismo, con cautela, al Gec 2003

24 Feria de Madrid rafforza la sua posizione come centro congressi internazionale/*Feria de Madrid strengthens its position as a centre for international meetings*

26 A livelli record l'efficacia per gli affari della Eibtm 2003/*Business effectiveness of Eibtm 2003 reaches an all-time high*

27 Torino Incontra di *Giovanni Paparo*

27 Aipc, Iapco: collaborazione la base per una buona sicurezza degli eventi/*Aipc, Iapco: cooperation the basis for good event security*

29 Nell'offerta Invernizzi: fiere leader di settore e nuovi promettenti mercati di *Giampaolo Squarcina*



32 Archiviato un buon 2002 Palexpo Ginevra guarda avanti/*After a good 2002 Geneva Palexpo looks ahead*

34 Il Comitato Fiere Industria presenta i risultati 2002/*The Comitato Fiere Industria presents 2002 balance*

37 Nel 2002 Fiera Svizzera conserva le posizioni/*Swiss Exhibition has held its ground in 2002*

38 Progetto Città: successo a Fiera Milano per la 2ª edizione

39 A ottobre, il Salone del Franchising di Milano si moltiplica per cinque

39 A Bologna dal 4 al 7 febbraio 2004 Europolis il salone delle tecnologie per vivere la città

Speciale Fiere Turismo Italia

41 Cambiano gli scenari del turismo nel mondo, l'Enit e la promozione dell'Italia di *Amedeo Ottaviani*

43 Crescono i visitatori professionali della Bit

44 Rimini Fiera sempre all'avanguardia/*Rimini Fiera always in the forefront*



47 BTC International, di fronte alla sfida europea di *Giovanni Paparo*

48 Buy Emilia Romagna: una regione in fiera

48 I viaggi di Outis, la Mostra del turismo di qualità per il viaggiatore attento

PRISMA

FIERE, CONGRESSI, TURISMO, COMUNICAZIONE, E-BUSINESS

Editore: **PIANETA Srl**

direzione, redazione, amministrazione:

via Angelo Sismonda, 32 - 10145 Torino

tel. 011747600, telefax 011747294

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

pubblicità: Pianeta srl - Tel. 011747600

direttore responsabile: Giovanni Paparo

segreteria di redazione: Maria Luisa Negro

collaboratori: Antonio Altamura, Caterina Bertone,

Gino Bertone, Luca Bianco, Andrea Bigotti,

Silvio Fiore, Antonio Forchino, Alessandro Gusman,

Antonio Lauriola, Bernardino Marino, Umberto Marzolla,

Lorenzo Paparo, Maria C. Paparo, Renato Paparo,

Gianni Pisani, Giampaolo Squarcina, 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

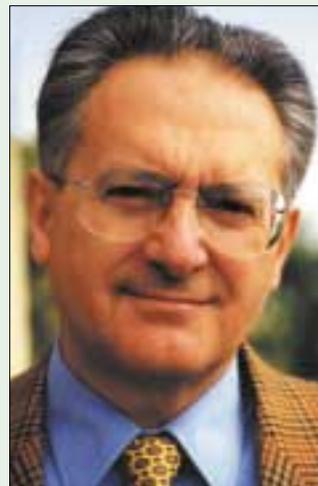
Una copia euro 6,00 (estero euro 9,00). Abbonamento a 8 numeri euro 40,00 (estero euro 60,00).

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.



- 51 Veneto for you: di scena l'offerta della prima regione turistica italiana
- 51 La 2ª Borsa italiana del turismo in campagna
di Angelo Lo Rizzo
- 52 Innovazione tecnologica al servizio del turismo, le novità di Expovacanze 2003
di Bernardino Marino
- 52 La "politica estera" della Fiera del Levante
- 54 Calendario e novità di Fiera Bolzano
- 56 Ecotur: voglia di turismo sostenibile
- 56 Il Turismo del Mare torna a novembre alla Fiera di Pesaro
- 58 Biteg: avanza il turismo enogastronomico
- 58 Dal 19 al 21 settembre a Trento la Bitm 2003
- 59 Piacenza Expo: crescono la fiducia e gli investimenti nella fiera
- 60 Manazza Gefra: strutture e servizi a 360° per l'evento fieristico
- 69 **Speciale Pianeta informatica & telecomunicazioni**
Turismo - hotellerie
- 82 Tesori della natura a due passi da Lisbona
- 83 Lo charme della Francia occidentale
di Maria Luisa Negro
- 84 Steyr: idee per una vacanza romantica
- 85 Viaggi Vietti: alla scoperta della Germania "di nicchia"
- 86 Alla scoperta del lago termale di Heviz
- 86 Apre al pubblico l'antico maniero di Duino
- 87 9971 espositori: il secondo migliore risultato nella storia dell'Itb Berlin/
9971 exhibitors: the second best result in the history of Itb Berlin
di Andrea Bigotti
- 88 Dubai: oltre 12.000 visitatori all'Atm 2003/
Dubai: over 12,000 visited Atm 2003
- 88 In 10.000 all'Alpe Adria
10,000 at Alpe Adria Fair
- 89 In 100.000 al Salone mondiale del turismo di Parigi/
100,000 visitors at the World tourism show in Paris
- 89 Fitur occuperà l'intero Parque Ferial Juan Carlos I/
Fitur will wholly occupy Parque Ferial Juan Carlos I
- 90 Viaggio in Iran, tra modernità e storia
di Silvio Fiore
- 90 Con Aviomar il fascino della Sicilia in libertà
di Maria Luisa Negro
- 92 Il catalogo Selective Reisen presenta le Strade del Vino del Franciacorta e dei Colli Piacentini
- 92 Torna il Torino-Londra di British Airways
- 94 Argenta: con Verdissimamente cresce il turismo naturalistico
- 95 **Libri**

Fiere Italia Turismo Tourism Fairs Italy



Il prodotto turistico italiano si va sempre di più arricchendo e diversificando: continuano a crescere nuovi segmenti di nicchia che aspirano alla loro fetta di mercato e di cui sono testimone e strumento di promozione le relative fiere.

Questo numero di Prisma, nell'insero speciale Fiere Italia Turismo, ha censito ben 70 manifestazioni che si rifanno al settore turistico. E forse non sono tutte, e comunque non abbiamo incluso le numerosissime fiere e sagre dei prodotti dell'enogastronomia, dell'artigianato tipico e artistico, dell'arte, cultura e tradizioni locali, volte anche alla valorizzazione turistica dei rispettivi territori.

Noi ci auguriamo che l'operatore turistico estero, e anche quello italiano, apprezzino questa abbondanza di scelte, e ne traggano un motivo di convinzione in più che l'Italia è sempre il Bel Paese che a maggior ragione non può mancare in una programmazione turistica che si rispetti, e che si presta a un'offerta sempre meglio qualificata e diversificata per stagioni, età, condizioni fisiche e di salute, gusti, esigenze professionali, ...

Le riconosciute competenze delle Regioni in materia di turismo e di fiere sono alla base della fioritura di iniziative di cui si parla. Perché essa possa produrre i frutti migliori occorre "garantire una regia al sistema della promozione, che annovera una pluralità di soggetti pubblici e privati", obiettivo che l'Enit considera prioritario (vedere l'articolo del presidente, Amedeo Ottaviani, a p. 41) ed ovviamente occorre garantire risorse economiche adeguate.

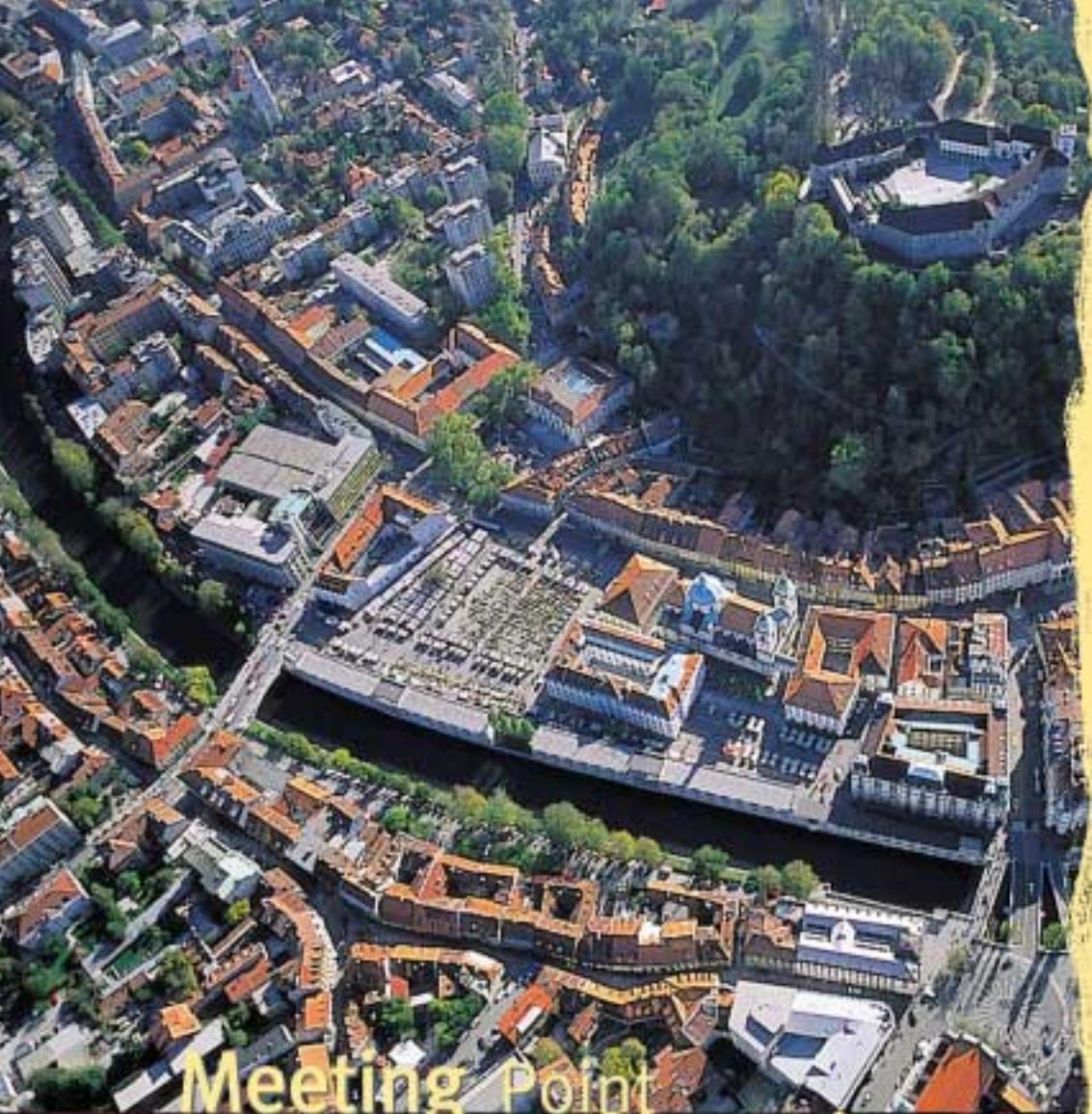
The Italian tourist market is becoming progressively richer and more varied; new highly specialized sectors continue to emerge and to appeal to their specific areas of the market; this is testified by the relative fairs which serve to promote them.

This issue of Prisma, with its special insert "Tourism Fairs Italy" has detailed 70 events relative to the tourist industry. This list may well be incomplete and in any case does not take into account the numerous fairs and festivals dedicated to gastronomic products and wines, arts and crafts and local culture and traditions aimed at the touristic promotion of the individual regions.

We hope that the foreign tour operator, together with his Italian counterpart, will appreciate the abundance of information and will be increasingly convinced that Italy is still that Bel Paese which cannot fail to be included in any tourist programme worthy of respect, and which offers quality and diversified solutions adapted to individual seasons, age groups, physical and health conditions, specific interests, professional requirements etc.

The responsibility for tourism, and fairs of the Regional Councils has led to the development of the numerous events included in this insert. In order to obtain the best results from these activities "it is necessary to co-ordinate the promotional efforts of the numerous public and private bodies involved", an aim which Enit considers to be of prime importance (see the article by its president, Amedeo Ottaviani, on page 41) and obviously adequate economic resources must be guaranteed.

Giovanni Paparo



Meeting Point Slovenia



La Slovenia è il Paese che sembra essere stato creato all'incrocio di vari mondi, dai quali ha preso alcune loro caratteristiche buone, quali la magia del Mediterraneo e l'affidabilità mitteleuropea, lo spirito enigmatico dell'Est e l'apertura dell'Ovest, mentre porta ancora una forte impronta d'originalità.

La gente vi s'incontrava per secoli ... e s'incontra ancora oggi. Qualsiasi numero tra il 20 e il 2.000 partecipanti può trovare un centro convegni in Slovenia - in città, in montagna, nelle terme, nelle città storiche oppure sul Litorale.

Avete esaminato la possibilità di organizzare un convegno in Slovenia? Se non l'avete ancora fatto, siete i benvenuti nel terzo millennio - avete il tempo necessario per prendere una buona decisione!



The Alps reflected in
the Mediterranean



UFFICIO DEL TURISMO SLOVENO
Galleria Buenos Aires 1
20124 Milano
Tel.: 0229 51 11 87
Fax: 0229 51 40 71
slovenia@tin.it
www.slovenia-tourism.si

Sfide del futuro nell'industria delle esposizioni

Intervista a Tom Nutley, presidente dell'Associazione europea dei saloni per il turismo e amministratore delegato Reed Travel Exhibitions



Tom Nutley

Il settore del turismo sta affrontando un periodo molto difficile. È questo il momento giusto per partecipare alle fiere? O il declino dopo l'11 settembre, Bali e la guerra in Iraq hanno scoraggiato pesantemente le adesioni?

Io credo che le fiere siano ancora più importanti nel far sì che le singole imprese si rendano conto dei cambiamenti che si sono verificati nei modelli del mercato della vacanza. Molte destinazioni hanno perso i loro principali segmenti di visitatori e devono rimpiazzare i loro tradizionali mercati forti con nuove aree e regioni. C'è stato un certo calo nella partecipazione ai saloni dopo l'11 settembre, ma ciò non stupisce quando si consideri quante persone sono risultate in eccedenza nei 12 mesi passati.

Sono in declino i saloni del turismo centrati sulle destinazioni?

La maggior parte dei saloni per questo segmento di mercato sono tuttora in crescita e credo che ciò continuerà fintantoché manterremo una crescita continua dei viaggi di vacanza su base mondiale. Credo tuttavia che è e diventerà più difficile attirare compratori di qualità insieme alle persone che cercano informazioni. È in questo campo che gli organizzatori dei saloni devono focalizzare meglio ed essere più creativi, per attirare gli acquirenti specializzati.

Lei prevede quindi un forte incremento delle mostre su prodotti specializzati e sui nuovi mercati?

Dipende dalla crescita del mercato. Le mostre servono soltanto i mercati già esistenti. Se quel mercato è abbastanza grande o cresce a una velocità

esponenziale, c'è la necessità di una mostra che tratti un particolare segmento o un nuovo prodotto? Per loro natura questo tipo di mostre tende ad avere un periodo di vita più effimero e saranno influenzate più drasticamente dalle tendenze di breve periodo. Penso che ci sarà sempre bisogno di questo tipo di manifestazioni, ma qui è ancor più importante essere consapevoli delle forze del mercato e saper reagire ad esse.

L'internet, coi viaggi online, le informazioni sulle destinazioni, ecc..., costituisce una minaccia per tutti i tipi di fiere sul turismo?

Non credo che l'internet costituisca una minaccia per le fiere. Esse hanno successo per una ragione principale: l'opportunità che offrono per incontri faccia a faccia con molte persone provenienti da ogni parte del mondo, nel breve lasso di tempo di un appuntamento di settore. L'internet migliorerà senza dubbio la comunicazione e agirà come fonte eccezionale d'informazioni, ma non rimpiazzerà mai il bisogno di appuntamenti di settore come parte chiave del mondo degli affari.

Quali cambiamenti tecnologici si aspetta per rendere le fiere più efficienti?

Il maggiore cambiamento che vedo è in termini di uno slittamento verso il marketing uno a uno, dove l'internet ha fornito la possibilità di raggiungere in maniera efficiente e a basso costo i soggetti che desidero attirare alla tua manifestazione, siano essi acquirenti o venditori. Le nuove tecnologie consentono anche una comunicazione più efficace con una maggiore flessibilità nelle scadenze, grazie alla facilità di comunicare a livello mondiale

in tempo reale.

I saloni dei viaggi e delle vacanze dovranno forzatamente concentrarsi sul solo segmento professionale o ci sarà ancora spazio per il consumatore?

I saloni dei viaggi esistono per servire sia il segmento professionale, sia quello dei consumatori. Alcune manifestazioni raggiungono con successo entrambi gli obiettivi, altre sono focalizzate con successo su uno soltanto di essi. Solo nel caso di cambiamenti drastici nelle forze del mercato esse dovrebbero rimettere a fuoco le loro strategie di marketing.

Prevede una tendenza al cambiamento delle sedi espositive da parte dei saloni, come nel caso Eibtm, che può cambiare sede ogni cinque anni? Per esempio, potrebbe la collaborazione tra i saloni mediterranei sfociare in una manifestazione principale che ruoti periodicamente tra diverse destinazioni mediterranee?

Non vedo una nuova tendenza al cambio di sede come per l'Eibtm, che è posizionato e

ricosciuto come l'evento europeo per il settore meeting & incentive. Come tale può svolgersi in qualsiasi città europea di meeting & incentive. La maggior parte degli eventi focalizzati sulla vacanza hanno successo anzitutto per il loro mercato specifico. Nel caso dell'Itb di Berlino è il mercato tedesco in uscita; per il Wtm è il mercato in entrata e in uscita dalla Gran Bretagna; Fitur ha una base solida per quanto riguarda i Paesi di lingua spagnola. Se queste manifestazioni fossero tenute in un altro Paese, perderebbero in effetti l'efficacia nel loro mercato specifico.

Crede che gli organizzatori di fiere europei siano pronti a fondersi, cooperare o a consolidare le loro posizioni?

L'esistenza stessa dell'Ettfa dimostra che gli organizzatori europei sono più che disposti a cooperare, e credo che con la sempre crescente importanza dei database e delle informazioni di settore ci sarà la necessità di alleanze più formali tra organizzatori di fiere e segmenti di mercato specialistici come quello dei viaggi.

Future challenges in the exhibition industry

An interview with Tom Nutley, chairman of Ettfa and managing director of Reed Travel Exhibitions

The tourism sector is undergoing a very difficult period. Is this the right time to attend exhibitions? Or has the decline after Sept 11, Bali and the Iraq war severely affected participation?

I believe exhibitions are even more important in ensuring that individual companies are aware of the changes in pattern of the leisure market which has taken place. Many destinations

have lost their main visitor segments and need to replace their traditional strong markets from new areas and regions. There has been some decline in participation at exhibitions since September 11th but when you consider how many people have been made redundant over the past 12 months, this is hardly surprising.

Destination - type tourism exhibitions are in a decline?

A cura di Franco Garelli
**Sfide per la Chiesa
 del nuovo secolo**
Indagine sul clero in Italia

Il Mulino, Bologna 2003
 pp. 356, euro 22,00

Il volume raccoglie 8 saggi sul rapporto tra Chiesa e società italiana, affrontando temi



quali la convivenza con altre confessioni; la "rievangelizzazione" dei molti italiani di fatto non praticanti; le problematiche del corpo clericale, sempre più anziano; il rapporto con i giovani.

Roberto Rusconi

L'ordine dei peccati
La confessione tra
Medioevo ed età moderna

Il Mulino, Bologna 2002
 pp. 368, euro 22,00

Il volume traccia l'evoluzione del sacramento della penitenza dal 1215,



quando il Concilio IV stabilisce l'obbligo della confessione almeno una volta l'anno, e la Controriforma. L'autore indaga in particolare sul ruolo svolto dai frati degli ordini mendicanti nel fissarsi della procedura, analizzata tramite i manuali per la confessione.

Simon Price

Le religioni dei greci

Il Mulino, Bologna 2002
 pp. 296, euro 13,50

A partire da una nutrita serie di testimonianze letterarie e archeologiche, il volume descrive la vita religiosa dell'antica Grecia tra l'VIII secolo a.C. e il V secolo d.C., con particolare attenzione per le pratiche locali e i risvolti religiosi nella vita quotidiana.



Vengono descritte le divinità, i miti, le festività.



The majority of exhibitions serving this market segment are still growing and I believe this will continue in so long as we maintain continuous leisure travel growth on a worldwide basis. I do however believe that it is and will become more difficult to attract quality buyers in addition to information seekers and this is where exhibition organisers will have to be both more focused and creative in order to attract these specialist buyers.

Do you therefore foresee a strong increase in specialized product exhibitions and new market exhibitions?

It depends on market growth. Exhibitions only serve a market that exists. If that market is large enough or growing at an exponential rate is there a need for an exhibition to serve a particular segment or new product? By their very nature this type of exhibition tends to have a more volatile lifespan and will be more severely affected by short term trends. I believe there will always be a need for this type of exhibition, but here it is even more important to be aware of, and act quickly to, market forces.

Is the internet trend with its online travel, destination information, etc., a threat to all types of tourism exhibitions?

I do not believe the internet is a threat to exhibitions. Exhibitions are successful for one main reason and that is the

opportunity for face-to-face meetings with many people from all parts of the world in a short timeframe at an industry gathering. The internet will no doubt improve communication and act as a tremendous information source but it will never replace the need for industry gatherings as a key part of the business sector.

What future technology changes do you expect to make exhibitions more effective?

The biggest change I see is more in terms of the switch to one-to-one marketing where the internet has provided the opportunity to target effectively and at low cost those individuals you wish to attract to your event, be it buyer or seller. The new technology also allows for more effective communication with greater flexibility in deadlines because of the ease of communicating on a worldwide basis in real time.

Will travel and tourism exhibitions be forced to concentrate only on business-to-business or will there be a place for the consumer?

Travel exhibitions exist both to serve a business-to-business function and a business-to-consumer function. Some exhibitions achieve both successfully, some focus on either of the above successfully. It will only be if the market forces change dramatically the exhibitions would need to re-focus their marketing strategy.

Do you foresee a trend in exhibition venue changes as in the case of Eibtm, which may change venue every five years? For example, could co-operation among Mediterranean exhibitions result in one major exhibition that moves to different Mediterranean destinations periodically?

I do not see a new trend in venue changes such as Eibtm. Eibtm is positioned as, and recognised as, the European event for the meetings & incentive industry. As such it can be held in any meetings & incentive city within Europe. The majority of the leisure-focused events are primarily successful because of their core market. For example, Itb's core is the German outbound market; Wtm's core is the inbound and outbound market to the UK; Fitur has a strong base for inbound and outbound particularly in reference to Spanish-speaking countries. Were any of these events to be held in a different country, they would effectively lose their core strength.

Do you believe exhibition organizers in Europe are ready to merge, co-operate or consolidate?

Ettfa by its very existence proves that exhibition organisers in Europe are more than willing to co-operate and I do believe that with the ever-increasing importance of databases and industry information there will be the need for more formal alliances between exhibition organisers and specialist market segments such as travel.





Affari Italiani, il primo quotidiano italiano esclusivamente on-line, con notizie di economia e finanza, politica, cronaca e sport, aggiornate in tempo reale, a sette anni dalla fondazione, propone importanti novità. L'accesso con password si estende a tutto il giornale. Restano free le aree di apertura e di spalla: saranno perciò leggibili gratuitamente tutti i pezzi più importanti, che transitano dalla parte alta dell'home page e poi rientrano nei canali, sostituiti da servizi aggiornati in modo continuo. Quanto alle tariffe: non più tante proposte, ma solo l'abbonamento per 12 mesi, a 149 euro, o per 4 mesi. Chi lo sottoscrive riceve una password onnicomprensiva.

Tali novità tecnico-operative corrispondono a una nuova messa a punto degli obiettivi strategici ed editoriali, che l'editore ha illustrato ai suoi lettori e che riportiamo convinti che rispecchino una tendenza imprescindibile del settore.

Ogni impresa, com'è ovvio, si basa su costi e ricavi, e anche Affari Italiani, per esserci tutti i giorni, sostiene dei costi. Da due anni mancano (o sono del tutto inadeguati) per le imprese editoriali online i ricavi che, secondo i modelli di business iniziali, avrebbero dovuto provenire dalla pubblicità. Internet, in sostanza, avrebbe dovuto essere come la tv commerciale: tutto gratis in cambio dell'esposizione ai messaggi pubblicitari sotto forma di banner, pop up, skyscraper e via dicendo.

Questo modello ha funzionato fino al 2000, ma ora non più. La crisi generale degli investimenti pubblicitari, che ha colpito tutta l'editoria, ha avuto ripercussioni ben più gravi sul web che sta muovendo i primi passi e sta cercando di ricavarci uno spazio tra i colossi della tv e della carta stampata. Risultato: nel 2001 e nel 2002 ricavi pubblicitari zero, o quasi.

Che fare? Molte iniziative editoriali in tutto il mondo hanno chiuso. Altre hanno resistito in quanto meno costose e più equilibrate. Noi, con Affari Italiani, siamo tra queste. Ma da tre anni gli azionisti,

INFORMAZIONE ONLINE: GRATIS È MORTO?

Appello di Affari Italiani ai suoi 20.000 lettori online

che sono in maggioranza i professionisti che lavorano dentro l'azienda, ripianano le perdite, che nel 2002, sono state particolarmente ingenti. Abbiamo ritenuto di insistere poiché crediamo che spazi per iniziative editoriali come Affari Italiani ve ne siano.

Ci basiamo su alcune evidenze oggettive: ossia che il web è ormai imprescindibile; che un certo tipo di pubblico, fatto di manager, imprenditori, liberi professionisti, consulenti, non possa fare a meno, per il suo lavoro, dell'informazione in tempo reale. Abbiamo deciso di insistere perché verifichiamo tutti i giorni che 20mila italiani si approvvigionano con continuità dell'informazione di Affari Italiani.

Ora riteniamo di poterci rivolgere a questi 20 mila lettori, invitandoli a condividere alcune considerazioni ovvie:

- 1) Per il lavoro che fate conoscete la logica dei numeri e la legge dei costi e dei ricavi e del conto economico che governa le aziende;
- 2) Siete abbastanza esperti da capire che l'impresa Affari Italiani si basa sul lavoro di persone, che deve essere retribuito secondo costi contrattuali noti;
- 3) Siete abbastanza uomini di mondo per capire che l'informazione gratuita non è genuina. Poiché le leggi di mercato non prevedono che qualcuno possa stare in piedi se regala il suo prodotto, evidentemente dietro alle iniziative gratuite vanno ipotizzati altri tipi di ritorno;

4) Non ha senso dire: se un prodotto è in internet deve essere gratuito. La distinzione non è tra informazione online e offline, ma tra buoni e cattivi prodotti.

RISPARMIO TRADITO

Di nuovo confronti sbilenchi fra fondi e mercati

Anche i tifosi del risparmio gestito, come tutti i tifosi, sono accecati dalla passione. Vedi il quotidiano della Confindustria, che non riesce a evitare i soliti errori nel confrontare i rendimenti di fondi comuni e mercati finanziari. Eppure questa volta s'era rivolto a un docente della Bocconi (Andrea Beltratti), consulente di diverse società del settore finanziario-assicurativo e autore di analisi sul risparmio.

Invece niente da fare! Come spiego a pag. 33 di Affari & Finanza di Repubblica di lunedì 19-5-2003, ne è venuto fuori di nuovo un confronto sballato fra fondi azionari e Borsa italiani, a conferma fra l'altro dell'attualità di quanto ho scritto ne "Il risparmio tradito". Ma veniamo a bomba.

In virtù di un grave errore metodologico, nonché di un valore clamorosamente sbagliato, dai dati apparsi sul Sole 24 Ore di sabato 10-5-2003 (Plus, p. 38) risulterebbe che i gestori dei fondi eccellono nello scegliere i titoli migliori. Ovviamente non è così, basta fare i conti in modo giusto su un arco di un po' di anni e lo si vede.

Ma non è finita. Infatti Beltratti, e Riccardo D'Antonio, dai dati pubblicati prendono l'abbrivio per rivolgere consigli total-

Conclusioni: vi chiediamo di sottoscrivere un abbonamento riconoscendo al nostro lavoro un valore.

Siete in 20mila: se tutti aderiste all'offerta il ricavo per noi sfiorerebbe i 3milioni di euro: avremmo risolto ogni problema e potremmo fare a meno della pubblicità. Se invece solo il 10% di voi aderisse, ossia 2mila persone, sfioreremmo i 300mila euro. Una cifra molto più piccola, ma non insignificante per equilibrare i costi di gestione.

A voi, cari lettori, la palla. Noi ce la metteremo tutta per fare un giornale sempre migliore e all'altezza dei vostri bisogni. Ma voi non potete continuare a mostrare di amare Affari Italiani e contemporaneamente scrollare le spalle davanti ai fatti e alla realtà. Grazie per la collaborazione. www.affaritaliani.it/

mente infondati ai lettori ("crediamo che sia il caso di segnalare positivamente i fondi azionari italiani") e per formulare commenti offensivi nei confronti di chi fa da sé ("I guadagni dei fondi comuni sono lo specchio dei soldi persi dagli investitori fai-da-te"; "se i professionisti sono sopra i dilettanti devono essere sotto").

Ebbene, daremo un dispiacere a Beltratti e agli altri tifosi del risparmio gestito, ma è il contrario. Quanti come me rifuggono i fondi come la Sars, ottengono risultati mediamente migliori, non peggiori. Lo si vede tenendo correttamente conto di dividendi e crediti d'imposta, come fa per es. l'ammirevole Ufficio Studi di Mediobanca. D'altronde tutti gli esperti della materia sanno a menadito che, nel suo complesso, il risparmio gestito distrugge ricchezza.

Chi vuole approfondire la questione può consultare la mia pagina al Dipartimento di Matematica dell'Università di Torino all'indirizzo www.bepescienza.it dove troverà esempi di analoghi confronti sbilenchi sul Sole 24 Ore, dettagli dei calcoli, ulteriori dati a riprova della dannosità del risparmio gestito ecc.

Saluti, Beppe Scienza



Cisalpina Tours: la storia, il futuro

di Andrea Bigotti

Dopo la chiusura in forte crescita (+24%) del fatturato 2002, il Gruppo Cisalpina Tours ha inaugurato il 2003 siglando un importante contratto per il settore Business Travel e impegnandosi a portare a 200 il numero delle agenzie del proprio network.

Qui di seguito le vicende, i progetti, gli investimenti e gli obiettivi di un gruppo protagonista del turismo italiano.

Sono passati 33 anni da quando, nel 1970 a Torino, in corso Francia 92, iniziava la storia di Cisalpina Tours. Fu Pasquale Chianello, attuale Presidente del Gruppo, a far entrare Cisalpina nel mondo del turismo, mettendo a disposizione dei viaggiatori un ampio bagaglio di conoscenza

maturato nei settori alberghiero e turistico in qualità di responsabile della promozione di Alitalia.

Fin da subito, l'obiettivo di Cisalpina Tours fu di specializzare la propria attività principalmente nei servizi per le aziende e per gli uomini di affari. I primi risultati raggiunti avvallarono la scommessa sul futuro fatta da Chianello: oggi Cisalpina Tours rappresenta una delle realtà più efficienti e solide a livello nazionale sia nel segmento business travel, sia in quello leisure, naturalmente con una finestra aperta sull'Europa.

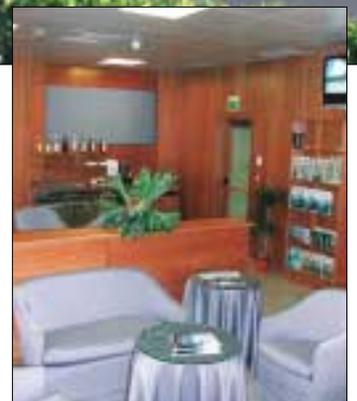
Gli anni dell'affermazione

Se gli anni '70 sono stati quelli della nascita, negli anni '80 e '90 Cisalpina Tours este-

se con successo il proprio ambito operativo dapprima a tutto il Piemonte e in seguito, a fronte di un maggior sviluppo economico e commerciale, al territorio nazionale.

Lo spirito di iniziativa del management portò alla creazione, nel 1995, di World-online, call-centre telematico che inizialmente utilizzava il Televideo per distribuire pacchetti turistici last minute, e il telefono per la vendita.

Nel 1997 venne creata la Holding Cisalpina Italia che incorpora, oltre a Cisalpina Tours (divenuta nel frattempo Spa), altre 24 agenzie di cui 13 di proprietà, 6



società controllate e 5 società collegate. Nello stesso tempo il Gruppo ha potenziato il call-





center telematico e ha sviluppato, tramite la divisione World-on-Line, la distribuzione dei prodotti turistici last minute attraverso il sito Internet (www.cisalpina.it), consentendo ai propri clienti la prenotazione e l'acquisto del viaggio on-line.

Poiché il tempo ha evidenziato che i clienti on-line (tele-video e internet) sono riluttanti ad acquistare telefonicamente in assenza di punti vendita, Cisalpina Tours ha dato vita alla divisione Vivere & Viaggiare, rete di agenzie focalizzata sulla distribuzione e vendita dei prodotti leisure da catalogo e last minute.

Il 2000 di Cisalpina Tours fu contrassegnato dall'innovazione tecnologica e dalla rapidità di espansione sul territorio italiano. Nel dicembre venne presentato il nuovo sito dell'Azienda, sempre all'indirizzo www.cisalpina.it: un portale dedicato ai viaggi, con innovazioni tecnologiche come il servizio di audio-talk, che consente all'utente di chiamare

il booking Cisalpina Tours nel corso della navigazione, per ricevere in tempo reale ulteriori informazioni relative al servizio che è in procinto di acquistare.

Il gruppo, per far fronte a qualsiasi richiesta, si è dotato inoltre di mezzi tecnologici avanzati. Attraverso i sistemi As/400, una rete aziendale Intranet, l'utilizzo di un efficiente servizio di housing del proprio sito Internet (I.Net Spa) e un uso diffuso della piattaforma Oracle 8 per attività di datawarehousing, Cisalpina Tours può oggi garantire un servizio gestionale interno all'avanguardia, che si traduce in un servizio più efficace per la clientela.

Negli ultimi anni, il sistema informativo ha ricevuto un impulso in termini di risorse e strumenti. Tutte le postazioni di lavoro (sede centrale, filiali e punti Vivere & Viaggiare) sono collegate da una rete Intranet Aziendale che utilizza connessioni ad alta velocità (80% Adsl).

Sulla stessa rete sono collegati i server, due Ibm As/400 specializzati in attività gestionali, due server Nt dedicati a Office, un Server Nt dedicato a Lotus Notes per le applicazioni Groupware, un Server Nt e un Linux dedicati al sito Internet, al database Oracle e all'innovativo sistema di web-phone applicato al sito.

Fedele alla tradizione che la vede particolarmente sensibile alle esigenze della clientela d'affari, Cisalpina Tours, infine, ha dedicato una sostanziosa quota degli apparati sopra esposti al Management Information System che, su richiesta del cliente, elabora una serie di statistiche che consentono all'Azienda il controllo e la gestione dei costi legati alle missioni di lavoro.

Parallelamente all'impegno per l'innovazione tecnologica, non bisogna dimenticare quello volto alla soddisfazione della clientela. Cisalpina Tours garantisce un supporto esclusivo e tempestivo ai clienti attraverso una serie di servizi quali:

- Consegna dei documenti di viaggio a domicilio;
- Sale assistenza Cisalpina negli aeroporti di Torino, Milano Malpensa, Fiumicino e Venezia;
- Assistenza telefonica presso la nuova sede di Rosta 24 ore su 24, 365 giorni all'anno;
- Tessera Europ Assistance medico e bagaglio;
- Manuale alberghiero e possibilità di prenotazioni agevolate di alberghi, voli e autonoleggi.

Lo sviluppo del network e il nuovo contratto con la Rai

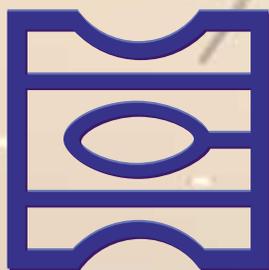
Il punto focale della politica gestionale del gruppo risiede nello sviluppo della rete di agenzie con marchio Cisalpina Tours e Vivere & Viaggiare.

Il 2001 si era chiuso con la gestione di 105 agenzie. Nel 2002 si è raggiunta quota 140 unità, dislocate su tutto il territorio nazionale, suddivise in 49 agenzie generaliste a marchio Cisalpina Tours e 91 agenzie Vivere & Viaggiare specializzate nel leisure.

Obiettivo del 2003 è quello di raggiungere le 200 sedi. Un investimento importante in termini di capitale umano e finanziario, volto all'affermazione di un marchio che intende diventare il leader in Italia nei settori leisure e business travel.

A conferma della solidità dell'azienda, il Gruppo Cisalpina Tours ha recentemente siglato un contratto per la gestione di tutto il business travel, a livello nazionale, del personale Rai. Dopo la firma dell'accordo con Telecom nel 2002, questa è la seconda importante tappa per l'affermazione del marchio Cisalpina Tours quale partner ideale delle principali aziende nazionali.

Pasquale Chianello commenta così il motivo del successo nel settore Business Travel: "Il fenomeno delle aggregazioni e delle multinazionali fa sì che oggi le grandi aziende abbiano la necessità di essere servite a livello globale. Chi vuole offrire un servizio a queste società deve avere un network proprio, come qualche realtà statunitense o stringere una serie di alleanze.



City Hotel



A Torino,

*a due passi dal centro storico, a pochi metri
dalla stazione di Porta Susa, a 20 minuti dall'aeroporto di Caselle.*

67 camere e suites, tutte con bagno privato, aria condizionata,
telefono diretto verso l'esterno, radio, TV satellite, frigobar.

Ristorante, American Bar. Room service.

Sale per riunioni, rinfreschi, banchetti da 15 a 75 persone.

Garage privato.



CITY HOTEL

Via Filippo Juvarra, 25 - 10122 Torino, Italy

Tel. +39 011 54.05.46 (12 linee r.a.) - Fax +39 011 54.81.88

E-mail: cityhotel@iol.it



HOTEL TOURIST TORINO

*Questo accogliente Hotel unisce al comfort ed alla qualità dei servizi,
la cortesia e l'efficienza del personale.*

*Situato in una via tranquilla nei pressi dell'air terminal
e della stazione di Porta Susa.*

28 camere dotate di bagno privato,
aria condizionata regolabile,
telefono diretto verso l'esterno, frigobar, cassaforte, TV color.

Sala breakfast, American Bar.

Garage privato.

HOTEL TOURIST

Via Alpignano, 3 (ang. Corso Francia, 92) - 10143 Torino, Italy

Tel. +39 011 776.17.40 - Fax +39 011 749.34.31

E-mail: hoteltourist@hotmail.com



La nostra è stata una scelta di mezzo: abbiamo realizzato un network che ci permette di essere presenti nelle principali città italiane, mentre a livello internazionale ci siamo associati al Gruppo Radius, organizzazione che ha come collante principale il manuale alberghiero più importante del mondo. Per darne un'idea, vi sono seimila alberghi, tutti con tariffe già convenzionate, preferenziali, e il manuale viene diffuso tramite Gds, con una chiave particolare per poterlo utilizzare. Ovviamente in Italia ne abbiamo l'esclusiva."

Il fatturato 2002, la sede di Rosta, il futuro

La solidità imprenditoriale del gruppo viene confermata dai dati relativi al fatturato 2002: Cisalpina Tours ha chiuso l'anno a quota 304 milioni di euro contro i 245 milioni di euro del 2001, con un importante + 24%.

Questo risultato fa del gruppo il leader nazionale nel settore dei network di agenzie.

Un traguardo di grande valore, raggiunto grazie al sostanziale consolidamento del traffico business travel e del prodotto leisure, commercializzato dalle agenzie che portano il marchio Vivere&Viaggiare.

Il 2002 è stato un anno determinante per Cisalpina Tours, non solo per la riconferma della propria solidità finanziaria ma anche per gli investimenti realizzati.

Con l'inaugurazione della sede di Rosta, alle porte di Torino, in corso Moncenisio 41, si è voluto sottolineare il momento positivo che sta attraversando il gruppo, e porre le basi per ulteriori sviluppi.

La struttura, costata 4,5 milioni di euro, copre una superficie di ben 3200 m², dove sono stati accentrati i servizi generali del gruppo (amministrazione, marketing, contabilità), e ospitati un Business Travel Centre al servizio delle grandi utenze, un Centro di Formazione e uno spazio dedicato alla distribuzione del prodotto leisure e di quanto ad esso connesso (libri di viaggio, mappe, guide, etc.).

Inoltre, è stato ampliato il call-centre telematico World-on-line, e reso operativo il servizio incoming 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno, rivolto sia a chi viaggia Cisalpina Tours sia ai turisti esteri che raggiungono l'Italia.

Infine, verrà realizzato un altro investimento a livello informatico, affinché tutta la telefonia possa passare attraverso la rete Cisalpina già esistente. In tal modo i clienti Cisalpina Tours italiani ed esteri potranno accedere con una semplice telefonata urbana all'ufficio assistenza creato ad hoc e aperto 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno.

I 150 dipendenti impiegati oggi nella sede centrale diventeranno presto 200. Il personale è una delle carte vincenti

dell'Azienda. Cisalpina Tours è infatti nota per la preparazione cui sottopone i giovani appena assunti, ai quali vengono offerti i corsi utili perché possano entrare con gli strumenti necessari nel mercato del lavoro del settore turismo. Si tratta di corsi di geografia, di tecniche di vendita, di conoscenza dei Crs utilizzati in agenzia (Amadeus), di conteggio delle tariffe aeree nazionali e internazionali e del comportamento da tenere in agenzia. Il tutto per 4 mesi di durata.

Una porta aperta sull'Europa

Una voce importante per l'azienda è quella proveniente dall'attività di incoming, operativa solo dai primi mesi del 2002. Un settore operativo tutti i giorni dell'anno, 24 ore su 24, per garantire ai clienti Cisalpina Tours nel mondo un supporto e un'organizzazione in grado di far fronte a tutte le esigenze e problematiche.

Un'iniziativa dell'azienda che intende trovare sbocchi anche in Europa, come afferma Pasquale Chianello: "È nostra intenzione portare il nome, il brand e il know how di Cisalpina Tours nelle principali capitali europee, dove vogliamo aprire succursali per garantire una presenza in città chiave per il turismo incoming del nostro Paese.

A questo proposito – chiude Chianello – siamo disposti a considerare la possibilità di avere il supporto di un importante partner che voglia intraprendere con noi l'avventura europea."

Una storia inarrestabile

Iniziata 33 anni fa da corso Francia a Torino, la storia di Cisalpina Tours si apre ora a un cammino in Europa, frutto della lungimiranza e della visione moderna che da sempre contraddistinguono il lavoro del presidente, Pasquale Chianello, e dell'intero gruppo.





Nital riceve il premio come Miglior Marketing Europeo 2002 – 2003

Durante il Nikon European Marketing Meeting tenutosi a Maiorca, l'importante casa giapponese ha insignito la Nital S.p.A. del prestigioso riconoscimento "Best Marketing Activities in Europe" per il periodo 2002 – 2003.

Un premio di grande importanza, frutto del lavoro di un team appassionato e desideroso di comunicare nella maniera migliore con il proprio mer-

Presentato il progetto Imbus a Control 2003

Nell'ambito dell'esposizione Control 2003 (Sinsheim, Germania, 6-9 maggio) sono stati presentati i risultati di una sperimentazione di tecnologia Integrated Machine Vision, condotta presso l'azienda tedesca Man, leader nel settore della produzione di autobus.

Tramite un terminale palmare Cmm (Coordinate Measuring Machine), la tecnologia Machine Vision è stata applicata alle procedure di misurazione di veicoli di grandi dimensioni durante il processo di produzione, mostrando un grado di precisione senza precedenti. I vantaggi sono enormi non solo in termini di accuratezza, ma anche di rapidità (fino al 75% di tempo in meno rispetto ad altre procedure) e di riduzione delle operazioni di rettifica e riparazione nel corso del processo di produzione. La sperimentazione, denominata Imbus (Inspection and Monitoring of Bus Manufacturing), è stata condotta nell'ambito del progetto Eutist-Imv, finanziato dalla Commissione Europea per promuovere l'adozione della tecnologia Machine Vision a livello industriale, e possiede un potenziale notevole non solo per il settore della produzione di autobus, ma anche per le imprese produttrici di tram, treni e autocarri.

Il Consorzio Pisa Ricerche rappresenta il partner italiano del progetto Eutist-Imv, e Cinzia Giachetti, direttrice del centro Tetra, è membro del Management Board dello stesso progetto: "La tecnologia Integrated Machine Vision ha un potenziale altissimo" spiega "Le sue applicazioni in ambito industriale sono di grande interesse. Il Cluster per le tecnologie di visione artificiale per il controllo di qualità riunisce fornitori e integratori di tecnologie e utenti finali in un insieme di 23 progetti che stanno maturando rilevanti risultati per la loro applicazione sul mercato in diversi settori tradizionali".

Intesa sul turismo tra Meridiana e il Comune di Catania

Il sindaco del Comune di Catania professor Umberto Scapagnini e l'amministratore delegato di Meridiana Giovanni Sebastiani hanno firmato un'intesa finalizzata alla promozione



dei flussi di traffico turistico, congressuale ed incentive su Catania e il suo territorio, in sintonia con l'assessore comunale al Turismo Gaetano Sardo che propugna, dato il clima mite e la ricchezza di arte e cultura della zona, l'estensione della stagione turistica catanese a tutti i dodici mesi dell'anno. L'accordo prevede anche la presenza nelle principali manifestazioni di settore in Italia e in Europa con iniziative progettate per la promozione del turismo scolastico, congressuale, enogastronomico, archeologico e culturale oltre all'organizzazione di programmi ed eventi promozionali di comune interesse.



Millionaire presenta "Franchising Più" al REF

Millionaire è stata presente al REF-Roma Expo Franchising (21-23/3) con uno stand: un'occasione utile a presentare le novità che, dal numero di aprile, hanno rinnovato la rivista.

La più significativa è "Franchising Più", 16 pagine dedicate all'informazione sulle formule di partnership commerciale. Un inserto che informa sui marchi in salita e in discesa, con interviste a personaggi di spicco del settore, approfondimenti su insegne e contratti e tematiche di interesse comune. In ogni numero si troveranno spazi dedicati alle notizie dall'Italia e dal mondo e una rassegna di eventi, fiere, corsi, libri relativi al franchising.

Infine, una rubrica fornisce, tramite comodi biglietti da visita da ritagliare e conservare, un metodo nuovo e pratico per avere una ricca lista di contatti e scegliere il partner per una nuova attività.

Hapag Lloyd Express continua la sua espansione

sul mercato italiano. Per questo motivo Letizia Orsini, ex market manager EasyJet e Go, è stata nominata country manager per l'Italia.

37 anni, sposata con 2 figli, Letizia Orsini ha cominciato la sua carriera in aziende del mass-market quali Nestlé, Reckitt&Colman e Danone. È entrata in Go nel novembre 1998 come sales&marketing manager per il mercato italiano, operando per creare la positiva immagine che contraddistingue il marchio Go in Italia.

Hlx continua ad affidare a donne manager la propria presenza sul mercato italiano. Rosanna Fudoli, titolare del Centro del Turismo, già dal novembre 2002 si occupa della loro immagine e dell'ufficio stampa e Pr.

Grazie alla rapida crescita sul mercato italiano, coperto ormai interamente, Hapag Lloyd Express ha deciso di assumere Letizia Orsini per coprire sia il settore marketing che le vendite, e per sviluppare il marchio Hlx in Italia.

Hlx collega Hannover e Colonia/Bonn, con Milano/Orio, Venezia, Roma, Napoli, Pisa, Olbia e Catania; in pochi mesi sono state così create 11 rotte dall'Italia alla Germania.



cato, dando il massimo ascolto a esso e cercando di calarsi sempre più nelle esigenze del consumatore.

È giusto in questo contesto evidenziare come il raggiungimento di un simile prestigioso obiettivo sia giunto a coronamento di un anno vissuto "ad alta intensità", durante il quale è stato virato il linguaggio comunicazionale di Nital e in cui è stato effettuato il più significativo investimento in termini di risorse economiche e umane da quando la Nital è stata fondata.

L'appel delle attuali campagne stampa, il folder "digital educational", gli spot tv e radio, il nuovo sito internet, le tante azioni di co-branding, le sponsorizzazioni e tutte le altre attività hanno come unico denominatore lo staff Nital, che ha da sempre creduto nell'efficacia delle proprie attività di marketing e ha partecipato – unito come una squadra vincente – alla creazione di un vero e proprio "universo comunicazionale", in cui l'utente finale possa sentirsi ascoltato, capito e "coccolato".

Go Up realizzerà il nuovo marchio per l'Unione Industriale Biellese

È stata vinta dall'agenzia Go Up la gara di consultazione indetta dall'Unione Industriale Biellese per lo studio e la realizzazione di un nuovo marchio, distintivo dell'innovazione e della qualità applicate dalle industrie biellesi alle diverse fasi del processo tessile.

Tra le diverse agenzie convocate, è risultata vincente l'idea di Go Up che, oltre a presentare il nuovo logo e le sue applicazioni, ha sviluppato una campagna stampa di lancio, legata al



Freestation e Infostation: la comunicazione entra in albergo

Freestation e Infostation, società del Gruppo Tc Sistema che sviluppano e realizzano nuovi media, sono stati presenti, con uno stand congiunto nell'area polifunzionale e multimediale Bit Virtual, alla Bit 2003 Milano.

Il pubblico ha avuto così occasione di conoscere le soluzioni tecnologiche avanzate e i servizi innovativi che le due società hanno studiato per le esigenze informative e d'intrattenimento della clientela alberghiera.

Infostation mette a disposizione delle strutture ricettive orientate a un'utenza professionale un innovativo videosistema. Progettato per essere installato nelle cabine ascensore, il videosistema Infostation trasmette tramite display multimediali informazioni di finanza, cronaca, sport, meteo intervallate da comunicazioni commerciali o di servizio dell'albergo.

L'offerta Infostation è già stata scelta da importanti realtà quali Accor Hotels Italia, Una Hotels & Resorts e Gruppo Roscioli Hotels.

Dal canto suo, Freestation ha presentato la sperimentazione dei collegamenti Wi-Fi nei Totem Freestation installati presso alberghi quali i Roscioli Hotel e lo Sheraton Padova.

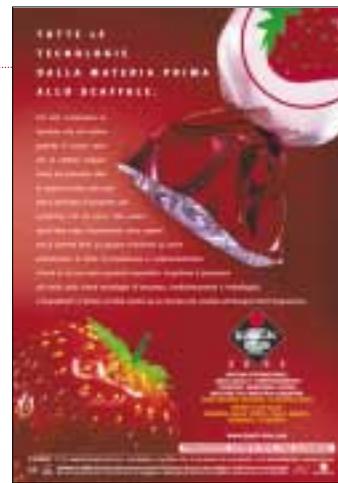
Le caratteristiche postazioni multimediali Freestation sono predisposte per comunicare attraverso le nuove, velocissime reti in radiofrequenza, consentendo così ai clienti di connettersi dai loro Pc portatili, laptop o palmari semplicemente restando nel raggio di 70 metri dai Totem.

Tripla Dimensione: investire sulle materie prime con Banca Intesa

Nel mese di maggio Banca Intesa ha lanciato sul mercato "Tripla Dimensione", un'obbligazione strutturata che rappresenta una novità sul mercato perché permette di investire nelle materie prime oltre che in azioni, garantendo una notevole diversificazione del portafoglio.

"Tripla Dimensione" è legata infatti a un paniere composto per il 50% dall'indice Eurostoxx 50 (indice dei principali titoli europei), per il 25% dalla quotazione del petrolio e per il 25% dalla quotazione dell'oro.

Di durata quinquennale, e con investimento minimo di 50.000 euro, l'azione si posiziona nella fascia alta degli investimenti.



Alla campagna Ipack-Ima 2003 il premio Pubblicità & Successo

Caleidos, agenzia di pubblicità di Milano, ha vinto il premio *Pubblicità & Successo* nella sezione Comunicazione business-to-business per la campagna di promozione di Ipack-Ima, Mostra dell'imballaggio e confezionamento di Milano.

Il premio, promosso dal settimanale *Pubblico*, è giunto alla 14ª edizione, e segnala le campagne più creative rispetto alle strategie aziendali.

A ritirare il premio, sul palco del cinema Anteo, c'erano Laura Strommer, art director, Eugenio Alberti, copy, e Mariagrazia Facchinetti, Marketing & communication manager della società che organizza la mostra.

Caleidos è stata una delle prime agenzie italiane specializzate nella comunicazione b2b, e oggi costruisce il pacchetto di comunicazione per oltre 30 manifestazioni.



concetto di arte. Tra le motivazioni c'è il fatto che la lavorazione biellese stessa è arte, che si esprime con passione, armonia e dedizione in una cultura del "saper fare" alla costante ricerca della perfezione.

La campagna, che sarà on air nei prossimi mesi, mira a valorizzare, con un messaggio e un claim legato all'arte, la certificazione di autenticità e la garanzia di eccellenza per il consumatore.

A supporto della campagna, è presentata una serie di eventi ideati dall'agenzia Interview, PR del Gruppo Go Up. Prima data il 13 maggio a Biella con l'evento di lancio del nuovo marchio di qualità: una conferenza stampa seguita da un concerto della Filarmonica "Arturo Toscanini". Secondo appuntamento il 13 giugno a Biella, nel corso del Convegno "Distretto Futuro". Seguiranno manifestazioni a carattere locale e nazionale volte a esprimere i valori e a diffondere l'armonia di note che lascino un segno duraturo, conformemente allo spirito che muove l'industria tessile biellese.



Spit, agenzia operante nel settore immagine e moda

e nell'organizzazione di eventi, ha ottenuto il patrocinio di Federmodelle, associazione che rappresenta modelle/i, indossatrici/tori e figuranti televisivi.

"Una indiscussa fama nel settore, che corrisponde a grande serietà e assoluta professionalità, e che fanno dell'azienda una delle più importanti nel settore del management", è stata la principale motivazione con cui la Fiami ha rilasciato il prestigioso riconoscimento alla società milanese.

L'agenzia Spit è attiva nel mondo della moda dai primi anni '90 e, grazie al consolidamento della struttura e all'ampliamento dello staff e dei servizi, è riuscita a conquistare una considerevole fetta di mercato. Tra i suoi clienti figurano Versace, Berlioni, Natuzzi e Gruppo Class.

"Un risultato che premia la nostra serietà e affidabilità", ha dichiarato Ivan Marrulli, titolare della Spit. "Il continuo impegno da parte dello staff per essere all'altezza di ogni esigenza della clientela ha trovato il giusto riconoscimento. Questo sarà per noi un ulteriore incentivo a migliorare la qualità dei servizi."

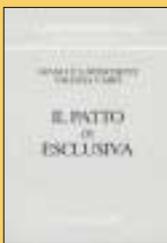


Gianluca Ronchetti,
Valeria Carfi

Il patto di esclusiva

Giuffrè, Milano 2002
pp. XVI-432, euro 29,00

Il patto di esclusiva va sempre più diffondendosi come clausola contrattuale nei rapporti commerciali. Il volume analizza la clausola nei contratti di distribuzione, nel brokeraggio e nelle mediazioni. Il problema è inquadrato anche nella sua rilevanza per le dinamiche concorrenziali, e alla luce della disciplina comunitaria in merito.



AA. VV.

Governo dell'impresa e mercato delle regole

Scritti giuridici per Guido Rossi

Giuffrè, Milano 2002
pp. XII-1494, euro 115,00

La miscelanea, in due tomi, raccoglie studi in onore di Guido Rossi, docente alla Bocconi di Milano. Nel primo tomo si analizzano l'impresa e il suo governo, e il mercato (con saggi sulle Opa transazionali e sull'ammissione alla quotazione). Nel secondo trovano posto saggi sull'antitrust e la concorrenza tra imprese, e sui reati societari tra vecchie e nuove norme.



Eugenio Saracini,
Franco Toffoletto

Il contratto d'agenzia

Giuffrè, Milano 2002
pp. XVIII-674, euro 50,00

Oggetto del volume, che aggiorna la seconda edizione del 1996, sono gli artt. 1742-1753 del Codice Civile. L'aggiornamento si è reso necessario per gli importanti atti emanati dalla Ue dal 1996 a oggi.



Gli organizzatori di fiere tedeschi e italiani intendono collaborare di più all'estero

German and Italian trade fair organizers want to cooperate more abroad

Incontro ad alto livello tra i due Paesi leader nelle fiere specializzate
High-ranking meeting of the two leading trade fair nations in Berlin

Gli organizzatori italiani e tedeschi di fiere specializzate intendono cooperare più intensamente in futuro, in particolare nell'organizzazione di manifestazioni nei mercati esteri. Ciò è stato sottolineato nel 2° incontro dei principali organizzatori fieristici italiani e tedeschi, tenutosi il 31 marzo e il 1 aprile a Berlino su invito dell'Auma, Associazione esposizioni e fiere tedesche, col supporto dell'Ambasciata italiana in Germania. Il primo evento fu organizzato a Colonia nel 2000, ma quest'anno per la prima volta sono state coinvolte direttamente l'Auma e l'Aefi, Associazione Esposizioni e Fiere Italiane.

La delegazione Aefi, guidata da Raffaele Cercola, presidente della Mostra d'Oltremare Spa, e da Lorenzo Cagnoni, presidente di Rimini Fiera Spa, comprendeva rappresentanze di Bologna, Bolzano, Napoli, Padova, Pordenone, Rimini, Verona, Palermo, Parma e Vicenza. Quella Auma comprendeva rappresentanze di Berlino, Dusseldorf, Essen, Francoforte, Colonia, Lipsia, Monaco e Norimberga.

L'incontro si è aperto col saluto di benvenuto dell'ambasciatore italiano in Germania, Silvio Fagiolo. Da parte italiana si è spiegata l'attuale conversione a imprese private di numerosi enti fieristici che erano sottoposti alla regolamentazione pubblica.

Per quanto riguarda gli organizzatori fieristici tedeschi, Michael von Zitzewitz, presidente del consiglio di gestione della Fiera di Francoforte, ha spiegato gli attuali concetti di servizio per il supporto degli espositori e dei visitatori. Deve essere fatta una distinzione tra servizi relativi all'evento fieristico, che sono legati alla sede espositiva, come

la pulizia, i servizi di sicurezza, ecc... In questo caso, l'organizzatore di eventi è l'unico fornitore, e tuttavia deve garantire la soddisfazione dei clienti nel rispetto della politica dei prezzi. Per quanto riguarda il segmento dei servizi per il marketing, per esempio il supporto pubblicitario agli espositori, le relazioni esterne, l'allestimento di stand, ecc..., gli organizzatori sono in competizione con altri fornitori.

Punto focale dell'incontro è stato la discussione sulle attività estere degli organizzatori di entrambi i Paesi. Un'iniziale cooperazione sui mercati d'oltreoceano è già stata avviata: per esempio Monaco e Vicenza a Shanghai. Secondo i partecipanti, ci sono numerosi altri settori ove gli organizzatori italiani e tedeschi potrebbero associare le rispettive competenze. Per esempio, Monaco e Rimini stanno pianificando un progetto congiunto per la Cina.

Nella conferenza conclusiva, Cercola e Cagnoni hanno sottolineato che, sebbene gli organizzatori di fiere italiani e tedeschi siano in competizione, soprattutto per quanto riguarda l'Europa, ciò non esclude la possibilità di cooperare su progetti che rappresentino interessi comuni, per esempio nei confronti dell'Ue, quando si tratta di rafforzare lo strumento fiera.

Obiettivo delle imprese fieristiche italiane è, da un lato, ottenere ulteriori risorse finanziarie per investimenti in sedi espositive e programmi di eventi, dall'altro, stringere alleanze strategiche con partner esteri.

Hermann Kresse, direttore generale Auma, ha sottolineato che l'Italia è uno dei Paesi coi quali l'industria fieristica tedesca mantiene relazioni particolarmente



Raffaele Cercola

intense. Nel 2002, circa 13.000 espositori italiani hanno partecipato a fiere in Germania, il 60% in più rispetto a dieci anni prima. Inoltre, 110.000 visitatori arrivano dall'Italia ogni anno per le fiere di settore in Germania, e diverse migliaia di espositori, e decine di migliaia di visitatori tedeschi partecipano alle fiere italiane.

Per quest'anno, gli organizzatori tedeschi di fiere di settore hanno programmato più di 150 eventi in altri Paesi, soprattutto in Asia, ma anche 2 in Italia.

Italian and German trade fair companies want to cooperate more intensively in future, particularly in the organization of trade fairs in foreign markets. This was emphasized at the 2nd meeting of leading German and Italian trade fair organizers which was held on 31 March and 1 April 2003 in Berlin at the invitation of Auma - the Association of the German Trade Fair Industry with support of the Italian embassy in Germany. The initial event had been organized in Cologne in the year 2000. This year for the first time, however, the associations from both countries, the Italian Trade Fair Association Aefi and Auma, were directly involved.

The Aefi's delegates, headed by Raffaele Cercola, President of the Naples Trade Fair Company, and Lorenzo Cagnoni, President of the Rimini Trade Fair Company, included representatives from Bologna, Bozen, Naples, Padua, Pordenone, Rimini, Verona, Palermo, Parma and Vicenza. The membership of Auma included representatives from Berlin, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Cologne, Leipzig, Munich and Nuremberg.

The meeting opened with a welcoming address from the Italian ambassador in Germany, Silvio Fagiolo. The present restructuring of numerous trade fair companies as private enterprises was explained by the Italian side. Up to now, the majority of Italian trade fair companies were organized as institutions under public law.

For the German trade fair companies, Michael von Zitzewitz, Chairman of the Board of Management of Messe Frankfurt, explained current service concepts for the comprehensive support of exhibitors and visitors. A distinction must be made between trade fair services which are bound to the exhibition centre, such as, for example cleaning, security services etc. Here, the trade fair company is the sole supplier, however, must guarantee the satisfaction of the customers with respect to pricing policy. In the marketing services segment, e.g. support of the exhibitors with advertising, PR, stand construction etc., they are in competition with other suppliers.

A major focal point was the discussion of the foreign activities of the organizers in both countries. Initial cooperations in overseas markets already exist, e.g. the Munich and Vicenza trade fair companies in Shanghai. In the opinion of the participants, there are numerous further sectors of business in which German and Italian organizers could bundle their competencies. Thus, for example, a joint project of the Munich and Rimini trade fair companies is currently being planned in China.

In a concluding press conference, Cercola and Cagnoni emphasized that although Italian and German trade fairs are competi-

tors in principle, but especially in Europe, this does not rule out the possibility of cooperating on a project basis and representing common interests, for example, towards the Eu, when it is a matter of strengthening the trade fair medium.

The objective of the company forms under private law in Italy is, on the one hand, to raise additional financial resources for investments in exhibition centres and fair programmes, on the other, the possibility of strategic alliances with foreign partners.

Hermann Kresse, Chief Executive Officer of Auma,



Fiera di Francoforte, Hall 3

emphasized that Italy is one of those countries with which the German trade fair industry maintains particularly intensive relations. In 2002, about 13,000 Italian exhibitors had participated at the trade fairs in Germany, almost 60% more than ten years ago. In addition, about 110,000 visitors came from Italy to

German trade fairs each year and several thousand German exhibitors and several ten thousand visitors are represented at the Italian trade fairs.

This year the German trade fair organizers are planning more than 150 own trade fairs in other countries, mainly in Asia, but also 2 in Italy.

Cerchi informazioni sul mondo delle fiere, congressi, incentive?

**Nel portale www.expofairs.com
il più completo e aggiornato che esista
puoi trovare la risposta che ti interessa**

**Sei un operatore fieristico e desideri metterti in evidenza
nel portale più consultato in Italia e forse nel mondo?**

Scopri come su www.expofairs.com

**Are you looking for information about the fair, meeting,
incentive industry?**

**In the portal www.expofairs.com
the most comprehensive and up-to-date existing,
you can find the answer you need**

**Are you a fair operator wishing to highlight his brand in the portal
more consulted in Italy and perhaps the world over?**

See how at www.expofairs.com

La rivista Prisma è un mezzo prezioso per conoscere ciò che accade nel mondo delle fiere e dei congressi come pure per proporsi agli operatori del settore

Tiratura 42.000 copie!

Abbonati e pubblicizza la tua attività su Prisma

Prisma magazine is a precious instrument to keep you up to date with what is happening in the fair and meeting industry, and also to promote your business to the operators

A run of 42,000 copies!

Subscribe and advertise in Prisma right now

PIANETA Srl, via Angelo Sismonda 32 - I-10145 Torino TO
Tel +39 011747600, Fax: +39 011747294, email: info@expofairs.com

Annamaria Testa

La pubblicità

Il Mulino, Bologna 2003
pp. 142, euro 8,00

Il volume introduce il lettore nel mondo della pubblicità, oggi più che mai influente nella vita quotidiana delle persone. L'autrice illustra le tecniche e le strategie pubblicitarie e di persuasione, il funzionamento di un'agenzia e le modalità di operare delle figure professionali del settore. Una sezione è dedicata alla storia della pubblicità, dal '600 ai giorni nostri.



Luigi Anolli

Mentire

Il Mulino, Bologna 2003
pp. 141, euro 8,00

Come si costruiscono le menzogne? E come si possono mascherare? Dall'ebbugie dei bambini a quelle degli animali, da quelle della politica a quelle della scienza, l'autore analizza i vari modi di mentire alla luce degli esiti più recenti della psicologia scientifica.



Franco Brigida, Paolo Baudi di Vesme, Laura Francia

Media e pubblicità in Italia

Franco Angeli, Milano 2001
pp. 320, euro 24,00

Il volume analizza i mezzi di comunicazione "classici" (stampa, tv, radio, cinema) da un punto di vista pubblicitario.



Viene presa in considerazione sia l'offerta di spazi pubblicitari, sia la domanda, nel tentativo di comprendere la fruizione della pubblicità da parte del pubblico.

Vetis 2003 rilancia la leadership del Piemonte nei componenti e accessori auto



La 5ª edizione di Vetis, Salone internazionale per tutta la filiera dell'automobile (Lingotto Fiere, 26-28 marzo in contemporanea con la 22ª edizione di Automotor), è stato un appuntamento fieristico di grande rilievo, in grado di rilanciare il Piemonte come territorio di eccellenza nel settore dei componenti e accessori per auto.

Tra i punti di forza di Vetis c'è un innovativo concetto di fiera, che inverte il tradizionale sistema secondo cui chi vende espone le proprie merci e riceve potenziali clienti. Qui sono i clienti che, sulla base delle proprie esigenze di sviluppo e produzione, ricevono nuovi fornitori, accuratamente selezionati in anticipo; si crea, cioè, una "borsa della domanda" e non c'è esposizione di merci.

I clienti, nel caso di Vetis 2003, sono stati 37 blasonati marchi di 15 paesi europei ed extraeuropei, con oltre 50 responsabili acquisti. In tre giorni si sono svolti 1070 appuntamenti, grazie ai quali i fornitori hanno potuto sorpassare nei risultati le più rosee aspettative. I Trade Analyst degli uffici Ice di Francia, India e Messico hanno dato utili indicazioni sulle prospettive del mercato automotive dei rispettivi Paesi.

Vetis 2003 si è tenuto nell'ambito di un ambizioso progetto

(budget 2.500.000 euro) triennale sviluppato dalla Camera di Commercio di Torino in collaborazione col Centro Estero Camere Commercio Piemontesi.

**From Concept to car
Dall'idea all'auto**

Il progetto *From Concept to car Dall'idea all'auto*, si basa su un contributo comunitario ai sensi del Docup 2000-2006 della Regione Piemonte e mira a valorizzare uno dei maggiori punti di forza della realtà piemontese: la presenza sul territorio del know how e di tutte le capacità tecnologiche e produttive per passare dal progetto alla produzione.

Per partecipare al progetto *From Concept to car* sono state selezionate oltre 400 imprese coi requisiti necessari per essere competitive sui mercati esteri. In quest'ottica, ad esempio, 260 aziende selezionate per corrispondere ai requisiti di Volkswagen Audi hanno partecipato al convegno di presentazione delle politiche di acquisto del gruppo tedesco, tenutosi a Torino il 20 febbraio; sono stati così organizzati 105 incontri individuali tra i responsabili acquisti delle diverse commodity e nuovi potenziali fornitori.

Il Centro Estero sviluppa il lavoro attraverso azioni di monitoraggio e analisi con l'Osservatorio della componen-

tistica Autoveicolare Italiana (ora alla 6ª edizione) per approfondire la conoscenza degli operatori sul mercato.

A questo fine, sono in preparazione due portali multilingue coi dati rilevanti delle imprese del settore automotive, e di quelle che operano in subfornitura. Per creare opportunità d'affari fra aziende piemontesi ed estere (statunitensi, messicane, brasiliane e canadesi in particolare), il Centro Estero allestisce stand dove le aziende possono esporre in occasione di importanti manifestazioni, tra cui Sae Detroit (svoltasi dal 3 al 6 marzo), Automec Brasile (25-29 maggio), e, tra le prossime, Automechanika Messico (dal 16 al 18 luglio), e Autosalon (dal 25 al 31 agosto a Mosca).

Si tratta di mercati emergenti dalle prospettive solide (sia economicamente sia politicamente) su cui è importante imporsi subito. Un punto di riferimento nell'area di Detroit incentiverà l'insediamento e il consolidamento della presenza commerciale piemontese oltreoceano.

Con questo progetto si valorizza l'immagine delle aziende, e si riesce anche ad assistere l'azione di marketing all'estero organizzando missioni ad hoc, invitando a Torino i compratori, presentando ricerche di settore, creando un supporto logistico per le forniture all'estero. Diviene così possibile formulare strategie di marketing più efficaci, cercare agenti e rappresentanti, organizzare appuntamenti con la committenza.

L'azione di promozione, assistenza e consulenza svolta dalla Camera di Commercio di Torino e dal Centro Estero è capillare ed efficace, come testimonia il successo oltre le aspettative di Vetis 2003.

Per saperne di più:
www.centroestero.org

Nikon Coolpix 5400: la nuova frontiera del digital imaging

Tutte le novità tecnologiche che rendono il nuovo modello della casa giapponese all'avanguardia nelle prestazioni e nella semplicità di utilizzo a tutti i livelli

Con giusto orgoglio, la Nital Spa, distributore italiano della prestigiosa casa giapponese Nikon, ha presentato in questi giorni la Coolpix 5400, new entry nel settore delle compatte digitali ad alte prestazioni.

La fotocamera, che riprende nell'estetica il modello 5000, si presenta sul mercato con caratteristiche e prestazioni che la rendono in grado di proporsi come protagonista nella fascia delle digitali compatte prosumer, adatte sia per i professionisti che per il più vasto pubblico dei consumatori.

Il modello coniuga infatti facilità di utilizzo e prestazioni di livello professionale.

Ad esempio, la presenza di un obiettivo Zoom-Nikkor 5,8-24 mm a escursione focale 4x (equivalente a un 28-116 mm nel formato tradizionale 24x36) consente la ripresa sia di vasti panorami su grandangolo, sia di ritratti e particolari minuti.

Per ciò che riguarda la componente ottica vera e propria, le due lenti asferiche (Asp) e le 9 lenti divise in 4 gruppi – compresi elementi in vetro ED a bassissimo indice di dispersione – migliorano le prestazioni lungo tutto il campo zoom, riducendo drasticamente la distorsione, e garantendo alti livelli di nitidezza e un elevato controllo dell'aberrazione cromatica, per ottenere immagini sempre vivaci e brillanti.

Inoltre, grazie ai suoi 5.1 megapixel effettivi, il modello 5400 ha un elevato potere risolvante (2592x1944 pixel), che rende possibile la stampa di immagini dettagliate fino al formato A3 (29,7x42 cm).



Grazie all'e-

Ciò significa anche che l'elaborazione dell'immagine si situa su livelli avanzati, con precisione anche nelle gradazioni più sottili e nei dettagli.

Anche il sistema autofocus della nuova Coolpix 5400 è preciso ed efficace, e offre un campo di utilizzo che va da 50 cm a infinito, con opzione macro per avvicinare il soggetto fino a 1 solo cm dalla lente frontale. Una prestazione record in questa fascia di apparecchi.

Il rinnovato sensore ccd, perfettamente integrato con lo Zoom-Nikkor, e l'impiego di filtri colore primari (rgb) assicurano la produzione di immagini assolutamente vicine a quelle percepite dall'occhio umano. Un nuovo sistema di elaborazione dell'immagine che permette a Nikon di fare un passo avanti nel trasferimento degli standard di qualità della fotografia tradizionale nel mondo del digital imaging.

Altra caratteristica che avvicina le prestazioni della Coolpix 5400 a quelle delle reflex professionali è la possibilità di realizzare sequenze di 7 fotogrammi alla frequenza di 3 scatti al secondo.

levata capacità della memoria di transito è stato possibile implementare la funzione *Five Shot Buffer*, in cui la fotocamera scatta in continuo conservando in memoria gli ultimi cinque fotogrammi.

La modalità di ripresa intervallata aumenta la creatività e

rende l'apparecchio perfettamente idoneo anche ad impieghi di carattere scientifico e industriale. Così come la funzione flash stroboscopico, che offre opportunità di ripresa ai massimi livelli.

La funzione *Movie* rende inoltre possibile girare brevi filmati completi di audio, in due modalità: Tv, con formato Vga per una durata di 70 secondi; e Small, con formato Qvga e fino a 180 secondi di filmato.

Ma la Coolpix 5400 (disponibile nei migliori negozi dal mese di luglio al prezzo di 1049 euro) è anche un apparecchio utilizzabile da tutti i componenti della famiglia, e in questo senso sono di aiuto le 15 modalità *Scene*. È infatti sufficiente selezionare uno dei tipi di ripresa (ritratto, feste/interni, notturno, spiaggia/neve, ...), per far sì che esposizione, messa a fuoco, flash, contrasto e sensibilità vengano automaticamente regolati in base alle peculiarità della scena da immortalare.

La nuova Coolpix nasce dunque come prodotto prosumer, ma risulta facilmente utilizzabile anche dall'utente nuovo che desidera approcciarsi al mondo del digital imaging.

Ben Long

Fotografia digitale. Il manuale

Apogeo, Milano 2003, pp. 480, euro 34,00

La fotografia è tra gli hobby più amati, ma è anche una professione, trasformata profondamente dalla rivoluzione digitale. I numerosi professionisti del settore hanno necessità di comprendere più a fondo i nuovi strumenti, hardware e software, e le modalità di intervento per lavorare meglio e con maggiore efficacia.

Questo manuale si rivolge a loro: un testo approfondito su tutti gli argomenti più interessanti relativi alla fotografia digitale, dalla scelta delle fotocamere ai suggerimenti per il fotoritocco. I capitoli ripercorrono l'intero processo del lavoro del fotografo: dall'allestimento degli strumenti in sistema di fotografia digitale, all'acquisizione ed elaborazione dell'immagine, fino alla stampa. Tra i contenuti: come funziona una fotocamera digitale, creare un sistema di fotografia digitale hardware e software, effetti speciali, correzione del colore e editing, ritocco immagini e miglior contrasto. L'autore è fotografo, grafico, illustratore, nonché coautore di un testo di successo sul video digitale. Completa il volume un cd-rom con tutti gli esempi, le immagini del libro a colori, la versione trial di Photoshop 6 e di altri programmi.



Edoardo Cintolesi,
Giovanni Mocci

Le spese di pubblicità propaganda e rappresentanza

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. X-214, euro 16,00

Una guida pratica per individuare i parametri idonei a circoscrivere la categoria delle spese di rappresentanza in modo da fornire una chiave di lettura schematica dei fatti economici che occorre gestire.

Studio Borgini Peverelli
e associati

Adempimenti delle imprese

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. X-368, euro 25,00

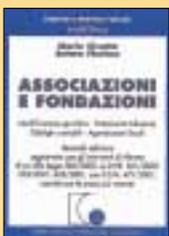
L'opera analizza a fondo gli adempimenti dei soggetti, persone fisiche o società, che intendono dar vita a un'attività d'impresa: tutti gli aspetti procedurali dalla costituzione dell'impresa agli obblighi contabili, di redazione del bilancio e fiscali.

Mario Civetta, Arturo Florimo

Associazioni e fondazioni

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. XII-466, euro 30,00

Il volume è un valido strumento di consultazione e approfondimento per tutti gli operatori del non profit. Viene esaminata la disciplina legislativa afferente le associazioni e le fondazioni, sotto il profilo della loro natura giuridica, delle disposizioni normative che ne regolamentano il funzionamento, della qualificazione tributaria e del regime contabile.



Comunicazione visiva



Creo presenta Integris e Leaf Valeo

Una nuova linea di stampanti drop-on-demand e nuovi dorsali per fotocamere digitali da una delle aziende leader nel settore delle tecnologie per arti grafiche

di Giampaolo Squarcina

Creo, azienda leader nelle soluzioni per l'industria delle arti grafiche, ha presentato Integris, una nuova linea di stampanti drop-on-demand per prove colore, che integra le più recenti tecnologie per la stampa a getto d'inchiostro col controllo del colore e il flusso di lavoro Creo.

Integris è un sistema completo per la stampa di prove colore, costituito da Integris Proof Controller, dai supporti Integris per la stampa a getto d'inchiostro, dagli inchiostri certificati Integris e dalle stampanti a getto d'inchiostro Epson Stylus Pro 7600 e 9600, per i formati 4 e 8 pagine.

Il sistema serve sia per la generica stampa di prove colore e di impostazione, sia per la produzione di poster e cartellonistica pubblicitaria. Se viene abbinata a Integris Proof Controller e ai supporti Integris, la nuova tecnologia con testina di stampa Micro Piezo DX3 di Epson garantisce una qualità tale da trasformare, a un prezzo contenuto, la stampante di punta Epson in una stampante per prove colore Creo.

Utilizzando più sistemi Integris di diverse dimensioni, stampatori e operatori di pre-stampa e fotolito potranno ottenere prove colore omogenee tra un sistema e l'altro. Se la qualità del colore nella prova assume un ruolo fondamentale, è possibile integrare le soluzioni Integris con la stampante Creo Veris.

Abbinata con le soluzioni per prove colore Integris, le stampanti a getto d'inchiostro delle migliori marche sono



ottimizzate per lavorare nell'ambiente Networked Graphic Production di Creo: un progetto per l'automatizzazione del processo di produzione e la massima collaborazione tra stampatori, acquirenti e professionisti della creatività. Ngp collega i sistemi informativi gestionali, la gestione dei contenuti e i sistemi internet, rendendo più agevole e produttiva la comunicazione tra le parti coinvolte nei progetti di stampa.

Passando al versante fotografico, alla Photokina di Colonia e al Photo Plus East di New York, Creo ha presentato i nuovi dorsali per fotocamere digitali portatili Leaf Valeo 6 e 11, che consentono ai fotografi professionisti riprese in esterno con funzionalità normalmente dispo-

nibili solo in studio: per esempio possibilità di acquisire centinaia di immagini su supporto digitale rimovibile, o di effettuare una prova colore digitale 6x7 cm con qualità equivalente a 16 bit non compressi. I nuovi dorsali, abbinati ai programmi Leaf Capture V8 e Leaf oXYgen, semplificano l'acquisizione dell'immagine e forniscono un controllo totale su di essa.

Per saperne di più:
www.creo.com/leaf

Il nuovissimo salva dati portatile di Hama,

annunciato da Mamiya Trading Srl, permette di trasferire velocemente e senza l'ausilio di un pc, i dati da scheda di memoria a un cd-rom. Legge sette diversi tipi di schede: Compact Flash I e II, Microdrive, MultiMedia cards, Secure Digital, Memory Stick e Smart Media. Quattro slot consentono di alloggiare i diversi tipi di scheda, mentre il dispositivo integrato di scrittura del cd-rom scrive direttamente sul cd premendo un pulsante.

Il dispositivo può utilizzare cd-rom di diametro 12 o 8 cm a una velocità superiore a 36x. I dati presenti sulle card sono trasferiti al pc a mezzo porta Usb 1.1. Se il dispositivo di salvataggio dati viene utilizzato come dispositivo esterno, con un notebook per esempio, la porta Usb 2.0 provvederà al processo di trasferimento dati in modo più veloce.

Il dispositivo è anche disponibile per riprodurre musica, basta inserire al suo interno un cd audio e collegandolo a delle cuffie si ottiene un cd-player.

I driver in dotazione al dispositivo permettono di lavorare su i seguenti sistemi operativi: Win 98Se, Me, 2000, XP e MacOS C, col dispositivo viene fornita anche un'unità di potenza, un cavo Usb 2.0 (reversibile e compatibile con Usb 1.1) e software.



Cinque nuovi modelli da Ibm

L'azienda ha lanciato sul mercato la stampante Infoprint 1222, due nuovi modelli della gamma Infoprint 4100, il software Afp per passare alla stampa a modulo continuo, e un Wireless Print Adapter, soluzioni che permettono di ridurre i costi mantenendo un'alta qualità di stampa.

Negli ultimi mesi Ibm, ha annunciato una serie di novità.

Si inizia con la stampante Infoprint 1222: un modello affidabile, versatile ed economico,



adeguato alle esigenze dell'e-business on demand delle aziende. Ibm Infoprint 1222 offre la capacità di stampa fronte/retro, consentendo così la riduzione dei supporti, e una manutenzione semplificata, con l'eliminazione della sostituzione dei kit di utilizzo. Ibm inoltre propone ai propri clienti un programma per la restituzione delle cartucce esaurite, che prevede la possibilità di impostazioni per la densità del toner che consentono di risparmiare fino al 50% sui consumi.

Anche la gamma Infoprint 4100 è stata ampliata con due modelli caratterizzati da alti livelli di velocità e qualità di stampa. Dedicati agli ambienti nei quali throughput e velocità di stampa rappresentano elementi critici, i modelli Hs2 e Hd3/Hd4 possono giungere a 1.220 ipm nel formato 8,5" x 11" 2up o 2.238 ipm in quello 6" x 9" 3up. Includono anche una testina di stampa a laser blu che, in combinazione con la tecnologia digitale Ibm Pqe (Print Quality Enhancement) e la nuova tecnologia Afccu (Advanced Function Common Control Unit), garantisce una

perfetta qualità anche ad alte velocità.

Date queste caratteristiche, che consentono di ridurre i costi mantenendo un'alta qualità di stampa, i modelli della gamma Infoprint si presentano come soluzione ideale sia per gli stampatori commerciali che per i service e i centri di produzione aziendali.

Durante l'edizione 2003 di "Imprinting", il salone della stampa di Padova, Ibm ha poi presentato un nuovo software che converte le applicazioni Xerox, Lcds e Metacode, trasformandole in un datastream Afp, lo standard aperto Ibm indipendente da piattaforme e dispositivi. La conversione nel formato Afp (Advanced Function Presentation) permette di sfruttare i vantaggi di un'architettura elastica senza intervenire sull'ambiente di stampa Aix o z/Os già esistente.

"La chiave del successo risiede nella standardizzazione su un unico datastream applicativo aperto: ciò fornisce alle aziende la flessibilità necessaria per far girare applicazioni e creare output con facilità all'interno di un ambiente multivendor", ha dichiarato Gianfranco Filippi, manager of Printing Systems Division South Region Print Segment. "Utilizzare uno standard di fatto per la stampa di produzione ad alta velocità come Afp, unitamente alle proposte di Ibm Consulting Services, può aiutare ad abbattere il costo totale relativo alla stampa".

Infine, sempre a marzo è arrivata l'ultima novità: il nuovo adattatore wireless ad alta velocità Wi-Fi "plug-and-print", che permette alle azien-

de di stampare da subito in rete con collegamenti wireless ad alta velocità. Per beneficiare della flessibilità e delle efficienze della stampa wireless, i clienti non devono fare altro che collegare un Ibm Wireless Print Adapter alla porta Ethernet di ogni stampante, senza necessità di configurare i driver software od occupare gli slot di espansione Pci. Il nuovo adattatore Ibm 802.11b (Wi-Fi) è una soluzione per la stampa Ethernet wireless a 11 Mbps compatibile con l'intero portafoglio di soluzioni di stampa di Ibm, comprenden-



te una vasta gamma di dispositivi a colori, monocromatici e multifunzione a elevate prestazioni che consentono di accrescere la produttività e ridurre i costi di stampa a carico delle

aziende di qualunque dimensione.

Con queste novità Ibm conferma la strategia volta a creare un'infrastruttura basata su standard aperti per ridurre i costi delle implementazioni wireless, velocizzare l'introduzione di nuovi servizi e generare nuove opportunità commerciali per le aziende e i service provider.

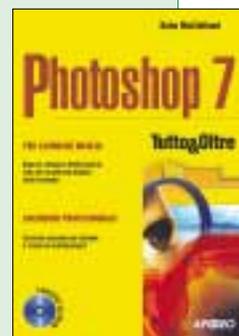
Deke McClelland

Photoshop 7 Tutto&Oltre

Apogeo, Milano 2003, pp. 1008, euro 55,00

Ormai un classico per chi si occupa di grafica digitale, Photoshop 7 Tutto&Oltre tiene fede alla promessa di essere un manuale completo, autorevole e chiaro, che risponde alle aspettative dei lettori più esigenti i quali vi troveranno risposte dettagliate.

Con numerose aggiunte e modifiche rispetto alle edizioni precedenti, corredato da un duplice inserto a colori disponibile sul cd allegato, il volume mostra al lettore come ritoccare e manipolare le immagini per la stampa e per il Web, correggere il colore, applicare filtri e creare effetti, utilizzando al meglio Photoshop 7. Con la cura e la completezza che contraddistingue i testi della collana Tutto & Oltre, si apprenderà a conoscere l'interfaccia, a gestire immagini e colore, disegno e fotoritocco, e ancora: selezioni, maschere e filtri, distorsioni ed effetti, livelli, oggetti e testo, metodi di fusione, forme stili, stampare con Photoshop. Deke McClelland è un celebre e stimato formatore e grafico professionista, autore di numerosi testi, conferenziere e consulente di aziende come Adobe e Macromedia.



Giancarlo Laurini

**Le sfide del notariato
Il notaio fra cittadino
e istituzioni**

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. XVIII-258, euro 25,00

Il volume individua i compiti e i principi dell'attività notarile all'inizio del nuovo



millennio. Dopo avere descritto i caratteri e i principi del notariato, l'autore ne analizza lo sviluppo nel decennio scorso, soffermandosi sui congressi nazionali italiani, ed esaminando gli sviluppi dell'internazionalizzazione.

Attilio Pisanò

**Il diritto dei popoli nella
Rivoluzione francese
L'abbé Grégoire**

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. XV-468, euro 28,00

Il pensiero di Henri Baptiste Grégoire, uno dei protagonisti della



Rivoluzione francese, viene ricostruito dall'autore in questo volume. Ne sono delineati gli aspetti teorici e le fonti, e ne viene messa in luce l'attualità.

Luigi Marco Bassani

**Il pensiero politico
di Thomas Jefferson
Libertà, proprietà e
autogoverno**

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. XVIII-390, euro 30,00

Thomas Jefferson, oltre che uomo politico, fu anche un pensatore originale. Le



sue riflessioni, per lo più espresse nelle lettere, sono l'oggetto di questo libro, che ricostruisce il pensiero politico dello statista americano alla luce del contesto storico in cui operò.

Alla Città della Scienza di Napoli il 20° Click Up

Dal 18 al 20 ottobre 2003, una grande novità per educare, emozionare, divertire e sorprendere... la fotografia



atmosfera che si respira fra gli stand e gli addetti ai lavori (è una costante di Click Up!) sono inoltre valorizzati dalla particolare configurazione della Città della Scienza, che conferma la sua vocazione a ospitare a Napoli, oltre ai meeting, alle mostre e alle conferenze, anche gli eventi fieristici più rilevanti.

Per gli organizzatori, per gli espositori e per i visitatori di Click Up si annuncia quindi il più felice rendez-vous a Napoli. In nome e per conto della

Novità mondiali, digitale, foto&grafica: tutto si gusta nella più famosa rassegna itinerante d'Italia: Click Up, il Fotoshow professionale, è in arrivo a Napoli. Aprirà i suoi "ricchi" stand alla Città della Scienza, piccola oasi interattiva della città borbonica, dal 18 al 20 ottobre 2003.

Come nelle precedenti 19 edizioni - anche quest'anno Click Up si conferma come la più interessante vetrina del mercato fotografico, per la sua formula esclusiva e per il fatto di ospitare tutte le novità in arrivo dalle più blasonate rassegne mondiali di settore.

Click Up non è solo il più collaudato banco di prova italiano per gli importatori soci dell'Apif (l'associazione organizzatrice che riunisce i produttori e gli importatori Italiani fotoprofessionali), è anche un momento d'incontro privilegiato col trade locale e coi fotografi professionisti.

L'essere, contemporaneamente, una manifestazione di respiro nazionale e un palcoscenico itinerante, consente ai professionisti ed alle aziende

dell'imaging di entrare direttamente in contatto con l'evoluzione, il trend e la tecnica della moderna fotografia.

A Click Up sono presentati e provati sul campo i prodotti delle maggiori Case produttrici mondiali, col qualificato apporto degli staff tecnici che fanno capo agli importatori italiani.

Aprima, Canon Italia, Condor Foto, Fowa, Fuji Italia, Gruppo BP, Ilford Imaging, Kodak, Mafer, Mamiya Trading, Manfrotto Trading, Nital, Polaroid Italia, Rossi &C... sono i nomi degli importatori-espositori associati ufficiali che presenzieranno al 20° Click Up. Accanto a loro, come di consueto, ci saranno aziende ospiti, delegazioni di prestigiosi marchi italiani e internazionali. Le associazioni fotografiche e le testate del settore foto/imaging tutti insieme contribuiranno ad offrire un panorama veramente completo e professionale di ciò che si muove nel mondo dell'imaging tradizionale e digitale.

L'ampio respiro espositivo di Click Up e la particolare

migliore tradizione fotografica italiana.

*Per saperne di più:
Segreteria Click Up/Apif
Associazione produttori
importatori fotoprofessionali
Via Cantello 8
21050 Clivio VA
tel. 0332 816788,
fax 0332 816816
email: info@click-up.it
www.click-up.it*



Milano, 10 giugno 2003. Si è appena conclusa Gec 2003, la Mostra internazionale delle tecnologie per l'industria grafica, editoriale, cartaria e trasformatrice.

La fiera, che da questa 6ª edizione cambia cadenza e diventa quadriennale, ha segnato il ritorno degli operatori e dei compratori internazionali in numero consistente.

Nei cinque giorni di manifestazione stati registrati 35mila visitatori (tutti operatori professionali), il 14% dei quali di provenienza estera; 830 gli espositori, di cui 358 esteri, provenienti da 32 paesi.

Con 40mila m² netti di superficie espositiva distribuita su sei padiglioni, Gec rappresenta una vetrina importante per macchine e soluzioni industriali per la stampa. La cancellazione di Imprinta, che si sarebbe dovuta tenere a Düsseldorf in febbraio, ha reso l'appuntamento milanese punto di riferimento europeo per il settore.

Le valutazioni degli espositori sono positive, e le aspettative della vigilia sono state superate. Giudizio favorevole anche dai rappresentanti delle industrie produttrici di macchine (Acimga) e dalle case estere rappresentate (Argi): il mercato italiano si conferma il più vitale in Europa.

“Grazie all'apporto determinante degli espositori, siamo riusciti a costruire un'impalcatura di fiera che ha permesso di gettare lo sguardo oltre gli ostacoli congiunturali”, commenta Guido Corbella, amministratore delegato della società organizzatrice, la Centrexpo. “Si sono respirati chiari segnali di ottimismo, che occorrerà valutare bene prima di poterli interpretare come un'effettiva inversione di tendenza.” Ottimismo, dunque, ma anche cautela, per un futuro ancora incerto, in relazione soprattutto ai recenti fatti internazionali.

La grande affluenza registrata a Fiera Milano per Gec 2003 conferma i dati emersi in un recente studio elaborato dal-



Ottimismo, con cautela, al Gec 2003 di Milano

Punto di riferimento del settore grafico europeo, dopo la cancellazione di Imprinta a Düsseldorf

l'osservatorio congiunturale di settore del Centro Ricerche di economia aziendale della Bocconi di Milano, istituito su iniziativa di Centrexpo e Assografici, al fine di produrre rapporti previsionali in grado di dettare le linee guida per le decisioni di investimento e per gli sforzi commerciali delle imprese attive nei settori di interesse del Gec.

Lo studio sottolinea come l'avvento delle nuove tecnologie non abbia reso superata la carta. I produttori anzi hanno ampliato la gamma di soluzioni offerte, anche perché i consumi privati di carta sono in aumento, proprio grazie alla diffusione del computer.

Alcuni settori, come la carta per affissioni, sono in costante evoluzione, e quelli che nel 2002 hanno perso mercato, come ad esempio la carta da imballaggio, hanno sofferto per il generale calo dei consumi più che per una crisi strutturale.

Da quanto emerso dagli incontri del Gec, la crisi può

essere affrontata solo puntando sull'innovazione.

Svariati, infine, gli eventi che hanno animato la manifestazione del capoluogo lombardo.

Accanto al convegno Ifra Italia sullo sviluppo del colore nei quotidiani e agli appuntamenti promossi da partner qualificati quali Comprint International, Assografici e Assoprod, sono state celebrate le assemblee generali di Assocarta e Assografici. Quest'ultima, oltre a presentare l'analisi congiunturale di settore e i primi dati relativi al 2003 (continuano le incertezze per il comparto grafico editoriale, mentre cresce con buona progressione il settore cartotecnico), ha eletto Marco Spada alla presidenza per il prossimo biennio.

A.B.

David Jarach

Marketing aeroportuale

Egea, Milano 2002, pp. VIII-172, euro 18,00

Il libro analizza in dettaglio le due aree d'affari dell'impresa-aeroporto: le attività *aviation-related* (assistenza degli aeromobili e imbarco dei passeggeri) e *non-aviation related* (attività extra-aeronautiche).

L'autore sottolinea soprattutto la necessità di aumentare in maniera significativa la seconda componente, seguendo il paradigma gestionale dell'"aeroporto commerciale".

Gli aeroporti cominciano infatti a sviluppare soluzioni creative di marketing, dopo essere stati per decenni interpreti immobili e passivi nelle dinamiche del mercato. Questi aspetti sono approfonditi soprattutto rispetto al comparto aeroportuale italiano, tramite l'analisi di una serie di casi aziendali settoriali al fine di mostrare esempi di buona e cattiva gestione.

Nella parte conclusiva, il testo analizza l'influsso che gli attacchi terroristici dell'11 settembre 2001 hanno avuto sul settore aeroportuale, sia sul versante della sicurezza delle operazioni, sia sull'area commerciale e quindi sull'andamento dei ricavi dell'impresa-aeroporto.



Sergio Anselmi

Perfido Ottocento
Sedici piccole cronache

il Mulino, Bologna 2002
pp. 144, euro 10,00

Un altro volume di "storie" da Sergio Anselmi: l'autore racconta, con la disposizione del moralista, vicende di "piccoli uomini", intrecciandole alla storia dell'Ottocento italiano.

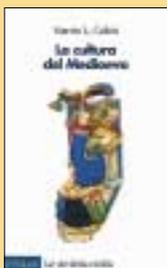


Marcia L. Colish

La cultura del Medioevo

il Mulino, Bologna 2001
pp. 608, euro 25,82

L'autrice mette in luce il patrimonio culturale trasmesso dal Medioevo alle epoche successive, rintracciando le radici della civiltà occidentale non nella tradizione classica, ma nel millennio 400-1400.



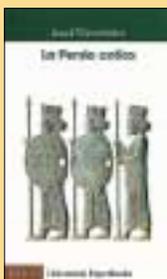
Un percorso nel pensiero occidentale che conduce il lettore da sant'Agostino fino ai grandi pensatori della Scolastica.

Josef Wiesehofer

La Persia antica

il Mulino, Bologna 2003
pp. 160, euro 9,50

Le quattro grandi fasi della storia persiana, fra il 550 a.C. e il 650 d.C., raccontate in un volume chiaro e dettagliato, in cui la storia, la società e la cultura della Persia antica sono rese anche attraverso fonti dirette.



Uno dei maggiori specialisti del settore illustra l'ascesa di un grande impero dell'Asia minore, e la sua sconfitta per mano degli islamici.

Feria de Madrid rafforza la sua posizione come centro congressi internazionale

Feria de Madrid strengthens its position as a centre for international meetings

Il nuovo Centro Congressi Nord ha considerevolmente accresciuto la capacità del Centro Fieristico Juan Carlos I di ospitare ogni tipo di eventi e business meeting. Dopo la sua inaugurazione, lo scorso settembre, Ifema ha confermato lo status di sito di primaria importanza per lo svolgimento di incontri internazionali.

La grande estensione di questa nuova area lo rende uno dei più completi e versatili di Madrid, città in testa, insieme con Parigi e Londra, nel campo del turismo d'affari.

La Fiera di Madrid, il primo ente organizzatore di fiere in Spagna e uno dei più importanti in Europa, ha così rafforzato la sua offerta di spazi e servizi, come si evince dai 302 eventi – tra cui 9 congressi, 37 convention, 13 conferenze e 243 meeting di varia natura – che ha ospitato nel corso del 2002, 11 dei quali internazionali.

Tra gli eventi dello scorso anno: la seconda Conferenza mondiale sull'invecchiamento; il vertice Europa-America Latina-Caraibi (Nato); il congresso Fespa (Fiera int. della serigrafia e dell'immagine digitale); il terzo Congresso mondiale delle donne rurali.

Per il 2003 è stato programmato un intenso calendario di attività, compresi importanti eventi internazionali, come il 55° Congresso mondiale dell'Unione internazionale dei trasporti pubblici, in maggio; la Conferenza europea sulla energia eolica (Ewec), a giugno, e il decimo Congresso mondiale ed esposizione della Unione del trasporto intelligente nel mese di novembre.

Il Centro Congressi Nord

Quest'area di oltre 10.000 m² offre 20 locali ad alta versatilità

e una hall di oltre 540 m², capace di ospitare 60 stand di 9 m² ciascuno.

La caratteristica più utile di queste sale è la loro capacità di prestarsi a una varietà di situazioni. Al primo piano, per esempio, le sei sale più ampie si possono unire per ospitare fino a 2150 persone. I due locali più ampi (555 posti) insieme costituiscono l'Auditorium Nord che può accogliere fino a 1110 visitatori, grazie a un sistema unico di poltrone telescopiche ad abbattimento automatico. Il secondo piano offre due sale, ognuna di 300 m², e due ampie terrazze all'aperto di 545 m², concepite per l'organizzazione di eventi speciali.

Il Centro Congressi Nord offre inoltre tutte le attrezzature necessarie per la gestione di ogni tipo di esposizione e di evento, ad esempio montacarichi e ascensori per auto, e due hall con servizio ristoro per 400 persone. Su tutto svetta la spettacolare Hall di Porta Nord di 2500 m² dove possono essere installati fino a 100 punti di registrazione.

Il Centro Congressi Sud

Fiera di Madrid è inoltre in grado di offrire un'ampia serie di sale (17 in tutto) alla Porta Sud, vicino alla fermata della metropolitana che collega con l'aeroporto internazionale Barajas e col centro città. Anche queste sale sono caratterizzate da una notevole versatilità che le rende in grado di accogliere gruppi da 50 a 100 persone.

L'Auditorium di Porta Sud, in funzione sin da quando fu inaugurato nel 1991

il Centro Fieristico Juan Carlos I, può ospitare fino a 600 persone ed è dotato delle più moderne attrezzature ed equipaggiamenti. La hall di questo Auditorium è ideale per l'organizzazione di cocktail-party e coffee-break, e permette ai meeting di procedere nel modo più rilassato.

Servizi di ristoro

Tutti i congressi e i meeting organizzati alla Fiera di Madrid hanno a disposizione un servizio ristoro di alta qualità, gestito da otto società certificate dall'Ifema. I visitatori possono gustare di tutto, da un piccolo snack fino al più sofisticato menù, in uno dei cinque ristoranti e dei numerosi bar, buffet e fast-food disseminati nell'area fieristica.

Uno staff altamente qualificato e 3000 m² di cucine attrezzate rendono possibile offrire cocktail-party e banchetti per un numero di persone variabile tra 15 e 15.000.

Grazie a queste dotazioni complesse e moderne, Fiera di Madrid si conferma come uno dei più efficienti centri congressi in Europa, aiutando la capitale spagnola a consolidare il ruolo guida come destinazione per il turismo d'affari, seconda solo a Londra a quanto affermano i dati dell'Icca, Associazione internazionale dei congressi e delle convention.





The new North Conventions Area, measuring 10,000 square metres, has considerably increased the capacity of the Juan Carlos I Exhibition Centre to cater for all kinds of business events and meetings.

Following the opening of the North Conventions Centre last September 2002, Ifema has confirmed its status as one of the largest venues for staging international meetings. The large extension of this new area makes it one of the most complete and versatile in Madrid, a city that leads the world alongside Paris and London in terms of business tourism.

Feria de Madrid, the leading Spanish fair organizer and one of the most important in Europe, has thus strengthened its range of areas and services as a Conventions Centre, as reflected by the 302 events - including 9 congresses, 37 conventions, 13 conferences and another 243 meetings of varying nature - that the organization hosted in the year 2002, eleven of which international.

Among the last year events, we might mention the following: the Second World Aging Assembly, the European-Latin American-Caribbean Summit (Nato), The Fespa Congress and Exhibition, and the 3rd World Congress of Rural Women.

In the year 2003 has been planned an intense programme of activities, including a number of important international events, such as the 55th World Congress of the International Public Transport Union, due to take place in May; the European Wind Energy Conference (Ewrc), in June, and the 10th World Congress and Exhibition of the Intelligent Transport Union, planned in November.

North Convention Centre

This area, measuring 10,000 square metres, features 20 highly-versatile rooms and an entrance-hall measuring some

540 square metres, capable of accommodating 60 stands measuring 9 square metres each.

The most useful characteristic of these rooms is the multiple possibilities they present. On the first floor, for example, the six largest rooms can be joined together to cater for some 2,150 persons. The two largest rooms (555 persons) together make up the North Auditorium and cater for some 1,110 persons, thanks to a unique system of automatically collapsible telescopic seating. The second floor offers two rooms, each measuring 300 square metres, and two large open-air terraces measuring 545 square metres, conceived for the staging of special events.

The North Conventions Centre features all the necessary facilities, such as goods lifts and car-lifts, for all kinds of exhibitions and shows. Furthermore, the Centre has two halls with catering facilities for 400 persons. What is more, the spectacular North Gate Hall offers an area measuring some 2,500 square metres, where up to 100 registration posts can be set up.

South Convention Centre

In addition, FERIA DE MADRID is able to offer an extensive range of rooms (17 in all) at the South Gate, close to the Underground that links the fairground with Barajas International Airport and city-centre. These rooms are also characterized by their considerable versatility to cater for groups ranging from 50 up to 200 persons.

The South Gate Auditorium, operating since the Juan Carlos I Exhibition Centre was opened back in 1991, has a capacity for 600 persons and a modern range of equipment and facilities.

The entrance-hall to this Auditorium is ideal for organizing cocktail parties and coffee-breaks, so that meetings can continue in a relaxed manner.

Catering services

All the congresses and meetings organized at FERIA DE MADRID have a high-quality catering service at their disposal, provided by eight companies certified by Ifema. Visitors can enjoy anything ranging from a simple snack to the most sophisticated menu at the five restaurants and numerous cafes, buffets and fast-food located in

the fairground. A qualified staff and 3,000 square metres of kitchen facilities make it possible to offer cocktail parties and banquets for any number between 15 and 15,000 diners.

These extensive and modern facilities confirm the status of FERIA DE MADRID as one of the largest congress centres in Europe, helping to consolidate the Spanish capital's role as the second most important destination in the world for business tourism, behind London, according to figures provided by the Icca, International Congress and Conventions Association.

Fitness, Madrid: cresce in Spagna l'interesse per le attività ginniche

L'edizione 2004 del Salone della ginnastica e delle installazioni sportive è in programma dal 2 al 4 aprile

Dall'11 al 13 aprile si è svolta a Fiera di Madrid la 7^a edizione di Fitness, fiera leader in Spagna per le attività ginniche, fitness e aerobica. La manifestazione è in crescita, in linea con l'interesse che tali pratiche sportive riscuotono in Spagna; per questo motivo gli organizzatori avevano deciso di spostare Fitness al padiglione 4, un'area di 7000 m², il 40% in più rispetto allo scorso anno.

Crescita anche dei visitatori, oltre 13.000, di cui 7.930 professionisti di settore, e di espositori, passati a 123 (78 nel 2002), con una presenza sempre maggiore di imprese estere.

I settori che hanno registrato l'incremento più significativo sono quelli dei macchinari, della dietetica e nutrizione, e dell'abbigliamento sportivo.

Ma a Fitness trovano spazio anche settori dedicati alle saune, alle piscine e alle terme, e inoltre all'estetica, alla riabilitazione e all'allenamento.

Oltre alla parte espositiva, i professionisti e gli amanti degli sport hanno potuto fruire di un fitto programma di attività collaterali, dalle esibizioni ai seminari, alle lezioni impartite da professori della Federazione Madrilenas delle Attività Ginniche.

Nel corso di Fitness si sono svolti anche il 6^o Congresso degli Imprenditori delle Installazioni Sportive, i Campionati di Culturismo e le semifinali della Lega Aerobica delle Palestre.

L'8^a edizione della manifestazione è in programma dal 2 al 4 aprile 2004.

Secundo gli organizzatori, l'edizione di quest'anno della Eibtm è la più efficace che si sia mai tenuta per il settore mondiale degli incontri e incentivi, con un rapporto di 1,54 espositori per ogni compratore ospitato (1,74 lo scorso anno). Tra il 24 aprile e il fine settimana precedente l'Eibtm sono stati fissati circa 14.000 appuntamenti in linea, e la tendenza è verso incontri d'affari uno a uno e verso meno incontri di gruppo.

Debbie Jackson, direttrice della Eibtm, e responsabile del crescente portafoglio di eventi mondiali e regionali della Reed Travel Exhibition per il settore degli incontri e degli incentivi, ha detto che la quantità di affari trattati è stata "imponente e fenomenale."

"I nostri espositori continuamente ci dicono che l'aspetto più importante della loro partecipazione alla Eibtm è la qualità dei contatti. Essi inoltre desiderano incontrare nuovi compratori ospitati, che possono portare nuovi clienti e nuovi mercati."

Il 66% dei 2125 compratori ospitati che hanno visitato la Eibtm nei primi due giorni non avevano partecipato l'anno scorso, e la metà dei 124 compratori di associazioni in visita martedì e mercoledì non erano stati ospitati dall'Eibtm nel 2002.

Il risultato complessivo della Eibtm, ha detto Jackson, è stato sottolineato dal fatto che durante i due primi giorni il numero dei compratori ospitati comprendeva: 455 dal Regno Unito, 421 dalla Germania; 216 dalla Francia; 150 Italia; 116 Belgio; 105 Paesi Bassi; 75 Spagna; 69 Svezia, 48 Stati Uniti; 32 Brasile, 34 Ungheria e 25 Russia.

Oltre il 60% dei compratori ospitati nei due giorni aveva una autorizzazione di acquisto di oltre 500.000 dollari Usa.



A livelli record l'efficacia per gli affari della Eibtm 2003

Business effectiveness of Eibtm 2003 reaches an all-time high

Tom Nutley, presidente Reed Travel Exhibitions, ha detto che il generale rallentamento economico, la concorrenza e altri problemi che incombono sul settore, come guerra, terrorismo e Sars, hanno indotto gli espositori a inviare 3048 persone addette agli stand, con un calo di 2000 rispetto all'anno scorso. Egli ha confermato che sono stati presenti 1850 espositori da 100 paesi, occupando circa 10.000 m² di spazio espositivo al Palexpo Ginevra.

"La qualità degli affari è stata molto elevata e l'evento ha superato le aspettative della maggior parte degli espositori", ha aggiunto Nutley. "Sono inoltre felice dell'enorme impegno da parte degli espositori di quest'anno, e di altre imprese e organizzazioni, a partecipare all'Eibtm 2004 di Barcellona, dal 30 novembre al 2 dicembre. La combinazione di una nuova, emozionante, destinazione, e di un periodo in cui i compratori del settore sono meno impegnati, è molto attraente.

"Barcellona 2004 è l'inizio di una nuova era per il settore nel suo complesso e per l'Eibtm. Non è solo il mio punto di vista, ma l'opinione praticamente di ogni persona del settore con cui abbiamo parlato viso a viso o tramite una ricerca indipendente."

Wolf Steinbach della Pro Sky Airbroker di Colonia, ha confermato che l'impegno della Reed per affari di qualità superiore ha premiato. "Abbiamo visto numerosi compratori internazionali che non ci avevano visitati all'Imex e la qualità è molto alta."

According to the organizers, this year's Eibtm is the most effective ever held for the global meetings and incentive industry, with a ratio of 1.54 exhibitors to every hosted buyer (1.74 last year). Nearly 14,000 online appointments were made between 24 April and the weekend before Eibtm opened its doors and the trend is to more one-to-one business meetings and less group appointments.

Debbie Jackson, Eibtm's Exhibition Director, responsible for Reed Travel Exhibition's growing portfolio of global and regional business events for the meetings and incentive industry, said that the amount of serious business conducted had been "impressive and phenomenal".

"Our exhibitors continually tell us that the most important aspect of their participation at Eibtm is quality contacts. They also want to meet new hosted buyers who can bring them fresh clients and new markets."

A total of 66% of the 2,125 Hosted Buyers visiting Eibtm during the first two days had not been hosted last year; and half of the 124 association buyers visiting on the Tuesday and Wednesday had not been hosted by Eibtm in 2002.

The global reach of Eibtm, said Ms. Jackson, has been underlined by the fact that during the first two days alone, the number of Hosted Buyers included: 455 from the UK, 421 Germany; 216 France; 150

Italy; 116 Belgium; 105 Netherlands; 75, Spain; 69 Sweden, 48 United States; 32 Brazil, 34 Hungary and 25 Russia.

More than 60% of Hosted Buyers visiting during the two days had purchasing authority of more than \$500,000.

Tom Nutley, Chairman of Reed Travel Exhibitions said that the global economic downturn, competition and other issues facing the industry such as conflict, terrorism and Sars had led to exhibitors sending 3,048 stand personnel, a drop of 2,000 compared to previous years. He confirmed that 1,850 exhibitors from 100 countries were present covering nearly 10,000 square metres of exhibition space at Geneva Palexpo.

"The quality of business has been extremely high with the event exceeding the majority of exhibitor's expectations", added Mr. Nutley. "I am also delighted at the huge commitment from this year's exhibitors and other companies and organizations to participate at Eibtm 2004 in Barcelona between 30 November and 2 December. The combination of a new, exciting destination at a time when industry buyers are known to be least busy is very compelling.

"Barcelona 2004 is the start of a new era for the global industry and Eibtm. That's not just my view - but the opinion of virtually everyone in the international industry that we have talked to face to face or via independent research."

German exhibitor, Wolf Steinbach of Pro Sky Airbroker in Cologne confirmed that Reed Travel Exhibitions bid for greater quality business had paid off. He said:

"We've seen a lot of international buyers who did not visit us at Imex and the quality is very high."



Il Centro Congressi Torino Incontra è uno strumento d'importanza strategica per una città come Torino, alla ricerca di nuove opportunità di mercato. Al direttore Guido Bolatto, che è anche segretario generale della Camera di commercio torinese, chiediamo di illustrarci il ruolo del Centro.

Dottor Bolatto, la storia di Torino Incontra è ricca di risultati che fanno bene sperare per le grandi sfide del futuro, o no?

Il Centro è un'Azienda Speciale della Camera di Commercio, con autonomia gestionale per fare promozione e sviluppo del territorio dell'intera provincia di Torino.

Torino Incontra non solo affitta sale come fanno tutti i Centri Congressi, ma ha anche la funzione di promuovere attività congressuali, con eventi propri o organizzati da altri. Quest'anno, tra gli eventi nostri, abbiamo un ciclo sui grandi architetti che stanno operando per la trasformazione della città, quindi sulle grandi opere, dal passante ferroviario alle stazioni, al Palazzo della Regione, ...

Abbiamo anche questa funzione, culturale, di far pensare, di far ragionare sulla città, sulla sua evoluzione. Un altro incontro che si svolgerà nelle nostre sale è relativo all'eredità olimpica, a ciò che resterà dopo le Olimpiadi del 2006 alla città. Altri appuntamenti sono il ciclo sul cinema, il ciclo sulla diagnostica per immagini e quindi sulle nuove frontiere dell'utilizzo di strumenti biomedicali. Come vede, spaziamo nei vari campi dello scibile umano.

Collaboriamo col Convention Bureau, insieme alla Camera di Commercio, che è socio fondatore, per la promozione congressuale. Partecipiamo alle fiere più importanti, per acquisire congressi di tipo internazionale. Siamo stati anche alla nuova Imex di Francoforte, che è stata un successo.

Nei congressi Torino va bene?

"Come mostrano i dati dell'Osservatorio Congressuale Italiano, nel 2002, un anno di calo complessivo (in Italia attorno al 19% del fatturato e al 20% delle presenze), la città ha tenuto le posizioni rispetto all'anno prece-



Guido Bolatto

Torino Incontra

Nostra intervista a Guido Bolatto, direttore del Centro Congressi Torino Incontra e segretario generale della Camera di Commercio di Torino

di Giovanni Paparo

dente. Quindi, direi, un risultato molto incoraggiante.

Secondo me Torino è ancora poco conosciuta, e molti sono attratti dal fatto di visitare una città 'nuova', che si sta riqualificando turisticamente verso un turismo di élite: col Museo Egizio, ad esempio, ma anche col mangiar bene, le pasticcerie, i locali storici... e questo è un turismo che si abbina bene al congressuale, soprattutto di livello medio-alto.

Come strutture congressuali in senso stretto, siamo ben dotati.

Il nostro Centro Congressi è adatto a ospitare congressi e conferenze di alto livello. Inoltre stiamo ristrutturando l'attigua Borsa Valori, una grande opera dell'architettura moderna, realizzata da Gabetti, Isola e Raineri (con la più grande sala senza colonne nel centro città, circa 1300 m² coperti) sarà adatta a ospitare convention anche abbastanza grandi.

Certo il nostro Centro Congressi non è confrontabile col Lingotto Congressi: la sua sala più grande ospita 2000 persone, la nostra 350. Il Centro Congressi del Lingotto è collegato alla parte fieristica, e l'area sarà ulteriormente potenziata con la realizzazione dell'Oval, uno degli impianti delle Olimpiadi che sarà riconvertito a zona fieristica. E poi l'auditorium di Renzo Piano come bellezza e come realizzazione tecnica, è sicuramente unico.

Però il nostro Centro ha il vantaggio di essere posizionato in centro città, a due passi dal Museo di Storia naturale e dall'Egizio, da piazza Castello e da Palazzo Reale, vicino allo shopping e alla vita serale, con numerosi alberghi in zona. Davanti al Palazzo della Borsa, è in costruzione un par-

cheggio coperto di circa 700 posti auto collegato direttamente con un tunnel al nostro Centro Congressi

Sulla terza struttura, Torino Esposizioni, il problema è capire che cosa si farà dopo le Olimpiadi del 2006 di quegli impianti; restano inoltre i problemi della proprietà e del settore fieristico e del settore congressuale del Lingotto.

A parte i problemi contingenti, la prospettiva sembra comunque incoraggiante?

Credo che Torino avrà delle buone carte da giocare dopo il 2006. Per il momento, i cantieri che punteggiano la città creano problemi, ma alla fine avremo infrastrutture di prim'ordine.

Quanto alle strutture alberghiere, da qui al 2006 saremo dotati in maniera più che sufficiente, colmando quel gap che influenza anche il congressuale: avremo diversi hotel a 5 stelle, ma tutto il sistema sarà potenziato, anche negli alber-

ghi a 3 stelle, quelli tipici per le fasce intermedie.

Stiamo lavorando col Torino Convention Bureau e il Centro Congressi del Lingotto ad un programma di promozione per i prossimi anni che veda la presentazione di un'offerta congressuale ampia, aggregata e differenziata. Il mercato è battagliato, la concorrenza durissima: tutti han capito che questo è un turismo ricco, abbiamo una città che offre molto, compresa la collina e i dintorni.

Una città che vuole giocare un ruolo nel terziario, in particolare nel turismo e nei congressi, deve essere ben accessibile.

L'aeroporto di Caselle verrà potenziato per le Olimpiadi, di voli ne ha già un certo numero, e abbiamo l'hub di Malpensa a poco più di un'ora di macchina. Il vero nodo sono i collegamenti terrestri, le ferrovie: è fondamentale che l'alta velocità non si fermi a Torino, ma prosegua verso Lione, perché la nostra città sia in collegamento con l'Europa, il nord e il sud, perché la linea proseguirà su Barcellona e Lisbona.

Quello sarà il nodo fondamentale per aprire non solo Torino ma l'Italia verso l'Europa.

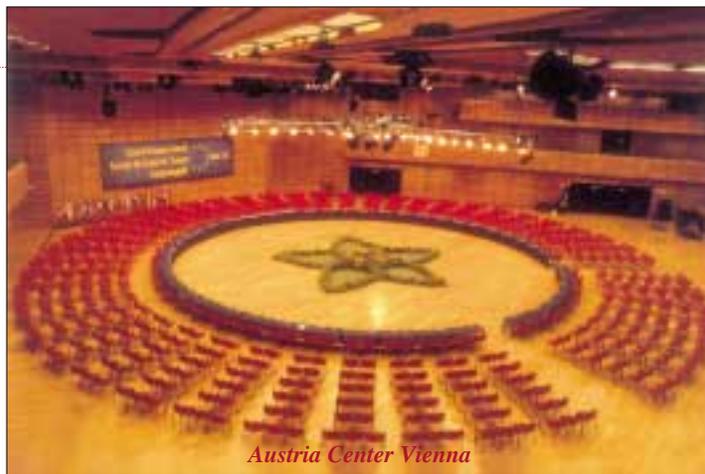
Aipc, Iapco: collaborazione la base per una buona sicurezza degli eventi

Aipc, Iapco: cooperation the basis for good event security

Un'accurata pianificazione, un approccio di squadra e un coordinamento attento: questi gli elementi chiave per lo sviluppo di una politica di sicurezza nell'ambito degli eventi fieristici e congressuali. A sottolinearlo è stato un gruppo di esperti di prim'ordine intervenuti all'Imex di Francoforte, sotto l'egida dell'Aipc (Association internationale des palais de congrès) e della Iapco (International

Association of professional Conference Organizers). Gli esperti, che presentavano i risultati della ricerca al seminario "La cooperazione come soluzione per la sicurezza degli eventi", hanno esplorato i modi in cui i centri congressuali e gli organizzatori (Pco) dovrebbero e potrebbero collaborare nello sviluppo delle misure di sicurezza.

Steve Piper, capo delle sedi espositive per il Brighton City



Council, ha sottolineato l'importanza di un processo di pianificazione della sicurezza ben definito. Allo stesso modo, ha chiarito l'importanza di uno scrupoloso coordinamento e la necessità che tali misure di sicurezza vengano comprese e seguite. "Il problema sicurezza non si limita alla sede espositiva. Altre componenti, quali gli alberghi, possono rappresentare facili obiettivi, e sia gli addetti alla sicurezza che i delegati devono ricordare che la sicurezza non è solo il tema di una riunione."

Philippe Mahuas, capo delle operazioni all'Hilton Prague, ha concordato con l'idea di un approccio coordinato e sottolineato l'importanza di una buona e onesta comunicazione tra tutti i membri. "Questo tipo di comunicazione è l'unico modo di definire in modo chiaro il ruolo di ciascun componente della sicurezza ed evitare confusione".

Dopo aver premesso che "un'appropriata pianificazione evita pessime prestazioni", Mahuas ha dichiarato che il programma di sicurezza deve basarsi su una ricognizione di quelle che sono le diverse necessità dei vari eventi. "I vertici tra i governi sono quelli che più necessitano di tale ricognizione, a causa delle diverse richieste che ogni partecipante ha riguardo alla sicurezza e che devono essere integrate nello stesso piano."

Jim Papineau, del Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, ha affermato che le nuove misure coordinate hanno accresciuto il livello di sicurezza.

In più ha sottolineato l'importanza di un approccio più ampio che estenda le misure di sicurezza non solo alle sedi espositive e agli alberghi ad essa collegati, ma anche ai punti di entrata del paese. Singapore controlla ad oggi il 100% dei bagagli in entrata con un sistema a raggi x, mentre sono aumentati i controlli all'aeroporto, le perquisizioni e il monitoraggio della costa.

In qualità di co-proprietario dell'Aims international, una società che si occupa di ospitalità

manageriale, con sedi a Vienna, Budapest, Praga, Bruxelles e in Portogallo, Rainer Kostka vede maggiore interesse e attenzione in merito alla sicurezza. "Fino a poco tempo fa, le uniche ad avere a cuore il problema della sicurezza erano le organizzazioni governative. La questione invece era vissuta in maniera meno problematica."

La soluzione secondo Kostka potrebbe essere quella di un doppio livello di approccio, l'accertamento del rischio seguito dalla gestione del rischio. L'accertamento delle componenti di rischio richiede un'attenta analisi di un certo numero di fattori, quali la sede espositiva, il settore interessato dall'evento, lo storico della violenza e l'identificazione di possibili gruppi di protesta. Per far ciò, conclude Kostka si deve ricorrere a svariate fonti, come i media, la polizia e l'internet.

Il gruppo di esperti ha concluso che, per raggiungere un soddisfacente livello di sicurezza, non si può prescindere da un'accurata pianificazione e da un attento coordinamento e che le sedi espositive e il Pco devono avere un ruolo centrale.

Perché ciò avvenga, assicurano, è necessario che alla base del piano di sicurezza vi sia uno scrupoloso lavoro di accertamento dei fattori di rischio.

Advance planning, a team approach and careful coordination were identified as key elements in the development of a solid event security program by a blue-ribbon panel convened at Imex in Frankfurt, under the auspices of Aipc (the International Association of Congress Centres) and Iapco (the International Association of professional Conference Organizers). The panelists, who presented their findings in the seminar "Cooperative Solutions to Event

Security", were exploring ways in which congress centres and Pco's could collaborate in the development of security measures.

Panelist Steve Piper, Head of Venues for Brighton City Council, stressed the importance of taking the broadest possible view of those who should be included in the security planning process. At the same time, he acknowledged that this in turn created a need for careful coordination in order to ensure all security measures were clearly understood and followed. "Security doesn't stop at the event venue. Other components of the event such as hotels may represent a softer target than the primary venue, and both security planners and delegates need to remember that security isn't just an issue during sessions".

Philippe Mahuas, Director of Operations at the Hilton Prague, agreed with the need for a team approach and stressed the importance of good, honest communications amongst all members. "This kind of communications was the only way to clearly define the role of each security component and avoid confusion", he said.

On the premise that "Proper Planning Prevents Poor Performance", Mahuas stated that security planning has to be based on a recognition of the different needs of different event types. "Governmental meetings are potentially the most demanding, as various levels of government and participating countries may each have very different approaches that need to be integrated into a single plan", he said. "Each participant must understand and respect the needs of others, or there is the potential for chaos".

Jim Papineau of Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre stated that new coordinated measures

have enhanced security even further.

He also stressed the importance of a broad approach to implementing security measures, including not only the event venue and associated hotels but even points of entry. Singapore now has 100% screening of all checked luggage along with X-ray screening and physical checks and increased vehicle controls at Changi Airport, while even coastal security patrols and searching of cargo has been stepped up.

As Co-owner of Aims international, a hospitality management company with offices in Vienna, Budapest, Prague, Brussels and Portugal, Rainer Kostka has seen distinct changes in security concerns and expectations over the past few years. "Until recently, governmental organizations were the ones with the greatest needs, along with corporations whose issues were more related to competition concerns," he said. "Security was a much less important issue amongst trade and professional associations, which means that most such groups don't even know exactly what their needs are, and are concerned that security measures not be disruptive to delegates".

The solution, says Kostka, is for a two-level approach of Risk Assessment followed by Risk Management. The Risk Assessment component requires a good analysis of a number of risk factors, including venue, event content, history of violence or disruption and the identification of groups who may want to protest. There are many sources of information to assist in this assessment, says Kostka, including media, police and even the Internet.

The panel concluded by agreeing that planning and coordination were the greatest need in developing security measures and that venues and Pco's should take a central role in the process. They also agreed that good risk assessment was fundamental to the planning process, and that such assessment benefits from the broadest possible input from all those involved with an event.



Nell'offerta Invernizzi: fiere leader di settore e nuovi promettenti mercati

di Giampaolo Squarcina

La situazione economica mondiale è senza dubbio difficile: il terrorismo, la guerra e da ultimo fenomeni come la Sars hanno inciso su un quadro che presentava già segni di crisi, aggiungendo timori e incertezze sulle prospettive presenti e future. In Italia, complice anche il rafforzamento dell'euro sulla valuta statunitense, le esportazioni sono in calo, come i consumi.

In momenti simili, gli imprenditori più avveduti non si scoraggiano, ma si muovono con lungimiranza, facendo nuovi investimenti e, spesso preparando così le vie d'uscita per sé stessi e gli altri. È il caso della Invernizzi International Sales Srl.

“A causa della Sars – spiega Nuccia Invernizzi, alla guida dell'azienda da 10 anni – nel 2003 molte fiere in Cina sono state cancellate o fatte slittare, con un danno notevole per chi, come noi, opera da anni nell'area. Fortunatamente da tempo avevo puntato anche su aree alternative, in particolare Russia e paesi collegati. Una scelta che si è rivelata vincente: grazie a queste nuove acquisizioni riusciamo a mantenere il fatturato.”

Ed ecco che la capacità d'iniziativa della Invernizzi si riversa a vantaggio dei propri clienti,

con valide alternative e nuovi sbocchi per le aziende italiane che hanno necessità di esportare.

Una gamma completa di servizi

Grazie ai molti anni di esperienza e a una squadra affiatata di otto persone, l'azienda fornisce assistenza completa alle imprese che intendono partecipare a fiere internazionali leader nei rispettivi settori, quali l'edilizia, le costruzioni, la decorazione d'interni, l'arredo bagno, cucina e sanitari, il legno e i mobili, la sicurezza e l'antinfortunistica, le macchine utensili, l'automazione industriale e meccanica, l'hôtellerie e la ristorazione, le macchine per imballaggio e lavorazione alimentare.

La Invernizzi rappresenta infatti in Italia alcuni tra i maggiori organizzatori di fiere mondiali (Reed Exhibitions, Ite, Cmp United Business Media), e il suo lavoro non si limita alla semplice vendita di spazi espositivi, ma comprende una serie di servizi che permette alle imprese clienti di ottimizzare l'investimento affrontato, per esempio: ricerche di mercato preparatorie alla partecipazione fieristica, organizzazione d'incontri con operatori e stampa, campagne pubblicitarie sulle principali riviste del settore interessato, invio di biglietti

invito per visitatori a una mailing list costantemente aggiornata, stipula di accordi e convenzioni con tour operator e spedizionieri per offrire condizioni agevolate agli espositori.

L'ufficio lavora a stretto contatto con Ice, Associazioni di categoria, Camere di Commercio e altri Enti.

Tra le fiere rappresentate che costituiscono il riferimento mondiale nel rispettivo settore possiamo citare: il *Batimat* a Parigi (prossima edizione: 3-8 novembre 2003), la più importante fiera esistente sulle costruzioni e, sempre a Parigi, *Interclima* (3-6 febbraio 2004), *Idéobain* (4-9 febbraio 2004) e *Equip' Baie*, dedicata alla carpenteria metallica (16-19 novembre 2004).

Negli Stati Uniti Invernizzi rappresenta *K-Bis*, fiera del settore cucina e bagno (2-4 aprile 2004). Per quanto riguarda le fiere organizzate nell'est europeo, un'area in sviluppo che presenta innumerevoli potenzialità da sfruttare, Invernizzi cura la rappresentanza della *Russia Building Week*, la *Settimana dell'Edilizia Russa*, che si tiene a Mosca annualmente (prossima edizione: 6-9 aprile 2004), di *Windows & Doors* sempre a Mosca, (5-8 aprile 2004) e di *Batimat San Pietroburgo* (10-13 settembre 2003).

Completano il quadro delle fiere rappresentate nell'area *BakuBuild*, nella capitale dell'Azerbaijan (24-26 settembre 2003) e *Uzbuild* a Tashkent in Uzbekistan (2-4 marzo 2004).

L'opportunità Marocco

Invernizzi è attiva anche in Africa settentrionale, rappresentando in Marocco il *Sipam* di Casablanca, salone dedicato all'edilizia, che si terrà nel gennaio 2004. Il Marocco è un altro paese da tenere d'occhio dal momento che ha sottoscritto un accordo con l'Unione Europea, entrato in vigore nel marzo 2000, che sancisce l'abbattimento dei dazi doganali creando di fatto un'area di libero scambio di beni, capitali e servizi in entrambe le direzioni.

L'accordo sancisce l'esenzione totale dai dazi doganali sugli impianti industriali importati, e una riduzione annuale del 25% su prodotti fabbricati localmente, quali materie prime e pezzi di ricambio, il che significa esenzione totale anche per questi beni a partire dal 1 marzo 2005. I dazi sulle merci prodotte localmente, invece, godono già dal 1 marzo 2003 di un abbattimento del 10%.

Il Marocco è un Paese in via di sviluppo, con buone prospettive economiche in quanto basa il suo approvvigionamento energetico futuro sulla recente scoperta di considerevoli giacimenti petroliferi, oltre a presentare innovazioni politiche che permetteranno un rapido ammodernamento del Paese.

Sarà una nuova felice intuizione della Invernizzi, puntare sul Marocco? Non ne dubitiamo. Oltre ai mercati tradizionalmente favorevoli come gli Stati Uniti e quelli che tirano come la Russia e, nonostante tutto, la Cina, si sta probabilmente aprendo un altro fronte di successo per le imprese italiane che intendano proporsi all'estero attraverso le fiere rappresentate da Invernizzi.

Per saperne di più:

tel. 02 5740 3340

www.nucciainvernizzi.it



FIERE DI REGGIO EMILIA

FIERE-CONGRESSI-EVENTI



www.fierereggioemilia.it • E-mail: info@fierereggioemilia.it

Il Centro Esposizioni di Reggio Emilia è una moderna struttura, funzionale ed accogliente, al servizio della città e del territorio per eventi di alta specializzazione e di forte impatto promozionale.

Il Centro Congressi dispone di salette e aule di diversa capienza fino a 40 posti attrezzate con i più aggiornati strumenti didattici e sale convegni per 200 e 400 persone predisposte per la traduzione simultanea.

Un complesso funzionale ed accogliente in grado di ospitare corsi, seminari, convegni e riunioni.

COLLEGAMENTI E VIE D'ACCESSO

Autostrada:

A1 Milano-Bologna uscita Reggio Emilia (800 mt)

Ferrovia: Stazione di Reggio Emilia (5 km)

CARATTERISTICHE TECNICHE

Area complessiva: mq. 105.000

Area espositiva coperta: mq. 18.000

Area espositiva scoperta: mq. 25.000

Numero dei padiglioni: 3

Servizi tecnici nei padiglioni:

Acqua - Energia elettrica - Telefono

Ampi parcheggi esterni

S.I.P.E.R. - Fiere di Reggio Emilia s.r.l.

Via Filangieri, 15 - 42100 Reggio Emilia - Telefono 0522 503511 - Fax 0522 503555

Un alto numero di aziende conferma la partecipazione

all'Esposizione internazionale della piscina di Barcellona.

Ad alcuni mesi dall'evento, gli organizzatori della 6ª edizione della manifestazione hanno dichiarato che molti espositori esteri, principalmente francesi, italiani e statunitensi, hanno già prenotato lo stand per l'edizione che avrà luogo dal 15 al 18 ottobre. Tra i partecipanti figurano le più importanti aziende internazionali del settore.



L'Esposizione internazionale della piscina è organizzata da Fira de Barcelona ed è uno dei maggiori eventi dell'ente fieristico catalano. Il programma della manifestazione prevede l'8ª edizione del Water Activities and Sports Management Congress, organizzato in collaborazione con Seae. Una delle maggiori novità di questa 6ª edizione sarà l'area dinamica per le dimostrazioni, in cui i visitatori potranno testare e confrontare i diversi materiali, prodotti ed equipaggiamenti.

High number of companies confirm their participation in the swimming pool international exhibition in Barcelona.

With some months to go before the event, the organisers of the sixth edition of the event have indicated that a high number of foreign exhibitors, mainly from France, Italy and the United States, have already booked their stand for the edition which is being staged from the 15th to the 18th of October. The most prestigious international swimming pool and equipment manufacturers are among the participating companies.

The International Swimming Pool Exhibition is organised by Fira de Barcelona and is one of the most international events staged by the trade show entity. The activities program includes the 8th Water Activities and Sports Management Congress, organised in collaboration with Seae.

One of the new features of this this Exhibition is a dynamic area for demonstrations, in which visitors will have the opportunity to try out and compare materials, products and equipment.

Heavent 2003, oltre 14.000 m² di area espositiva

dedicati ai professionisti delle fiere. Il Salone europeo delle sedi espositive, servizi e fornitori si terrà all'Ippodromo di Longchamp, a Parigi, dal 18 al 20 novembre. Con oltre il 90% degli stand già assegnati, Heavent 2003 coprirà quest'anno un'area di oltre 14.000 m² (12.000 nel 2002).



Lo scorso anno Heavent ha ricevuto 9100 visitatori professionali e 270 espositori. Per l'edizione 2003 sono attesi oltre 10.000 visitatori e 300 espositori.

Heavent 2003, over 14.000 m2 of exhibition space dedicated to events professionals. *The European Exhibition for Events Venues, Services and Suppliers will be staged from the 18th to the 20th of November at Longchamp racecourse, in Paris. With over 90% of its stands already sold, Heavent will cover this year over 14,000 m² (12,000 in 2002).*

Last year Heavent received 9,100 professional visitors and 270 exhibitors. Over 10,000 visitors and 300 exhibitors are expected for Heavent 2003.

Emap Communications incrementa il portafoglio

delle esposizioni con l'acquisto di Agor Sas, organizzatore di fiere indipendente leader nel mercato francese della distribuzione nei settori ingrosso, regali e articoli di importazione. Il centro francese di Emap integrerà le posizioni già stabilizzate in Gran Bretagna (Spring Fair e Autumn Fair a Birmingham) e in Germania (Stocklots, biennale, a Colonia e presto anche a Berlino).



Le due manifestazioni chiave di Agor, Distirama e Stockorama, sono fiere in rapida crescita, specializzate nei settori dei regali, tessile, casalinghi e giocattoli per il mercato all'ingrosso dei paesi francofoni. Le due fiere attirano ogni anno un totale di 26.000 visitatori, e si svolgono a gennaio, maggio e settembre, al Parc d'Expositions di Bourget a Parigi.

Derek Carter, capo esecutivo di Emap, ha dichiarato: "Questa acquisizione è pienamente in linea con la nostra strategia di crescita. L'affare è altamente remunerativo e darà guadagni fin dal primo anno, fornendoci un buon ritorno di capitale."

Emap Communications grows exhibitions portfolio with the acquisition of Agor Sas, the market leading independent exhibition business serving the domestic French retail sector in the volume, gifts and clearance goods markets. *The French focus of Agor will complement EC positions in the UK (Spring Fair and Autumn Fair Birmingham) and Germany (Stocklots, biannual event held in Cologne and soon to launch in Berlin).*

Agor's two key shows, Distirama and Stockorama, are fast-growing fairs specialising in gifts, textiles, household goods and toys for the French-speaking volume market. They attract a total of 26,000 visitors each year and are held in January, May and September, at Parc d'Expositions, le Bourget, Paris.

Derek Carter, Chief Executive of EC said: "This acquisition is fully in line with our strategy of growth through bolt-on acquisitions. The business is highly cash generative and will be earnings-enhancing from year one, giving us a good return on capital".

Tempi difficili per Orbit/Comdex 2003: a pochi

mesi dall'apertura dell'esposizione, prevista per il 24 settembre a Basilea (Messe Schweiz), le registrazioni di alcune delle più importanti compagnie dell'industria IT sono ancora in sospenso.

Fino ad ora, hanno confermato la loro registrazione 169 espositori, per un'area totale di 10.250 m². L'attuale livello delle registrazioni si situa ben al di sotto delle aspettative degli organizzatori, e tuttavia si tratta di un riflesso della drammatica situazione del settore IT in Svizzera. Nonostante le condizioni sfavorevoli, MCH Swiss Exhibition Ltd. ha ancora in programma di tenere l'Orbit/Comdex 2003 a Basilea dal 24 al 27 settembre.

Difficult times for Orbit/Comdex 2003: with a few months to go until the exhibition opens on 24 September (Basel, Mch), registrations from some renowned companies in the IT industry are still pending. *So far, 169 exhibitors have confirmed registrations for an area of 10,250 square metres.*

The current level of registrations lies clearly below the organizer's expectations, however, it does reflect the dramatic situation of the Swiss IT sector. Despite these unfavourable conditions, MCH Swiss Exhibition Ltd. still plans to hold Orbit/Comdex 2003 in Basel from 24 to 27 September.



Bruno Lurati

Come fa notare il direttore generale della società, Bruno Lurati, “il 2002 è stato un anno importante per Geneva Palexpo. Molti i cambiamenti, tante le novità per il futuro.”

Il volume d'affari relativi a fiere e congressi continua a crescere, in Europa e nel mondo, e Geneva Palexpo si sta preparando per competere con le più grandi capitali per garantirsi importanti eventi.

Nuovi strumenti operativi

Due nuclei operativi di supporto – marketing e tecnico –, un sistema analitico di controllo e valutazione, un pacchetto software aggiornato per il management: queste le nuove armi di Geneva Palexpo.

Il *nucleo marketing* ha il compito di promuovere la sede fieristica tra gli organizzatori professionali, e organizzare o creare nuovi saloni. Inoltre, fornisce ai clienti un'ampia gamma di servizi di supporto.

Il *nucleo tecnico* si occupa dello sviluppo concettuale e della consegna dei servizi come l'organizzazione degli stand, la sicurezza, le telecomunicazioni, l'impiantistica idraulica, la fornitura di energia elettrica e le strutture sopraelevate.

Per supportare una tale organizzazione, è stato introdotto un nuovo sistema di controllo analitico, che permette di monitorare attentamente i costi e i margini di profitto.

Congiuntamente all'implementazione dei nuclei operativi, Geneva Palexpo ha lanciato un progetto più ampio di ristrutturare il suo sistema informativo attraverso una nuova soluzione informatica integrata.

Dopo un'accurata ricerca, la scelta è caduta su EBMS (Event business management system) di USI, un prodotto che si è dimostrato in grado di far fronte a tutte le necessità di business del management.

Nuova immagine di marca

“In termini di marketing esterno”, continua Lurati, “l'ini-

Archiviato un buon 2002 Palexpo Ginevra guarda avanti After a good 2002 Geneva Palexpo looks ahead

ziativa più evidente è la creazione di una nuova immagine coordinata, che rappresenta l'attività e il ruolo delle tre fondazioni sotto il marchio di Geneva Palexpo: Palais des Expositions Foundation, Hall 6 Foundation e Orgexpo Foundation.”

Nuova struttura espositiva

Questo periodo ha visto inoltre il completamento della nuova Hall 6, nei tempi e nel budget previsti. La cerimonia ufficiale di apertura è avvenuta giovedì 6 febbraio 2003. 21,000 m² di spazio espositivo, costruiti sopra l'autostrada, portano la superficie totale di Geneva Palexpo a 111,000 m², per una sempre maggiore integrazione con l'aeroporto.

La nuova Hall 6 è stata impiegata la prima volta dal 6 al 16 marzo in occasione del 73° International Motor Show.

Nuovo evento Giardina Geneve

La Mch Messe Basel AG e Geneva Palexpo hanno concluso l'accordo per una nuova fiera: GiardinaGeneve, esposizione biennale che si terrà per la prima volta dal 25 al 28 marzo 2004.

As the General Manager of the group, Bruno Lurati, says, “2002 proved to be an important year for Geneva Palexpo. It has been full of change in preparation for the future.”

As the convention and exhibition industry continues to grow up in Europe and in the world, Geneva Palexpo finds itself com-

peting with the major capitals of the world to secure events.

New operating tools

Major projects were: the creation of profit centres and overall reorganisation, the creation of an analytical accounting system and the assessment, purchase and integration of a software package for management.

The marketing profit centre aims to sell the Geneva Palexpo venue to professional event planners and to organise or create new exhibition itself. It also offers clients a wide range of support services.

The technical one focuses on the concept development and delivery of services such as stand organisation, security, telecommunications, plumbing, power supply and overhead fixtures.

To support such an organisation, a new system of analytical accounting was introduced, to monitor the complete costs and contribution margins of profit.

Current with the implementa-

tion of its profit centres, Geneva Palexpo launched a major project designed to restructure its information system through an integrated IT solution.

Following a selection phase based on a set of detailed specifications, the choice went to the EBMS (Event business management system) from USI, a product able to cover all the management needs of the business.

New brand image

“The most visible development” says Lurati “was undoubtedly the creation of a new corporate identity, combining the activity of Palais des Expositions Foundation, Hall 6 Foundation and Orgexpo Foundation under the Geneva Palexpo brand name”.

New hall

This period saw the completion of Hall 6 on time and within budget. The official opening ceremony took place on Thursday 6 February. It provides 21,000 m² of exhibition space above the motorway (E62), and brings Geneva Palexpo's total surface area to 111,000 m² for a better integration with the airport.

Hall 6 has been put to use for the first time from 6 to 16 March for the 73rd International Motor Show.

New event GiardinaGeneve

MCH Messe Basel AG and Geneva Palexpo have signed a partnership for a new event: GiardinaGeneve, a biennial fair that will take place for the first time from 25 to 28 March 2004.



LE FIERE AL SERVIZIO DELL'INDUSTRIA

*per lo sviluppo dell'Economia e
per l'Internazionalizzazione
delle Imprese italiane*

*CFI - Comitato Fiere Industria
detiene da Confindustria la delega
esclusiva a gestire la politica confede-
rale in campo fieristico, delega che
assegna a CFI il compito di Agenzia
per le Fiere italiane, nell'ambito
dell'Area "Internazionalizzazione"
della Confederazione.*

*Obiettivo primario di CFI
è la valorizzazione del patrimonio
fieristico italiano, nella logica delle
strategie promozionali dei settori
industriali rappresentati per lo
sviluppo del processo di diffusione del
"Made in Italy" nel mondo e di
internazionalizzazione delle imprese.*

*CFI rappresenta 25 Enti e Associazioni
di Categoria che organizzano o
promuovono 66 eventi fieristici, di cui
54 con qualifica e livello internazio-
nale, con differenti cadenze temporali.
Aderiscono inoltre a CFI 9 Associazioni
degli Industriali nel cui ambito
territoriale operano i più importanti
Quartieri fieristici italiani.*

*CFI - Comitato Fiere Industria
Via Pantano 2 - 20122 Milano
Tel. 0272000281 - Fax 0272000241
www.cfionline.net - info@cfionline.net*

Marchi fieristici Associati CFI

AUTOMOTOR
BI-MU
BI-MU MEDITERRANEA
BO.MA.
CERSAIE
CIBUS
CIBUS DOLCE
CIBUS MED
CONVERFLEX EUROPE
COSMOPROF
EICMA BICI
EICMA MOTO
EIMA
EIMAGARDEN
EMO
EUROPOLIS
EXPOLOGISTICA
FASHION SHOE
FAST
GEC
GRAFITALIA
INTEL
IPACK-IMA
ITMA
LAMIERA
MACPLAS
MEDPRINT
MICAM SHOEVENT
MIDO
MITECH
MODA IN
MODA PELLE BY PITTI IMMAGINE
MODIT
MODAPRIMA
MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT
MOVINT
PACK-MAT
PITTI IMMAGINE BIMBO
PITTI IMMAGINE CASA
PITTI IMMAGINE FILATI
PITTI IMMAGINE UOMO
PLAST
QUADRUM SACA
SAIEDUE
SALONE NAUTICO INTERNAZIONALE DI GENOVA
SFORTEC
SICUREZZA
SICUREZZA MEDITERRANEA
SICURTECH EXPO
TAU-EXPO
TEKNE & MAINTENANCE
TIAM
VITRUM
XYLEXPO

Gavino Maresu

Il sistema dei congressi e degli eventi aggregativi

Hoepli, Milano 2002, pp. XII-276, euro 15,00

Con chiarezza espositiva e rigore scientifico, Maresu fornisce uno studio



completo e aggiornato relativo ai congressi e agli eventi aggregativi, compresi i legami con gli altri settori produttivi.

Uno strumento indispensabile per chi si occupa di turismo e per gli organizzatori di eventi.

Fausto Cartoni e Michele Didonna

Le fiere

La legge quadro 11 gennaio 2001 n. 7 e la disciplina previgente

Progedit, Bari 2001 pp.X-100, euro 12,91

Un commento analitico alla legge quadro del settore fieristico, che ha aperto nuovi scenari per gli operatori economici e le fiere.



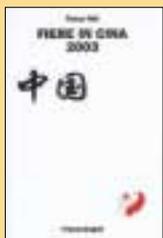
Un'opera di valore scientifico, utile strumento di consultazione per gli operatori del settore.

Fuzzy Net

Fiere in Cina 2003

Franco Angeli, Milano 2003 pp. 234, euro 18,50

Nella ricca fase di crescita che la Cina sta attraversando, le fiere hanno il ruolo di propulsore



e termometro dello sviluppo. Il testo propone un panorama completo delle fiere in Cina, suddivise per settori e aree territoriali, rivelandosi, al di là della contingenza Sars, una guida utile per conoscere la realtà del commercio cinese.

Il Comitato Fiere Industria presenta i risultati 2002

Dalla relazione del presidente Giancarlo Anselmi

Il Cfi, Comitato Fiere Industria ha la delega esclusiva da Confindustria a gestire la politica confederale in campo fieristico, in qualità di Agenzia per le Fiere Italiane entro il Servizio Internazionalizzazione della Confederazione. Obiettivo primario del CFI è valorizzare il patrimonio fieristico italiano, effettuando tutti gli interventi necessari, sulla base delle strategie promozionali e degli interessi industriali espressi dalle Associazioni e dagli Enti che del Comitato fanno parte, e nell'ambito delle direttive generali della Confindustria.

CFI rappresenta 25 Enti e Associazioni di Categoria che organizzano o promuovono 66 eventi fieristici, di cui 54 con qualifica internazionale, con differenti cadenze temporali. Aderiscono inoltre a CFI 9 Associazioni degli Industriali nel cui ambito territoriale operano i più importanti Quartieri fieristici italiani.

Nel 2002, gli enti e le associazioni aderenti al Cfi, hanno organizzato 44 eventi, occupando 1.304.170 m² netti, con 27.998 espositori e 1.788.896 visitatori. La grande maggioranza delle manifestazioni è costituita da eventi di livello internazionale (36), che risultano dominanti in termini di aree locate (97% del totale), di espositori (95%) e di visitatori (95%).

La struttura merceologico-settoriale

Sotto il profilo merceologico-settoriale, l'attività fieristica degli associati Cfi si mantiene molto variegata, soprattutto con riferimento alle manifestazioni di livello internazionale, per le quali si registra la preponderanza di due settori principali in termini di aree locate e per numero di espositori: in primo luogo le

manifestazioni del comparto Materiali-Costruzioni, col 31% di m² e il 27% di presenze espositive, e in secondo luogo quelle del settore Abbigliamento-Moda, che costituisce il comparto più affollato, con 18 eventi, rappresentanti il 21% delle aree e il 23% degli espositori.

Un importante contributo è fornito dalle manifestazioni dei comparti Industria-Tecnologie, Salute-Ambiente, e da quello dello Sport-Tempo libero. Quest'ultimo si posiziona al secondo posto, dopo il comparto Materiali-Costruzioni, per numero di visitatori, rappresentando il 24% del totale.

L'attività fieristica di livello nazionale, è riferita invece a soli tre settori, con le manifestazioni del comparto Industria-Tecnologie che risultano dominanti, col 59% delle aree locate, il 67% degli espositori e ben l'83% dei visitatori.

L'internazionalizzazione dell'utenza

L'analisi dei livelli di internazionalizzazione dell'utenza, ai fini di una maggior omogeneità dei risultati, è stata svolta distinguendo ancora le manifestazioni di livello internazionale.

Per le manifestazioni di carattere internazionale si rilevano livelli d'internazionalizzazione dell'utenza mediamente superiori a quanto rilevato per l'insieme delle manifestazioni italiane, soprattutto per il pubblico dei visitatori.

Nel complesso, le manifestazioni registrano una quota di utenti esteri pari al 30% dal lato degli espositori e al 20% da quello dei visitatori. La scomposizione dei dati a livello settoriale mette poi in evidenza situazioni differenziate da comparto a comparto, anche in relazione alle diverse funzioni di import-export svolte. Per gli

eventi di livello nazionale, le quote di espositori e visitatori esteri sono più contenute (rispettivamente l'8% e il 2%), anche se è da rilevare l'assenza, per alcune manifestazioni, dei dati relativi alla provenienza degli utenti.

La localizzazione delle manifestazioni

Nel corso del 2002 le sedi espositive coinvolte sono state 9. La classifica, stilata in funzione delle aree locate a eventi internazionali, vede ancora una volta al primo posto Milano, con 14 manifestazioni ospitate e oltre 535.000 m² espositivi netti; a seguire Bologna (9 manifestazioni e 373.993 m²), Genova, Firenze, Parma, Carrara e Verona. Bari e Napoli sono i centri in cui si concentra una quota significativa degli eventi di livello nazionale.

La congiuntura per il 2002

I dati sul trend congiunturale sono stati calcolati mettendo a confronto gli eventi del 2002 con le rispettive edizioni precedenti.

Nel caso degli eventi internazionali con cadenza annuale o semestrale il bilancio risulta piuttosto positivo, con un aumento delle superfici vendute pari al 2,8%, e una crescita vicino all'1% per gli espositori e i visitatori. Risultati molto positivi.



Franco Bianchi

vi si registrano anche per gli espositori esteri (+13,2% rispetto al 2001) e i visitatori esteri (+48,9%) per i quali l'incremento è quasi interamente riconducibile a un unico evento (il 42° Salone Nautico di Genova).

Gli eventi pluriennali, sempre di livello internazionale, mostrano un trend più contrastato, con una leggera riduzione delle

aree locate (-2,2%) e dei visitatori totali (-1,8%), a fronte di una buona crescita degli espositori totali, in aumento del 6,4%.

Per le manifestazioni nazionali, è positivo il bilancio per le pluriennali, che presentano 2 nuovi eventi (+50%) e una buona crescita delle superfici locate (+62,4%), sostenuta da un aumento degli espositori

totali (+34%). Rilevante l'aumento dei visitatori totali, cresciuti di oltre il 56%.

Per il 2003, gli Associati Cfi hanno in calendario 46 eventi fieristici, da gennaio a novembre, nei quartieri di Milano, Bologna, Firenze, Torino, Genova, Bari, Carrara, Verona.



Giancarlo Anselmi

The Comitato Fiere Industria presents 2002 balance

by President Giancarlo Anselmi report

Cfi, Comitato Fiere Industria – Industry Exhibition Committee – represents Confindustria's Agency. It is empowered to deal with Fairs and Exhibitions in all their political, economic and organizational aspects as it concerns the activity of Organizing Bodies involved in Industrial Products Exhibitions.

Cfi acts as direct representative to 25 Organizations which organize or promote 66 Exhibitions, 54 of them at international level at different times throughout the year. 9 Territorial Industrialists Associations are also part of Cfi; these are where the most important Italian exhibition grounds are located.

During the year 2002, the organizations and associations members of CFI organized 44 events, held on a total net area of 1,304,170 m², attended by 27,998 exhibitors and 1,788,896 visitors. The vast majority of the events were of an international nature (36), which were predominant in terms of the areas leased (97% of the total), of the number of exhibitors (95%), and of the number of visitors (95%).

Product Segment Structure

As regards product segment structure, the events held by CFI members were extremely varied, especially in respect of the international shows, for which two main segments pre-

dominated in terms of areas leased and number of exhibitors: events in the area of Materials and Building Construction, with 31% of the m² and 27% in respect of exhibitor attendance, and Garments and Fashion, which featured the most crowded shows, with 18 events, representing 21% of the areas and 23% of the exhibitors.

A significant contribution was also made by Industry and Technologies, Health and Environment, and Sports and Leisure. The latter rated second, after Materials and Building Construction, in respect of the number of visitors, who represented 24% of the total.

Trade fairs at the domestic level, on the other hand, concerned only three segments, the events featuring Industry and Technologies ranking first, with 59% of the areas leased, 67% of the exhibitors, and an impressive 83% of the visitors.

Internationality of users

Degrees of international usership were analyzed in order to obtain more uniform results, and this once again brought to the fore the international exhibitions.

With regard to international events, we find international usership higher on an average than that recorded in respect of all the Italian events, especially as regards visits from public. Altogether the events registered attendance by foreign users

equivalent to 30% for exhibitors and 20% for visitors. A breakdown of the figures in respect of segments produced

widely varying results, affected among other things by the figures for imports versus exports.

With regard to domestic events, the numbers of foreign exhibitors and visitors were definitely lower (8% and 2% respectively), for some events, no figures were available for countries of origin.

Exhibition Venues

In year 2002, the exhibition venues numbered 9. The classified results, based on the areas leased to international events, showed Milan as a leader, with 14 exhibitions and a net exhibition area exceeding 535,000 m², followed by Bologna (9 events and 373,993 m²), Genoa, Florence, Parma, Carrara, and Verona. As regards centres such as Bari and Naples, on the other hand, domestic events played a significant part.

The economic situation in 2002

The figures regarding economic trends were calculated by comparing the events that took place in 2002 with previous editions of the same exhibitions.

In the case of international events held annually or half-yearly, the result was fairly positive, with a 2.8% increase

Organi sociali Cfi 2002/2004

Presidente: Giancarlo Anselmi

Vicepresidenti:

Ernesto Gismondi e Alessandro Laterza

Componenti Giunta:

Raffaella Alibrandi, Dino Fenzi, Gaetano Marzotto, Enzo Mularoni, Bruno Pavesi, Gianfranco Pellegrini, Angela Picco, Luigi Rossi di Montelera, Andrea Tomat

Segretario generale: Franco Bianchi

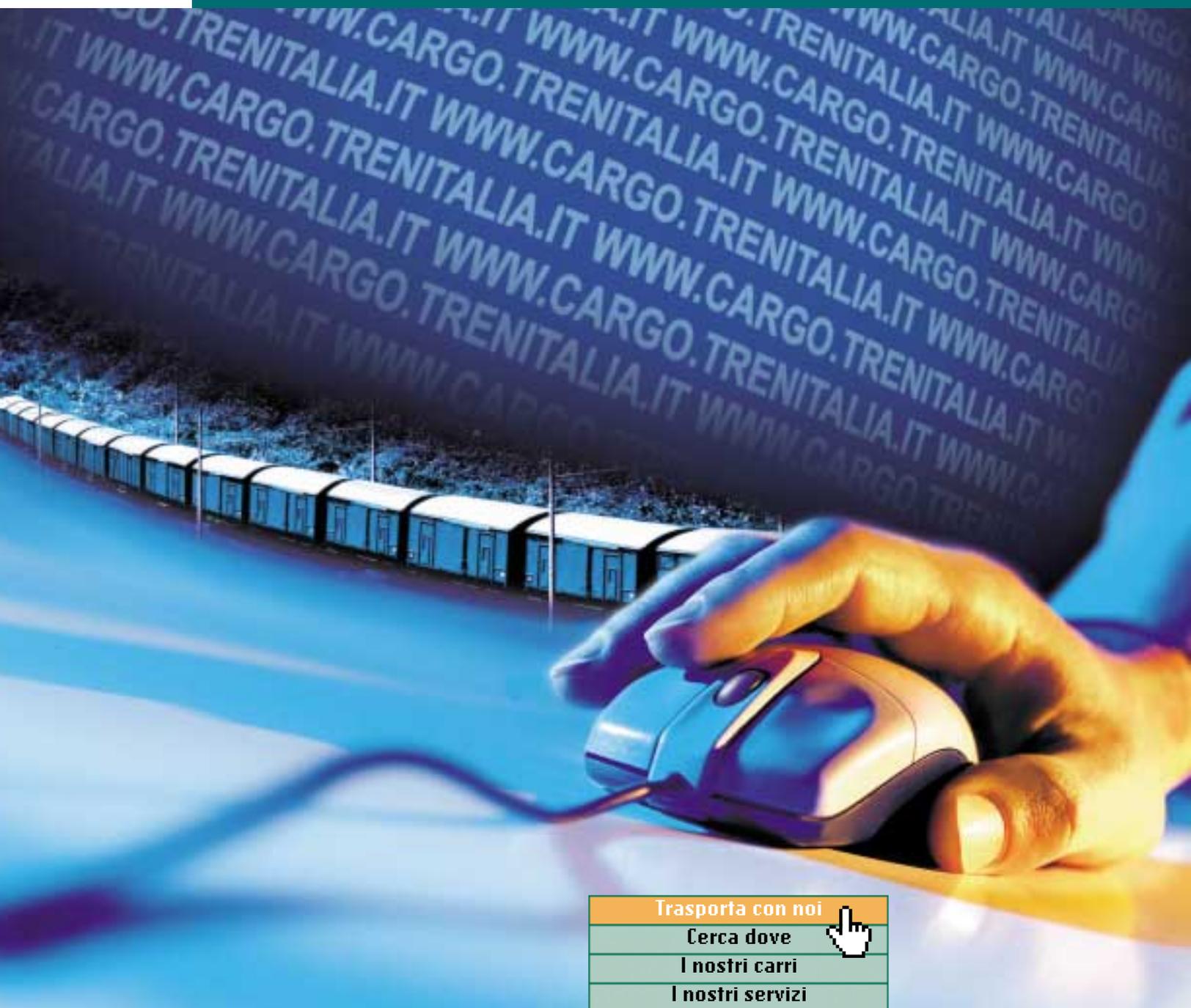
in the amount of space sold and an almost 1% increase in the number of exhibitors and visitors. There were also highly positive results in respect of foreign exhibitors (+13.2% as compared with 2001) and foreign visitors (+ 48.9%), almost entirely due to just one event (the 42nd Genoa Boat Show).

Pluriennial events, again at international level, on the other hand, varied, with a slight reduction in areas leased (-2.2%) and in the total number of visitors (-1.8%), compared with substantial growth in the total number of exhibitors by 6.4%.

In the case of domestic events, a positive result was recorded in respect of pluriennial exhibitions, which included two new shows (+50%) and significant growth in areas leased (+62.4%), backed by an increase in the total number of exhibitors (+34%). There was also a very marked increase in the total number of visitors, more than 56%.

As regards 2003, Cfi Members have scheduled 46 events, to be held from January to November at the Milan, Bologna, Florence, Turin, Genoa, Bari, Carrara, and Verona trade fair centres.

E' arrivato un sito carico di trasporto.



Trasporta con noi

Cerca dove

I nostri carri

I nostri servizi

La nostra Divisione

Info

Il trasporto

Contattaci

www.cargo.trenitalia.it, oggi siamo molto più vicini alla vostra azienda.

Il trasporto ferroviario delle merci è in rete. Con il nuovo sito di Trenitalia Divisione Cargo potete organizzare il trasporto, simulare una spedizione, individuare lo scalo a voi più vicino, scegliere i carri più adatti, conoscere i nostri impianti e la nostra struttura commerciale. Ma non solo. Un'area ad accesso riservato consente ai clienti di monitorare le proprie spedizioni, compilare on line le lettere di vettura, richiedere i carri, consultare le statistiche dei trasporti. Tutto questo e molto di più su www.cargo.trenitalia.it, il sito per l'industria italiana.

Come previsto, i risultati di MCH Fiera Svizzera SA per il 2002 sono stati peggiori dell'anno precedente, a causa della periodicità di alcune fiere, e degli effetti del clima di recessione economica.

Nonostante ciò, come sottolineato da Robert A. Jeker, presidente del Consiglio di amministrazione, gli obiettivi per il 2002 sono stati in buona parte realizzati, e "il risultato va considerato soddisfacente, se confrontato col mercato in generale".

I risultati di Fiera Svizzera nel 2002 mostrano un flusso di cassa di 30,2 milioni di Franchi Svizzeri (2002: 33 milioni), con entrate di 181,2m. (189,4) e spese all'ammortamento di 151m. (156,4). Con un ammortamento di 25,6m. (23,2), il profitto si assesta a 4,6m. (9,8). Il prezzo dell'azione di Fiera Svizzera a fine 2002 era di 179,50 CHF. Seguendo l'andamento negativo del mercato azionario, il titolo è sceso del 16,5%, mentre lo Spi ha perso il 25,4%.

Eventi

Nel 2002 Fiera Svizzera ha organizzato e gestito 21 manifestazioni proprie e 25 ospiti, per un totale di 15.321 aziende espositrici, un'area netta espositiva di 539.650 m², e 1.540.259 visitatori. Le 21 manifestazioni proprie di MCH hanno registrato 9094 espositori (il 60% del totale), 1.117.876 visitatori (più del 75% del totale) e 357.508 m² di area espositiva netta (65% del totale).

Sempre nel 2002, i padiglioni espositivi di Basilea hanno ospitato altri 15 eventi (28 Zurigo), che hanno attirato complessivamente 160.000 visitatori.

Il Convention Center di Basilea è stato sede di 22 congressi, 19 dei quali affiancati da manifestazioni, e di 304 eventi per un totale di 139.631 partecipanti. Circa 125.000 spettatori hanno assistito alle 150 rappresentazioni del Musical Theater di Basilea.

Sviluppo del portafoglio

Il primo "anno completo" di Fiera Svizzera, nata nell'estate del 2001 dalla fusione di Messe



**Nel 2002 Fiera Svizzera
conserva le posizioni**

**Swiss Exhibition has held its
ground in 2002**

Basel e Messe Zurich, ha mostrato l'importanza di questo passo strategico nel rafforzare la competitività, e il grande potenziale di sinergia.

Lo snellimento e lo sviluppo del portafoglio delle fiere proprie, processo accelerato dalla fusione, è ben avviato. L'anno scorso è stato possibile effettuare qualche riallineamento in termini di organizzazione concettuale (tra gli altri nei campi della tecnologia dell'automazione, dei processi, della ricerca e dello sviluppo). Altre mosse quest'anno o nel 2004 (nei settori della costruzione e della logistica).

MCH è riuscita a rafforzare la posizione dei suoi principali eventi internazionali. Passi importanti sono stati compiuti col successo della prima Art Basel Miami Beach e con l'incorporazione della sede espositiva di Zurigo nel progetto del World Watch and Jewellery Show. Ciò aiuta a riaffermare la leadership mondiale di Fiera Svizzera in questi settori fieristici.

Cambio nel consiglio di amministrazione

Hansjörg Frei (Winterthur) si è dimesso da membro del Consiglio di Amministrazione all'assemblea generale degli azionisti del 5 maggio. Come suo successore, il consiglio di amministrazione ha proposto René C. Jaggi (Binningen).

As expected, the consolidated group result of MCH Swiss Exhibition Ltd. in 2002 was worse than in the previous year due to the periodicity of certain fairs and the effects of the economic recession.

Nevertheless, as Chairman of the Board Robert A. Jeker emphasized, it can be said that last year's objectives were mostly achieved and "the result are satisfactory in view of the market environment."

The results in 2002 show a cash flow of CHF 30.2m (2002: CHF 33m) with an income of CHF 181.2m (CHF 189.4m) and expenditure before depreciation of CHF 151.0m (CHF 156.4m). With depreciation of CHF 25.6m (CHF 23.2m), the profit stands at CHF 4.6m (CHF 9.8m). The share price of Swiss Exhibition at the end of 2002 was CHF 179.50. Corresponding to the general slump of stock markets, the share price went down by 16.5% and the Spi fell by as much as 25.4%.

Events

During 2002 Swiss Exhibition organized and handled a total of 21 own and 25 guest exhibitions, with a total of 15,321 exhibiting companies, a net exhibition area of 539,650 m² and 1,540,259 visitors. The 21 own exhibitions recorded a total of 9,094 exhibitors (about 60% of the total number), 1,117,876 visitors (over

75% of all visitors) and 357,508 m² of net exhibition area (65% of the total net exhibition area).

During 2002, the exhibition halls in Basel also hosted 15 other events (those in Zurich 28), which, taken as a whole, received around 160,000 visitors.

The Convention Center Basel was the venue for 22 congresses 19 of them with accompanying exhibitions and 304 additional events numbering 139,631 participants. A total of 125,000 visitors attended the 150 performances in the Musical Theater Basel.

Portfolio development

The first "full year" of Swiss Exhibition, which was formed in summer 2001 through the merger of Messe Basel and Messe Zurich, has shown the importance of this strategic step in strengthening competitiveness, and the great value of the synergistic potentials triggered by this amalgamation.

The streamlining and further development of the portfolio of own fairs, a process which was accelerated by the merger, is now well underway. It proved possible last year to implement some conceptual realignment (inter alia in the fields of automation technology, process, research and development). Other moves will be ready either this year or in 2004 (for example in the construction and logistics sectors).

Swiss Exhibition has succeeded in further strengthening the position of its internationally leading events. Important steps have been achieved with the successful premiere of Art Basel Miami Beach and the incorporation of the Zurich exhibition venue into the concept of the World Watch and Jewellery Show. These help to reaffirm the leading role that Swiss Exhibition plays worldwide in these exhibition sectors.

Changes in the Board of Directors

Dr. Hansjörg Frei (Winterthur) resigned the Board of Directors at the general meeting of shareholders on 5 May 2003, and René C. Jaggi (Binningen) was proposed as his successor.

Antonio Piccinini
Fabrizio Peronaci

La lobby agricola

Franco Angeli, Milano 2003,
pp. 242, euro 18,00

Un quadro lucido e severo delle aziende, delle politiche e delle organizzazioni agricole italiane.



I due autori conducono l'analisi della "anomalia italiana", dove le politiche di welfare sono sempre state preferite a quelle volte a migliorare le imprese e le produzioni dell'agricoltura.

**Annuario 2003
Distribuzione in Europa**

Agra Editrice, Roma 2003
pp. 440, euro 100,00

L'opera fornisce un quadro dettagliato della distribuzione di food e non-food in 17 Paesi dell'Europa Occidentale.



Dotato di oltre 1.000 schede, l'annuario analizza le tendenze della distribuzione in Europa e nei singoli Paesi. La pubblicazione è disponibile anche in Cd-Rom.

Renato Procacci (a cura di)
**Catalogo delle capsule
italiane di spumanti
e vini frizzanti**

Agra Editrice, Roma 2002
pp. 176, euro 11,00

Il catalogo, giunto alla terza edizione, riporta più di 2200 capsule.



Le quotazioni vanno da un euro per le capsule più comuni, fino a oltre 1000 euro per le più rare, ma sono destinate ad aumentare seguendo le tendenze presenti in Francia e in Spagna.

Progetto Città: successo a Fiera Milano per la 2ª edizione

Oltre 25 mila operatori qualificati, più di 600 relatori di livello nazionale e internazionale in oltre 80 appuntamenti. Prossima edizione a marzo 2005



Si è svolta dal 14 al 19 febbraio a Fiera Milano la 2ª edizione di *Progetto Città*, Mostra dell'Architettura, dell'Urbanistica, delle Tecnologie e dei Servizi per lo Sviluppo del Territorio, un evento interamente dedicato allo sviluppo globale delle metropoli e del territorio.

Progetto Città si è rivolto ad amministratori pubblici e privati, architetti, ingegneri, progettisti, manager, operatori, investitori e professionisti, per proporre l'incontro con esperienze internazionali di applicazione di tecniche e professionalità che nel nostro Paese, in alcuni casi, sono solo allo stato embrionale, e per portare le testimonianze di amministratori e manager impegnati nella realizzazione dei progetti più innovativi della nostra epoca.

Una grande sfida che ha raccolto un significativo successo su tutti i fronti: alta l'affluenza degli operatori qualificati, oltre 25 mila professionisti, che in fiera hanno potuto trovare, tra i 565 espositori distribuiti su una superficie di 56 mila metri quadrati, tutti i fattori utili e necessari per uno sviluppo armonico delle città. Molto frequentati i Saloni della rassegna, dal Marketing Territoriale alla Qualità del Territorio, Arredo

urbano, Verde pubblico e Sport, dalle Public Utilities alle Grandi Infrastrutture e Sistemi della mobilità con l'Expo biennale delle tecnologie e della mobilità innovativa, fino alle sezioni dedicate al Non Profit e alla Net Economy.

Di altissimo livello anche gli 83 appuntamenti tra conferenze, convegni e seminari che si sono svolti durante i quattro giorni di manifestazione e che hanno contraddistinto *Progetto Città* quale luogo privilegiato per un confronto maturo sulle esperienze e sui temi più attuali e importanti relativi allo sviluppo delle città e del territorio.

La partecipazione e il confronto di 693 relatori di livello nazionale e internazionale ha dimostrato che la Mostra dell'Architettura, dell'Urbanistica, delle Tecnologie e dei Servizi

per lo Sviluppo del Territorio è diventata, inequivocabilmente, l'occasione decisiva dove proporre e trovare idee nuove e concrete per una crescita armonica delle città.

Molto importanti anche gli eventi che hanno contraddistinto la rassegna: le tre Conferenze internazionali organizzate dalla Fondazione per la Sussidiarietà hanno toccato temi attuali per lo sviluppo e la progettazione della città, *Progettare la città tra sviluppo e competizione globale*; *Le Public Utility tra consumatore, erogatore e territorio*; *Liberi di scegliere, dal Welfare State al Welfare Society*.

Il *Forum mobilità e territorio* ha fatto dialogare le realtà pubbliche e private italiane ed europee di costruttori di veicoli per il trasporto pubblico, aziende di servizi e società di gestione. Infine *il Principe e l'Architetto, nuove idee per ripensare la città*: un premio che ha fatto conoscere le esperienze più significative dei grandi architetti secondo modi nuovi di concepire la città e favorire il confronto sul ruolo della committenza pubblica nella progettazione.

Esperienze tutte di alto livello, destinate a svilupparsi nella prossima edizione di *Progetto Città*, in programma sempre in Fiera Milano per il 2005.

Info: www.progettocitta.com



A ottobre, il Salone del Franchising di Milano si moltiplica per cinque

Dal 3 al 6 ottobre, in Fiera Milano (Portello Pad. 16), si terrà il 18° salone *Franchising & Partnership*, riferimento internazionale per il sistema commerciale e le sue forme innovative. Il tema è interessante per Expo cts, la società organizzatrice, che per meglio focalizzare le tematiche del settore ha creato ExpoTrade, un nuovo department specializzato nei trend del retail. Il salone è sviluppato secondo un nuovo modello fieristico, dedicato al trade in tutte le sue espressioni, in cui il franchising è centrale.

Accanto all'edizione di Milano è previsto di esportare il concept in Italia, tramite l'organizzazione di workshop al centro-sud, e all'estero con missioni espositive.

Il commercio e la costruzione dei canali distributivi aziendali sono sempre più fattori strategici di business. Costruire un sistema distributivo efficiente in un mercato altamente competitivo è dunque un aspetto fondamentale.

Franchising & Partnership, forte di questa analisi, si arricchisce di aree che lo rafforzano e completano. È l'occasione per trovare partner commerciali, indicazioni, fornitori: un marketplace del business e delle idee, momento di scambio e raccogliitore di informazioni, ideato per aiutare le imprese a sviluppare la propria attività.

L'edizione 2003 prevede cinque aree espositive specialistiche e presenta grandi novità.

Franchising & Partnership: con la formula collaudata da 18 anni, è il Salone di riferimento per la distribuzione commerciale: fa convivere tutte le anime del settore, dalle grandi catene di franchising allo small-business. Propone offerte italiane e internazionali di franchising e affiliazioni, licencing e partnership. È la struttura portante del concept di ExpoTrade.

Shop Project: lo shopping del futuro richiede sempre nuove emozioni e interazioni tra spazio e consumatore: è indispensabile realizzare negozi attraenti, dove dare

un'anima all'attività commerciale. Shop Project è uno spazio espositivo dedicato a fornitori di allestimenti per negozi, merchandising, soluzioni e iniziative per la progettazione di punti vendita e spazi commerciali.

TecnoTrade, tecnologia & servizi: ottimizzare tempo e risorse fa parte della visione del futuro punto vendita. L'area fa conoscere e valutare le tecnologie più innovative e i servizi retail più efficaci per la distribuzione, vi si presentano tecnologie e servizi per costruire catene retail e modelli distributivi di nuova concezione.

BICom. Borsa dell'immobile commerciale: disporre di giuste location è un fondamentale fattore di successo del retail. BICom è una vera borsa sull'immobile commerciale in Italia, che consen-

te di attingere informazioni per la propria attività, realizzata col contributo della Federazione italiana mediatori agenti d'affari. Un luogo per conoscere lo scenario immobiliare del mondo commerciale nazionale ed estero: un punto di riferimento qualificato per trovare agenzie immobiliari e società di sviluppo per la distribuzione.

TradeVision: il sistema commerciale evolve e richiede consapevolezza dei possibili sviluppi del mercato. Trade Vision è rivolto agli operatori di settore che vogliono sapere dove andrà il retail. L'area è dedicata alle ten-



denze future, a come si farà shopping domani, ai nuovi protagonisti del commercio internazionale. È un contenitore d'idee, incontri, dibattiti, attività formative e convegni, comprendente Nemo Next Shop, mostra sui trend del retail.

Per informazioni:
www.expocts.it/franchising

A Bologna dal 4 al 7 febbraio 2004 Europolis il salone delle tecnologie per vivere la città



Le città, il loro futuro e la sfida della sostenibilità sono al centro della 7ª edizione di Europolis (4-7 febbraio 2004 a Bologna Fiere), manifestazione biennale dedicata alla riqualificazione urbana, alle tecnologie e ai servizi per lo sviluppo del territorio, rivolta soprattutto ad amministratori pubblici e privati, architetti, ingegneri, progettisti, professionisti.

La città Europolis difende gli spazi verdi, privilegia bici, mezzi pubblici, car sharing,

risparmia energia, e ricicla i rifiuti.

Rassegna esaustiva sugli strumenti per la gestione delle moderne metropoli, la manife-

stazione è altamente specializzata grazie alla suddivisione in saloni tematici: Arredo Urbano, Qualità del Territorio, Impiantistica Sportiva e Ricreativa, Piscine e Fitness, Traffico, Mobilità e Infrastrutture, Forestazione Urbana e Verde Attrezzato, Public Utilities e Marketing Territoriale.

L'edizione 2002 si era chiusa con un bilancio molto positivo: 42.629 visitatori e 465 espositori per un'area di 46.000 m².

Inoltre, 42 appuntamenti, tra conferenze, seminari e convegni, con qualificati relatori nazionali e internazionali che affronteranno le tematiche più attuali del settore.

“La città vive profonde trasformazioni: – sostiene Giulio Cesare Alberghini, presidente di Organizzazione Nike, società che cura la manifestazione – muta il modo di pensarla e di sentirla da parte delle istituzioni e del privato. Un tempo considerata mero contenitore di servizi, oggi è concepita come organismo in continua evoluzione e perfettibile nei suoi rapporti con i cittadini.

Per adeguarsi agli elevati standard abitativi, una città ha bisogno di confrontarsi per svilupparsi. Per questo motivo, cresce a ogni edizione l'attenzione delle pubbliche amministrazioni verso Europolis.”

Per info: www.europolis.it

Rimini Fiera ti può offrire il sorriso di 14.361 (*) professionisti dell'ospitalità, 86.220 (*) comodi letti, 2.129 ristoranti e 185 locali per la notte.



Ma Rimini, oltre alla grande capacità di accoglienza, significa anche un quartiere tra i più innovativi d'Europa, interamente cablato, con 12 padiglioni climatizzati, un'eliperficie, 9.250 posti auto, stazione ferroviaria interna.

(*) Dati da CCIAA e Provincia di Rimini



RIMINI FIERA
BUSINESS SPACE

Rimini Fiera S.p.A Italy 47900 Rimini Via Emilia, 155
Tel. 0541.744.111 Fax 0541.744.200
www.riminifiera.it riminifiera@riminifiera.it

RIMINI FIERA: CALENDARIO 2003

GENNAIO:

18-22 SIGEP

Salone Internazionale della Gelateria, Pasticceria e Panificazione Artigianali

FEBBRAIO:

1-4 PIANETA BIRRA

Esposizione Internazionale di Birre, Bevande, Snack, Attrezzature, Arredamenti per Pub e Pizzerie

22-26 M.I.A.

Mostra Internazionale dell'Alimentazione

22-26 MEDITERRANEAN SEAFOOD EXPOSITION

Salone delle Tecnologie e dei Prodotti della Pesca per il Mediterraneo

MARZO:

20-23 ENADA PRIMAVERA

Mostra Internazionale dell'Automatico da Divertimento

20-23 MY SPECIAL CAR SHOW

Tuning & Racing-CarAudio & Multimedia

APRILE:

2-5 EURO P.A.

Esposizione Professionale per la Pubblica Amministrazione Locale

4-6 PLANET CREATIVITY

Salone Professionale delle Arti Manuali

11-14 DISMA MUSIC SHOW

Strumenti Musicali, Edizioni Musicali, Discografia

MAGGIO:

15-17 CONGRESSO AMICI DI BRUGG

Esposizione merceologica di attrezzature e materiali per odontoiatria e odontotecnica

GIUGNO:

06-15 FESTIVAL DEL FITNESS

Mostra Mercato del Fitness

SETTEMBRE:

06-14 MONDO NATURA

Salone Internazionale del Camper, Caravan, Campeggio, Turismo all'Aria Aperta

21-25 ECOC

29° Convegno Europeo sulle Comunicazioni Ottiche/14° Convegno Internazionale sull'Ottica Integrata e le Comunicazioni tramite Fibre Ottiche

OTTOBRE:

3-5 SUN

Salone Internazionale dell'Arredamento e Attrezzature per Esterni

3-5 GIO-SUN

Salone del Giocattolo Estivo e dei Giochi all'Aria Aperta

3-5 B! COME BAMBINO

Salone della prima Infanzia e del Giocattolo prescolare

3-5 TENDE & TECNICA

Biennale delle Tende, dei Tessuti, delle Tecnologie per l'Arredamento e la Protezione Solare

10-11-12 TTG INCONTRI

10-11 TTI

Travel Trade Italia

22-25 ECOMONDO

Fiera Internazionale del Recupero di Materia ed Energia e dello Sviluppo Sostenibile

NOVEMBRE:

05-08 SINERGY

The International Energy Forum

The Energy Expo

16-17 LOOKS

Salone dell'Acconciatura e la Bellezza Ispirata

29/11 - 03/12 S.I.A.

Salone Internazionale dell'Attrezzatura Alberghiera

DICEMBRE:

(Quartiere Fieristico di Cesena)

SUGAR WORLD - Convention con Esposizione dedicata alla Filiera dello Zuccherio

Fiere Turismo

ITALIA

Il secondo Millennio si è chiuso con uno straordinario bilancio del turismo mondiale: oltre 700 milioni di arrivi internazionali e 500 miliardi di dollari di spesa per viaggi da un continente all'altro.

Il turismo si è consolidato come un mercato globale in cui si sviluppano obiettivi economici di straordinario livello non solo nelle aree dei paesi industrializzati che sono i maggiori bacini di utenza e di attrazione, ma anche in molte aree emergenti.

Sul piano sociale l'economia del tempo libero si è affermata come una componente strategica del progresso e apre spazi sempre maggiori ai capitali e al lavoro, creando opportunità di produzione e di ricchezza.

A fronte di questi grandi risultati realizzati nel secolo scorso il panorama del turismo mondiale pone oggi in evidenza un radicale cambiamento di scenari, quello della sicurezza e quello delle nuove tecnologie.

Il quadro economico è caratterizzato da una situazione di difficoltà che colpisce aree di alto sviluppo e non. Si tratta dei maggiori bacini di domanda turistica mondiale come Stati Uniti, Giappone ed Europa dove il fenomeno turistico è parte integrante dello stile di vita e dei consumi familiari, l'Europa risente anche dell'introduzione del sistema euro che si rafforza di giorno in giorno sul dollaro rendendo meno competitiva la sua industria turistica.

Ma le difficoltà economiche colpiscono soprattutto fasce di viaggi e vacanze di massa, con la conseguenza che l'industria turistica che sta vivendo un ciclo di grande espansione non può realizzare quei tassi di occupazione che sono alla base della sua produttività.

Il quadro della sicurezza internazionale è di grande delicatezza ed espone i viaggi internazionali a notevoli contraccolpi.

Dall'11 settembre 2001, coi suoi effetti rilevanti sui mercati dei viaggi, alla guerra in Iraq, alla epidemia della polmonite atipica, ai nuovi attentati terroristici del 2003, c'è un'escalation dei fattori di insicurezza che incide profondamente sulla dinamica



Amedeo Ottaviani

Cambiano gli scenari del turismo nel mondo, l'Enit e la promozione dell'Italia

Intervento per Prisma di Amedeo Ottaviani, presidente Enit

degli scambi turistici e sulle grandi direttrici di traffico orientate sull'asse Usa-Europa.

Infine, il quadro dell'evoluzione delle tecnologie e in particolare del sistema delle comunicazioni incentrato oggi sull'internet: lo sviluppo dei sistemi di comunicazione e l'inserimento a rete nel sistema delle imprese di nuovi strumenti di web marketing aprono scenari nuovi e di grande prospettiva.

Il mondo dei viaggi tende sempre più a globalizzarsi e offrire a qualunque territorio, anche i centri minori, la possibilità di inserire le sue proposte tra le opzioni possibili da parte dell'utenza.

Uno dei meriti di questa grande rivoluzione tecnologica è anche quello di favori-

re processi di qualità e innovazione nella organizzazione dei prodotti turistici, e i paesi che più innovano a favore della customer satisfaction hanno armi molto più potenti da usare per affrontare la competizione globale.

A fronte di tali scenari, l'Italia continua a detenere una posizione di paese leader del mercato mondiale del turismo, ma è esposta particolarmente ai problemi della congiuntura economica internazionale e della sicurezza globale, come si è riscontrato dopo l'11 settembre 2001.

L'impegno maggiore del nostro Paese deve essere dunque quello di organizzare un sistema turistico nazionale sempre più maturo e idoneo ad assorbire i contraccolpi che il mercato determinerà sulle economie turistiche nazionali.

L'Italia ha registrato un risultato di eccezionale rilievo nel 2002 con un introito valutario di circa 28 miliardi di euro, dovuto ai turisti esteri. Ma negli ultimi anni ha visto crescere sensibilmente la sua offerta ricettiva, di ospitalità, di servizi turistici. Di qui la necessità di sostenere l'evoluzione dell'industria turistica sul piano quantitativo e qualitativo.

L'Enit ha un ruolo fondamentale anche nella prospettiva della devolution che affida alle regioni funzioni in materia di turismo.

L'obiettivo che l'Ente considera prioritario è di garantire una regia al sistema della promozione, che annovera una pluralità di soggetti pubblici e privati.

Questa necessità deriva, tra l'altro, dalla tendenza dei vari soggetti a valorizzare al massimo le specificità territoriali e di prodotto del nostro turismo. Vediamo che una serie di soggetti pubblici – dai comuni alle province alle regioni – considerano giustamente di grande rilievo quello che può essere definito il destination marketing.

Credo che questa strategia di promozione di aree turistiche specifiche debba essere considerata con favore e sempre più inquadrata nella visione omogenea e integrata dei sistemi turistici locali.

L'altro elemento fondamentale del marketing è quello che punta alla promozione dei prodotti turistici che in Italia sono infiniti.

L'Enit ha varato programmi di promozione centrati essenzialmente su una serie di grandi prodotti: città d'arte, mare, montagna, laghi, terme, congressi e incentivi, enogastronomia, turismo all'aria aperta, ecc.

Molti di questi obiettivi sono oggetto di accordi e strategie comuni con le regioni, a conferma che il coordinamento è un'esigenza fondamentale per un paese come l'Italia che vanta in ogni regione e in ogni angolo del suo territorio risorse di grandissimo livello.

La promozione attraverso le fiere

In questo quadro l'Enit ha privilegiato la strategia della partecipazione alle fiere e alle borse del turismo internazionale e alle borse e ai saloni del turismo che si svolgono in Italia. Finora questa strategia ha dato importanti risultati poiché la presenza di istituzioni come l'Enit, le regioni, le città, le province e quella degli operatori di tutti i segmenti dell'industria turistica ha dato forza non soltanto all'immagine Italia, ma ha pubblicizzato valori meno conosciuti delle diverse aree del Paese, confermando che il catalogo della nostra offerta turistica tende ad arricchirsi di anno in anno.

Abbiamo potuto offrire ai consumatori virtuali un panorama aggiornato ed efficace della vetrina Italia, che consente di conoscere e apprezzare la pluralità delle proposte e delle motivazioni che possono spingerli a scegliere i nostri innumerevoli centri turistici.

Abbiamo favorito l'incontro con tutto il sistema dell'operatività mondiale da parte dei nostri imprenditori turistici, mobilitando in occasione dei workshop e di decine di incontri commerciali tutta la rete della intermediazione e offrendo pacchetti e soluzioni di viaggi e vacanze di straordinaria ampiezza.

Attualmente, l'Enit e le Regioni programmano la loro presenza comune in tutti i più importanti mercati in occasione delle principali fiere e questa linea premia l'unità della partecipazione che consente a tutti coloro che sono presenti a queste manifestazioni di percepire più efficacemente l'impegno collettivo del Paese sul fronte della sua organizzazione e produzione turistica.

La presenza Enit e regionale, insieme a quella degli esponenti della nostra industria turistica, è dunque un forte fattore di incentivazione e motivazionale per la scelta dell'Italia e abbiamo conferma che il rapporto che si è determinato col nostro sistema turistico territoriale è fonte di rilevante business per gli operatori di viaggi internazionali.



mente questa funzione di orientamento e di supporto tecnico e organizzativo, attraverso un sistema di informazione e di assistenza ormai collaudato e molto apprezzato.

I nostri uffici all'estero hanno un ruolo preciso di ordine logistico, di orientamento degli operatori a gestire in termini produttivi e commerciali la loro presenza, di selezione degli operatori esteri, di assistenza agli stessi operatori esteri, per garantire la produttività del loro lavoro sul piano commerciale, di offrire spazi di incontro e occasioni di relazioni commerciali mirate ai prodotti.

Nell'ambito dell'informazione, il programma Club Italia prevede l'invio sistematico di una serie di pubblicazioni, tra cui:

- l'annuario degli alberghi;
- le numerose pubblicazioni promozionali e informative edite dall'Enit;
- il catalogo dei tour operator esteri;
- il calendario di fiere, congressi, workshop e altre iniziative previste nel piano dell'Enit, con informazioni sulle principali caratteristiche e le modalità di partecipazione;
- schede aggiornate sulle situazioni di mercato dei vari Paesi esteri;
- rapporti speciali redatti dall'Enit su problematiche generali o specifiche del turismo italiano ed internazionale;
- riviste Enit Italia e notiziari informativi.

Per quanto riguarda i servizi di assistenza, ai membri del Club Italia viene data la possibilità di fruire di locali e attrezzature degli uffici Enit all'estero per organizzare incontri di affari o altre iniziative, e ogni possibile assistenza per migliorare la conoscenza delle caratteristiche e del grado di affidabilità degli operatori esteri.

L'adesione al Club Italia consente ai membri di ricevere importanti servizi relativi alla promozione, tra cui:

- possibilità di partecipare a workshop e seminari riservati ai soci del Club;
- inserimento nei Club di prodotto;
- possibilità di acquistare spazi pubblicitari su pubblicazioni informative e promozionali edite dall'Enit in Italia e all'estero;
- partecipazione a campagne pubblicitarie sulla stampa internazionale;
- acquisto di spazi espositivi a prezzi agevolati nell'ambito degli stand allestiti dall'Enit;
- autorizzazione a utilizzare il logo "Club Italia" su tutto il materiale promozionale pubblicato dal socio.

L'Enit eroga anche importanti servizi di consulenza ai soci del Club Italia, organizzando, ad esempio, seminari periodici di formazione e aggiornamento sull'evoluzione delle principali aree di mercato e sui criteri da seguire per rendere più efficace la promozione e commercializzazione dei prodotti turistici.

Il giudizio che deriva da questa esperienza è quindi positivo e ci induce a investire sempre meglio in questo settore nella consapevolezza che i messaggi che possiamo lanciare, la rappresentazione diretta del sistema Italia e le opportunità di contatto diretto col mondo nazionale ed estero del turismo consentono una efficace internazionalizzazione delle nostre imprese turistiche.

Devo però anche rilevare che questa strategia comporta costi elevati e pertanto sollecita una sempre maggiore integrazione di obiettivi e di risorse da parte di tutti i soggetti che si associano in questo percorso.

La crisi delle economie più avanzate non favorisce la disponibilità di risorse da investire nella promozione e questo elemento deve sempre più convincerci che la preparazione concertata delle iniziative sui mercati internazionali è una condizione strategica fondamentale della politica di sviluppo del turismo nel nostro Paese.

Anche l'organizzazione delle fiere e delle borse turistiche in Italia deve tener conto di quei fattori che ho sottolineato all'inizio e in particolare del quadro economico e dell'evoluzione tecnologica. Il calendario delle manifestazioni turistiche che hanno l'obiettivo di richiamare l'attenzione del mercato della domanda estera è molto vasto. C'è bisogno di razionalizzare il calendario delle manifestazioni adottando un criterio che distingua tra le fiere che consentono di promuovere i grandi prodotti turistici a livello generale e quelle più legate alle specificità territoriali.

Allo stato attuale, la proliferazione delle manifestazioni non giova alla loro produttività poiché spesso impedisce la presenza selettiva di componenti estere idonee a qualificare tali eventi e a garantire un ritorno di elevata produttività per le nostre imprese.

Ritengo quindi che in un panorama di difficoltà economiche di molti mercati e anche del nostro Paese occorra una riflessione rigorosa e selettiva da parte dell'Enit e delle regioni per individuare i momenti e le convenienze più efficaci.

Il Club Italia

L'Enit è molto impegnato nell'offrire a regioni e imprese turistiche il massimo supporto. I nostri uffici "istruiscono" con largo anticipo tutte quelle fasi di lavoro che consentono agli operatori italiani di organizzare nel modo più proficuo la loro partecipazione. Il Club Italia, creato dall'Ente, svolge util-

Crescono i visitatori professionali della Bit

Nostra intervista ad Alberto Corsi, presidente di Expects.



Alberto Corsi



Con quasi 130.000 visitatori, la Bit è la più importante fiera del turismo in Italia, e una delle maggiori in Europa. Abbiamo rivolto alcune domande ad Alberto Corsi, presidente di Expects, la società che organizza l'evento.

Quali sono le sue considerazioni sull'andamento del turismo oggi?

Il mondo del turismo sta affrontando un momento difficile, ma nonostante il clima d'incertezza internazionale la voglia di viaggiare non si arresta. Il turismo si conferma tuttora come un'importante risorsa economica a livello mondiale e per Expects – organizzatore di Bit – oggi è fondamentale saper cogliere i segnali e anticipare le tendenze.

Expects svolge un attento lavoro di preparazione e ascolto con espositori e operatori professionali, interpretando le loro esigenze di anno in anno. Proprio per questo Bit 2003 ha lanciato la nuova formula Bit 4 You, cioè quattro intense giornate di lavoro invece dei tradizionali 5 giorni, proprio nel momento in cui il mercato ha richiesto un orientamento sempre maggiore al business e all'ottimizzazione di tempi e risorse.

Per quanto riguarda Bit, quali sono i maggiori competitor a livello europeo?

I maggiori competitor di Bit 2003 a livello europeo sono il Wtm di Londra, l'Itb di Berlino e il Futur di Madrid anche se Bit affianca alla connotazione di fiera internazionale il primato di più completa rassegna al mondo del prodotto Italiano.

Che influenza ha la proliferazione delle fiere di turismo in Italia?

Expects analizza con attenzione le evoluzioni del Sistema Turismo in Italia, e la nascita di diverse manifestazioni fieristiche dedicate al turismo conferma la vitalità del settore.

In risposta alle esigenze del mercato del Sud, Expects ha dato vita alla Fiera di Palermo a MediBit, una tre giorni dedicata alla promozione dell'industria turistica nazionale, siciliana e del bacino del Mediterraneo, che si è svolta con successo dal 21 al 23 marzo scorso. Nata dalla collaborazione tra l'Ente autonomo Fiera del Mediterraneo ed Expects, MediBit ha coniugato il know-how di Bit, Borsa Internazionale del Turismo con le esigenze del turismo euromediterraneo.

La nuova formula di Bit è stata un successo? Bit è una fiera per professionisti o per il pubblico?

La nuova formula ha fatto molto discutere, ma crediamo che i dati emersi grazie alla certificazione dei flussi di entrata possano rispondere da soli. La durata della manifestazione è stata ridotta di un giorno, ma ha saputo portare un maggior numero di visitatori e, soprattutto, ha incrementato il numero di operatori professionali: un obiettivo sicuramente centrato.

Dentro la nuova formula anche il pubblico trova il suo spazio, un pubblico che in questi ultimi anni è stato riqualificato, attirando sempre più viaggiatori che visitano Bit per preparare il loro prossimo viaggio. L'attenzione agli scenari mondiali e ai temi dell'industria turistica ha portato inoltre Expects a puntare su una manifestazione ricca nei contenuti, con una selezione qualitativa degli eventi, dei seminari e dei master class, per offrire allo stesso tempo formazione e momenti di confronto tra le diverse esperienze internazionali.

Quali sono stati i dati conclusivi di Bit 2003?

Bit 2003 ha raggiunto le 129.092 presenze, di cui 87.292 operatori professionali e 41.800 viaggiatori. Questo dato dimostra un notevole incremento

degli operatori, che hanno rappresentato il 68% dei visitatori contro il 61% dello scorso anno.

Quali sono le previsioni per Bit 2004?

In questo momento abbiamo ultimato i nostri ormai tradizionali momenti di ascolto e di verifica delle esigenze degli espositori, che hanno portato alla definizione degli aspetti che caratterizzeranno Bit 2004.

A breve partirà la campagna di comunicazione che, oltre a riconfermare la formula proposta lo scorso anno, porrà l'accento sulle novità progettate per favorire ancor di più l'incontro e il business tra gli espositori ed i diversi target (operatori professionali, agenti di viaggi e viaggiatori).

Ci sono in programma iniziative per esportare l'offerta italiana all'estero? Sono previste iniziative di internazionalizzazione?

Il mercato internazionale ha mostrato di apprezzare l'offerta italiana e vi è un grande interesse nei confronti del know-how italiano, forte di una grande tradizione e di una millenaria esperienza. Ne è testimonianza il successo di Buyitaly, il workshop dell'offerta turistica italiana, organizzato in Bit da Expects in collaborazione con Enit e Alitalia. In questa fase stiamo guardando ai mercati esteri con massima disponibilità verso possibili sviluppi in altri paesi.

G.P.



Robert East

Comportamento del consumatore

Apogeo, Milano 2003
pp. 432, euro 29,00

L'autore offre una sintesi efficace dell'argomento, esaminando teorie, metodologie e implicazioni per il marketing.



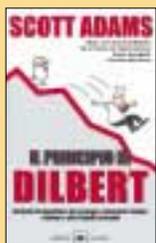
Con un approccio problematico, il testo collega i modelli teorici alla dimensione concreta del comportamento del consumatore.

Scott Adams

Il principio di Dilbert

Garzanti, Milano 2003
pp. 328, euro 7,50

Primo capitolo di una serie che ha venduto decine di milioni di copie in tutto il mondo.



Con 17 anni di azienda alle spalle, l'autore traccia un manuale di sopravvivenza alla vita d'ufficio in cui alterna fumetti e brani scritti.

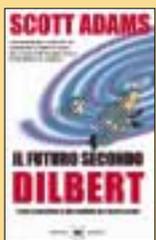
Il principio di Dilbert getta uno sguardo crudele e disincantato sul mondo manageriale, con intelligente ironia.

Scott Adams

Il futuro secondo Dilbert

Garzanti, Milano 2003
pp. 234, euro 7,00

Nel secondo volume della serie, Adams illustra la sua visione del marketing del XXI secolo:



lavoratori che non hanno idea di cosa fare, prodotti più intelligenti del consumatore, consumatori gonfi che comprano gli oggetti più inutili.

Un libro per chi nutre dubbi sulla propria collocazione negli scenari economici e sociali del futuro.

Rimini Fiera sempre all'avanguardia
Rimini Fiera always in the forefront

Nuove manifestazioni, con sviluppo nel settore del turismo e editoria specializzata, grazie all'acquisto di Ttg Italia, stazione ferroviaria interna, quattro nuovi padiglioni, privatizzazione
New exhibitions, with growth in tourism sector and in specialized publishing, thanks to the buy-out of Ttg Italia, inside railway station, four new halls, privatization

Importanti novità e progetti sono stati di recente annunciati dal presidente di Rimini Fiera, Lorenzo Cagnoni, e dal direttore generale, Piero Venturelli.

Intanto il budget 2003 prevede un valore di produzione di circa 41 milioni di euro, con un margine operativo lordo di 13 milioni. Cifre importanti se rapportate a quelle del 2001, anno di raffronto in considerazione delle manifestazioni biennali e triennali, che si chiuse con un fatturato di 29 milioni e 659 mila euro e un mol di 10 milioni e 370 mila.

Sul fronte delle esposizioni, le novità sono rappresentate da *Ecoc*, grande manifestazione itinerante sull'ottica integrata e le comunicazioni a fibre ottiche, in programma dal 21 al 25 settembre (la precedente edizione si è tenuta a Copenaghen); e da *Sinergy*, evento internazionale sull'energia, articolato in una esposizione e in un forum, dal 5 all'8 novembre.

La stazione ferroviaria interna al quartiere, sulla linea Milano-Bari, sarà pronta a dicembre. In primavera è partito il cantiere sul lato ovest dove, entro agosto 2004, saranno realizzati due nuovi padiglioni; altri due padiglioni saranno pronti entro agosto 2005 sul lato est. In totale l'area espositiva lorda salirà a 111mila m². Costo dell'opera, in due parti distinte per non danneggiare l'attività fieristica, circa 45 milioni di euro.

“Tra le novità del 2004 – spiega Venturelli – ci sarà lo svolgimento contemporaneo, dal 31 gennaio al 3 febbraio, di *Pianeta birra beverage & Co*

di *Mia, Mostra internazionale dell'alimentazione*. Il pubblico esprime la necessità di un appuntamento completo: spesso prodotti e tecnologie attraversa-

mento annuale b2b *Turismo conference*. Un'ulteriore



Lorenzo Cagnoni



Piero Venturelli

no orizzontalmente i luoghi di ristorazione. Sempre nel 2004 avremo *Tecnargilla*: il *Salone internazionale dell'impiantistica ceramica* da triennale diventa biennale. Operazione importante per il settore, la nostra organizzazione, e anche per il territorio. Ci sarà poi la nuova manifestazione, *Parti & Riparti*, rivolta al grande pubblico, in partnership con la società Progetti.”

Grande strategia sul turismo

“La grande novità del 2003 – spiega Cagnoni – riguarda il settore turismo: non lo avevamo finora affrontato a tutto tondo, perché volevamo partire al momento giusto con un'operazione che ci accreditasse con un ruolo di altissimo livello. Oggi Rimini Fiera presenta nel comparto una strategia che non comprende solo eventi fieristici. Una parte riguarda approfondimento, studio e ricerca, con l'appunta-

componente della strategia – prosegue Cagnoni – è l'acquisto di Ttg Italia dal Gruppo Seat Pagine Gialle. Acquisiamo così una manifestazione e un workshop internazionali, rigorosamente b2b, in grado di competere con quanto di meglio esista nel nostro paese.

Si tratta di *Ttg Incontri* e di *Tti Workshop del Turismo Incoming*, già a Riva del Garda, che si svolgeranno dal 10 al 12 ottobre. Al timone Rimini Fiera ha confermato il management di Ttg Italia, guidato dall'amministratore delegato Paolo Audino.

Ttg Incontri è la più importante fiera b2b del settore turistico e dal 1973 è la principale piazza d'incontro tra aziende turistiche e agenzie di viaggi. È il barometro del turismo in Italia (soprattutto outgoing), e osservatorio privilegiato su tendenze e andamento economico del settore.”

Tti da 3 anni è momento d'incontro tra l'offerta turistica italiana e i tour operator interessati al Prodotto Italia. Con la formula degli appuntamenti preorganiz-



Banca Opi
(Gruppo Sanpaolo-Imi)
e la società
di consulenza Kpmg,
gli advisor
che guideranno
il percorso
di privatizzazione
di Rimini Fiera

zati, gli espositori di *Tti* incontrano i tour operator per presentare novità e prodotti. *Ttg Incontri* e *Tti* nella scorsa edizione hanno raggiunto le 20mila presenze.

Con *Ttg Italia* – prosegue Cagnoni – Rimini Fiera acquista anche riviste specializzate nel turismo: il bisettimanale per operatori *Ttg Italia*; il mensile *Business Travel Magazine*, e il mensile per l'incoming *Tti*. Il rapporto tra fiere e editoria è comune nelle strategie degli organizzatori fieristici internazionali, mentre nel nostro paese è un percorso pressoché inedito.

Partiamo prudentemente, ma non escludiamo di estenderci ad altri settori dando vita a una divisione editoriale di Rimini Fiera.”

Il percorso di privatizzazione

Procede il percorso di privatizzazione di Rimini Fiera, con l'apertura al capitale privato. Gli advisor che guideranno l'operazione sono Banca Opi (Gruppo Sanpaolo-Imi) e la società di consulenza Kpmg.

I tempi sono stretti – conclude Cagnoni – poiché l'ingresso dei primi soci privati dovrà concludersi entro luglio. La quota prevista oscilla tra il 15% e il 20%, ma saranno ingressi molto influenti sullo sviluppo del business e la successiva quotazione.”

Important news and plans for Rimini Fiera Spa were announced by its President, Lorenzo Cagnoni and General Manager Piero Venturelli.

The budget figures for this year show an output of about 41 million euros, with a gross operating margin of 13 million euros. Important figures if considered against the 2001, the last year able to be used for comparison, because of the rotation of the biennial and triennial exhibitions, which ended with a turnover of 29 million euros and gross operating margin of 10,370,000.

A lot of 2003's new expos are already known, such as Ecoc, a large itinerant exhibition (last edition in Copenhagen) held in September, based on integrated optics and fibre optics communication; then there is Sinergy, an international event on energy, consisting in an expo and a forum and due to be held from November 5th to 8th.

The railway station in the expo centre, on the Milan-Bari line, will be ready in December. The works for the extension on the west side began in spring and two new halls will be realized by August 2004; extension works on the east side will begin with two new halls, ready by August 2005. Our gross exhibition area will rise to 111,000 m². The works, which will cost 45 million euros, are divided into two stages, in order to keep expo activities running normally.

“Among the innovations for 2004 – says Venturelli – Pianeta birra beverage & Co and the Mia International Food Show will be held simultaneously, from January 31st to February 3rd.

We established that the involved markets were interested in attending adjoining expos. The 'eating out' market expressed the need for a comprehensive event, as products and technology are often a common denominator in all types of food service. Also in 2004, there will be Tecnargilla: the International Ceramic Plant Exhibition, which changed its frequency from triennial to biennial. An excellent decision not only for the sector and our organization, but also for the surrounding area.

There will be also a new exhibition (Parti & Riparti), addressing the general public, which will be held in June simultaneously with the Festival of Fitness in partnership with Progetti.”

A great strategy for the tourist trade

“But the big news for 2003 – adds Cagnoni – regards the tourism. We have always touched on this sector with related expos, but we never faced it as a whole, because we preferred to wait and start off at the right moment with a venture that ensured Rimini Fiera a very high profile”. Now Rimini Fiera is able to present a global strategy: not only expos, but an extremely comprehensive plan. One part regards a moment of close attention, study and research, with the annual b2b Turismo Conference.

Another part results from the purchase of *Ttg Italia* from the Seat Pagine Gialle Group. We have thus bought a new exhibition and a workshop, which are strictly b2b international events, able to compete with the best Italy offers. They are *Ttg Incontri* and *Tti Incoming*

Tourism Workshop, from October 10th to 12th, until now in Riva del Garda; Rimini Fiera reconfirmed the management by *Ttg Italia*, led by Managing Director Paolo Audino.

Ttg Incontri is the tourist trade's most important b2b expo and since 1973 has been the major meeting place for tourist companies and travel agencies. This fair is the tourist trade's main barometer in Italy (particularly for outgoing tourism) and a privileged observatory for the sector's trends.

For three years *Tti* has been the meeting place for the Italy's tourist supply and tour operators interested in buying Italian. Using the formula of advance appointments, the exhibitors at *Tti* meet the most authoritative tour operators to present their new ideas and products. The last edition of *Ttg Incontri* and *Tti* was attended by 20,000 visitors.

“With *Ttg Italia* – continues Cagnoni – Rimini Fiera also buys three magazines: a twice-weekly magazine for trade members, *Ttg Italia*; a monthly, *Business Travel Magazine*; and a monthly about incoming tourism, *Tti*. The relationship between expo and publishing activity is often part of the strategies of international expo organizers, while it's almost never been experimented in Italy.

We are therefore starting cautiously, but do not exclude soon being able to expand into other sectors, setting up a real Rimini Fiera publishing division”.

The road to privatization

The ramp up to privatization with the opening up to private capital continues. Banca Opi (Sanpaolo-Imi Group) and advisory firm Kpmg are the advisors who will lead the operation.

“Time is tight – concludes Cagnoni – since the first entry of private shareholders must be finalized by the end of July. The foreseen percentage is between 15 and 20%, but these shareholders will have a great influence on business development and later stock market flotation”.

INTERNATIONAL
MEETINGS CONVENTIONS
AND INCENTIVES FAIR

BTC
INTERNATIONAL

BORSA INTERNAZIONALE
DEL TURISMO CONGRESSUALE
ED INCENTIVES



XIX EDIZIONE
2·3·4 DICEMBRE 2003
FORTEZZA DA BASSO · FIRENZE

Incontro tra l'offerta italiana ed estera ed i buyer nazionali ed internazionali che devono organizzare congressi, convention, seminari, meetings, presentazione di prodotti, corsi di formazione, viaggi d'incentivazione.

ESPOSITORI:

Centri congressuali · Sedi congressuali alberghiere · Dimore storiche · Ville e castelli · Catene alberghiere · Convention bureaux · Enti nazionali per il turismo · Enti pubblici · Oggettistica per congressi · Vettori · Dmc · Agenzie di spettacolo · Pco · Tour operator · Incentive house · Catering e società di servizi · Attrezzature tecnico · congressuali

VISITATORI:

Direttori marketing, commerciali e della comunicazione di aziende · Responsabili della formazione · Associazioni scientifiche e professionali · Sindacati · Agenzie di promozione vendite · Incentive houses · Organizzatori congressuali (pco) · Agenzie specializzate in viaggi incentives

BTC International - via Solferino, 8 - 50123 Firenze - Italia - tel. 055 261021 - fax 055 2610233 - www.btc.it - e-mail: btc@btc.it - n. verde 800 429383

Ora in Europa sono tre gli appuntamenti a contendersi il mercato mondiale del turismo congressuale e incentivi. La BTC International, la cui 19ª edizione si terrà a Firenze dal 2 al 4 dicembre, è il più anziano e blasonato essendo nato alla Fortezza da Basso nel 1985.

Il più giovane è l'Imex (vedi articolo a p. 72), la cui prima edizione si è tenuta con successo a Francoforte dall'8 al 10 aprile di quest'anno. Nato già grande, essendo prodotto dai guru del settore Ray Bloom e Paul Flackett che hanno ceduto l'Eibtm alla Reed Travel Exhibitions, l'edizione 2004 si svolgerà dal 12 al 14 maggio.

L'Eibtm la cui 16ª edizione si è svolta a Ginevra dal 20 al 22 maggio, con un successo senza precedenti (vedi articolo a p. 26), è l'altro contendente, che ha subito reagito spostando la sede a Barcellona e fissando le date 2004 dal 30 novembre 2 dicembre, in piena rotta di collisione con la BTC.

Memori del flop della World Meetings 2001 di Amsterdam, peraltro organizzata splendidamente in una splendida sede, ci chiediamo se ci sia posto in Europa per tre manifestazioni di livello mondiale nel settore.

Giriamo la domanda a Carlo Gattai, presidente della BTC International e segretario generale di Exposystem Srl, che organizza l'evento. Dottore qual è il suo parere?



BTC International, di fronte alla sfida europea

Nostra intervista al presidente Carlo Gattai

di Giovanni Paparo

“Con l'Eibtm a maggio e la BTC a novembre, le esigenze del mercato mi sembravano sufficientemente coperte. Ora col rientro di Bloom e Flackett, dopo la pausa prevista dal contratto di vendita, si apre una fase convulsa dagli esiti incerti.

I due personaggi si sono mossi con dovizia di mezzi (si dice che dalla vendita di Eibtm abbiano ricavato sei milioni di sterline, n.d.r.) e con appoggi molto importanti: in primis il German Convention Bureau, ma anche la Lufthansa, vettore ufficiale, e le principali associazioni di categoria. Non c'è riunione di categoria dove non fossero presenti con sponsorizzazioni.

Inoltre Francoforte è una piazza di assoluta eccellenza. La Fiera è leader mondiale, con strutture d'avanguardia, l'aeroporto, con quasi 50 milioni di passeggeri l'anno, è l'hub più importante dell'Europa continentale, la ricettività alberghiera è di prim'ordine, ...

Con i limiti del nostro aeroporto, l'Amerigo Vespucci, possiamo ricevere contemporaneamente poco più di 400 buyer esteri, soggiornano dal lunedì al giovedì, o addirittura al venerdì. Se avessi una situazione come a Francoforte o Ginevra, o Barcellona, potendo ricevere 500 buyer al giorno, dalla mattina alla sera, col risparmio sulle spese d'albergo, e la collaborazione del vettore aereo potrei farne venire anche 1600.”

Insomma, Firenze è una città meravigliosa di forte richiamo, ma ha delle penalizzazioni infrastrutturali che pesano negativamente.

“Esatto. Ora si sta ristrutturando la Fortezza da Basso con anche la viabilità e i parcheggi. Qualche miglioramento per l'aeroporto è in vista, ma ci troviamo a competere con dei colossi superdotati.

Ci conforta che i nostri partner, l'Enit e l'Alitalia, sono orientati a sostenere una sola manifestazione per linea di prodotto e per parte sua la BTC, nel 1988, ha ottenuto anche la qualifica di manifestazione internazionale. Qualifica che non si ottiene tanto facilmente, occorre soddisfare requisiti severi, e siamo costantemente sottoposti a verifica.

In Italia si riconosce che il turismo è il principale settore produttivo, ma poi mancano le risorse per la sua promozione. E l'Enit fa fatica a fornire supporto a circa 30 manifestazioni sul turismo. Penso che occorrerà fare delle scelte. D'altra parte se non si tiene il passo si va fuori mercato.”

Pensa ci sia un rischio reale per la BTC International di andare fuori mercato? E ritiene sufficiente il supporto offerto dalle realtà locali?

“L'Eibtm, minacciata da Imex, si è spostata sulle nostre date, e va a Barcellona, un'altra piazza estremamente competitiva. L'attacco contro di noi è quindi diretto e temibile.

Stiamo studiando a nostra volta l'eventuale riposizionamento delle date, potrebbe essere fine ottobre, fine gennaio, inizi luglio, vedremo.

Dalla nostra parte, oltre a una città meravigliosa, piena di fascino, e a un territorio ric-

chissimo di risorse per l'offerta, abbiamo anche un servizio molto curato e prezzi molto competitivi. Circa 250 euro a m², mentre Eibtm e Imex viaggiano sui 750 euro a m².

Potrei forse aumentare un po' le tariffe e portare più buyer ospitati, aumentando gli appuntamenti prefissati da oltre 10.000 a 20.000. Ma come faccio con le strutture, con l'aeroporto che più di tanto non regge?

La Regione Toscana, la Camera di commercio di Firenze fanno la loro parte, ma non basta, forse bisogna fare qualche cosa di più.



Dottor Gattai, oggi Rimini ha il più moderno e funzionale quartiere fieristico d'Italia. Presto ci sanno i nuovi quartieri di Milano e Roma, piazze ben dotate a livello europeo. Viene da pensare che se l'Italia avrà qualche chance di mantenere una fiera internazionale del settore, non è detto che questa potrà continuare a svolgersi a Firenze.

Questo è possibile. Come vede l'Eibtm per essere più competitiva si sposta a Barcellona. Il mondo delle fiere è tipico per la sua capacità di adattamento ai cambiamenti del mercato e anche per la capacità di anticiparli. O si adatta il singolo operatore, o questo soccombe e altri giungono a coprire i vuoti.

Operiamo in un mercato aperto e certe cose dobbiamo metterle in conto. Per quanto ci riguarda, sapremo batterci bene. L'esperienza e le capacità che abbiamo accumulato non sono da niente, abbiamo un patrimonio di professionalità e di credibilità che ci rendono fiduciosi verso il futuro.





Buy Emilia Romagna: una regione in fiera

Buy Emilia Romagna è un'iniziativa di commercializzazione promossa da Confcommercio Emilia Romagna e Apt Servizi dell'Emilia Romagna.

La manifestazione è rivolta esclusivamente all'offerta turistica regionale, e si sviluppa come un macro-evento volto a presentare, valorizzare e commercializzare tutte le risorse turistiche della regione, enfatizzando specifici prodotti-guida (città, costa, terme, appennino), ma favorendo anche la conoscenza delle possibilità di contaminazione tra i prodotti che le aree regionali propongono.

Buy Emilia Romagna, in programma ogni anno a marzo/aprile, ha come obiettivo di consolidare l'immagine della Emilia Romagna tra gli operatori internazionali, associando ai prodotti turistici tradizionali opportunità nuove (motori, golf, musica&opera).

L'evento prevede l'opportunità per i partecipanti di conoscere il territorio tramite educational nelle località della regione, manifestazioni di carattere culturale, artistico ed enogastronomico, e momenti di contrattazione (la Borsa turistica) a Bologna.

In otto edizioni, Ber ha portato nella regione oltre 400 rappresentanti di tour operator e agenzie di viaggi internazionali:

alcuni lavoravano già con l'Emilia Romagna, e cercavano nuove opportunità da sviluppare, altri (circa il 50%) non conoscevano la regione.

L'edizione 2003 del Buy Emilia Romagna ha offerto agli operatori un programma collaterale ricco e vario. Durante i 6 giorni della manifestazione si sono svolti 14 educational tour in regione, alcuni a carattere

specialistico (golf, wellness, ecc), altri misti. Un'organizzazione complessa e articolata che ha offerto ai buyer un assaggio di quanto di meglio la regione ha da offrire. Una giornata è stata dedicata alle contrattazioni del workshop su appuntamento. A ogni operatore è stata fornita un'agenda di appuntamenti, creata sulla base delle specifiche richieste espresse sia dai compratori che dai venditori (operatori dell'offerta dell'Emilia Romagna).

Da notare che Buy Emilia Romagna è anche on line. Sul sito ufficiale dell'evento (www.buyemiliaromagna.it) gli operatori dell'offerta e della domanda hanno la possibilità di registrarsi e trovare informazioni dettagliate, notizie utili e curiosità della passata edizione.

Per saperne di più:
SDA Team-Econstat Srl
tel. 051264941, fax 051224830
email sdateam@sdateam.it

I viaggi di Outis, la Mostra del turismo di qualità per il viaggiatore attento

Organizzata dalla Assoexpo, dal 9 all'11 maggio 2003, al Palazzo delle Stelline di Milano, si è svolta la 7ª edizione della manifestazione espositivo-culturale *I viaggi di Outis - Mostra del turismo di qualità*.

La mostra è l'unica in Italia costruita e pensata esclusivamente per un pubblico interessato al turismo di qualità: viaggiatori esigenti, che non amano

la formula del tutto compreso, trovano ad *Outis* associazioni, enti, operatori specializzati che, con sapienza e passione, propongono viaggi di forte intensità e itinerari personalizzati.

Momento fondamentale della manifestazione è l'offerta espositiva di tour operator, associazioni, enti del turismo, editori, centri culturali e sportivi, parchi, teatri, musei, ville e castelli che propongono itinerari di

viaggio e programmi caratterizzati da elevati livelli qualitativi.

Gusto della scoperta, responsabilità sociale, attenzione all'ambiente e alla cultura locale sono gli elementi che contraddistinguono i viaggi proposti, indirizzati ad una nicchia di pubblico, peraltro sempre più ampia.

La manifestazione, grazie alla sua impostazione basata sull'importanza di un approccio culturale del viaggio e di comportamenti turistici più responsabili, è stata testimone attiva, negli anni, della crescita di sensibilizzazione e interesse verso un turismo meno omogeneizzato e più intelligente.

I viaggi di Outis si contraddistingue per un articolato programma di iniziative culturali (mostre, dibattiti, incontri con grandi viaggiatori, reportage di viaggio, rassegne cinematografiche, presentazioni di libri ecc), che si svolgono sia nella

sede della mostra che nel più ampio programma de *La Settimana del Viaggio*, evento che coinvolge per otto giorni spazi, enti, istituzioni di Milano sul tema del viaggio.

Un ulteriore aspetto della manifestazione è l'affiancamento della nuova sezione *Musei & Musei*, curata dall'associazione Nic-Nuove Imprese Culturali, un'ampia area dedicata, per la prima volta, a tutti i Musei della Lombardia, con incontri e convegni su temi della gestione, della cooperazione e della valorizzazione del patrimonio culturale, turistico ed enogastronomico esistente sul territorio.

I dati di Outis 2003 testimoniano del crescente successo della fiera: vi hanno partecipato 80 espositori e 6500 visitatori.

La prossima edizione si svolgerà a maggio 2004.
Per ulteriori informazioni:
Assoexpo, Associazione Promozione Mostre
tel. 024815541, fax 02.4980330
email: assoexpo@assoexpo.com
url: www.outis.org



Foto di Sebastiano Salgado, esposta alla mostra *Homo migrans*

CONVEGNI & CONGRESSI

CONVENTIONS AND CONFERENCES



spazi e servizi per incontrarsi al meglio
areas and facilities for meetings



- 8 sale allestite di diverse dimensioni (da 30 a 600 posti) per complessivi 1.400 posti.
- Grandi spazi polivalenti adatti alle più diverse iniziative culturali, tecnico-scientifiche e promozionali.
- Tecnologie sofisticate e servizi di qualità.



- 8 equipped halls from 30 to 600 seats each, for a total of 1.400 seats.
- Elegant and comfortable setting.
- Multi purpose areas.
- Sophisticated technology and reliable services.

Un punto di riferimento unico per ospitare incontri di medio-piccole dimensioni e grandi eventi culturali.
The ideal place to host small meetings and major congresses.

www.veronacongressi.it



Viale del Lavoro, 8 - 37100 Verona - Italia - Tel. +39 0458 298 111 - Fax +39 0458 298 288
<http://www.veronafiere.it> - congressi@veronafiere.it

“Trapani cammina... e produce” esce dalla Sicilia e gira le piazze italiane

Promossa nel dicembre 2002 dalla Camera di commercio di Trapani, l'esposizione itinerante di prodotti locali *Trapani produce e...cammina* è stata presente ad Anghiari (AR), dal 25 aprile al 4 maggio di quest'anno, alla XXVII Mostra Mercato dell'Artigianato della Valtiberina, svoltasi entro le mura medievali del comune aretino.

“L'intento delle due realtà e degli enti delle due province è lo stesso: migliorare la competitività delle aziende artigiane, attraverso un'azione di marketing diretta nei mercati italiani e internazionali”, spiega il presidente della Camera di commercio di Trapani, Giuseppe Pace, e aggiunge, “bisogna rivolgere particolare attenzione ai mercati di nicchia, che possono diven-

tare globali attraverso il commercio elettronico.”

L'esposizione itinerante *Trapani produce e cammina* è stata inaugurata lo scorso 14 dicembre nel capoluogo siciliano. Il tour è durato 26 giorni, durante i quali lo show-room mobile ha visitato le piazze dei comuni della provincia. I visitatori sono stati oltre 35 mila. Per le aziende locali, l'iniziativa promossa dalla Camera di Commercio è stata un'occasione per dare visibilità ai propri prodotti, molti dei quali, negli ultimi tempi, stanno guadagnando importanti fette di mercato non solo in ambito regionale, ma in tutta la penisola, e in alcuni casi in Europa e Asia.

“L'idea di un'esposizione viaggiante delle tipicità della provincia di Trapani è stata vin-

cente”, commenta Giuseppe Pace. “Il buon numero di visitatori ne è una conferma, che rappresenta uno sprone a migliorare un'idea al servizio di chi lavora e investe sul territorio”.

Lo show-room è stato curato dall'Azienda speciale servizi alle imprese della Camera di Commercio, presieduta da Giuseppe Riggirello. Sessanta i marchi presenti, a coprire vari settori: dall'agroalimentare all'artigianato, passando per l'industria; i visitatori che hanno affollato gli stand della manifestazione hanno potuto degustare olio, formaggi, miele, vino e conserve delle aziende locali, ma anche ammirare i tradizionali tappeti ericini o i pregiati marmi di Custonaci, o ancora gli abiti confezionati da case di moda trapanesi.



Giuseppe Pace

“La risposta delle aziende”, ha commentato in chiusura Giuseppe Riggirello, “è stata soddisfacente. Il tour trapanese è il primo passo verso un progetto di più ampio respiro.”

Dalla primavera di quest'anno, lo show-room, nell'ambito del Progetto *Eva* (Esposizione viaggiante agro-alimentare), ha iniziato a uscire dalla Sicilia e a visitare le più importanti piazze italiane.

AgrieTour: l'agriturismo italiano in vetrina

Dal 5 al 7 dicembre al Centro Affari di Arezzo il 2° Salone dell'agriturismo e dell'offerta territoriale

AgrieTour, il 2° Salone dell'agriturismo e dell'offerta territoriale (Centro Affari di Arezzo, 5-7 dicembre 2003) si propone come l'unico evento di taglio internazionale interamente dedicato all'agriturismo italiano: dalle vacanze ai prodotti tipici, dalle forniture ai territori rurali. Forte del successo della 1ª edizione, con la presenza di 4mila operatori del settore, punta quest'anno a raddoppiare la partecipazione degli agriturismi, delle amministrazioni e del pubblico.

I motivi per partecipare ad AgrieTour sono molti. A partire dall'esposizione di interi territori rurali, con una nuova sezione dedicata all'agriturismo nei parchi, sino al workshop turistico, che lo scorso anno ha visto presenti 50 tour operator specializzati provenienti da 12 paesi esteri. Quest'anno la manifestazione

vedrà coinvolti in modo significativo anche i protagonisti della gestione dell'offerta di incoming a livello nazionale.

Cuore della manifestazione sarà l'intenso programma di seminari, forum e convegni dedicati a un settore in continua crescita, che negli ultimi 10 anni ha triplicato fatturato e numero d'impres. I temi sono relativi ai nuovi spazi di espansione per il settore, come l'eco-agriturismo (forme di interazione tra agriturismo e ambiente); l'agriturismo e la fede (offerte integrate sugli itinerari della fede); l'agriturismo e il plein air (agricampeggio, escursioni); l'agriturismo per tutti (dedicato ad anziani e disabili) e l'agriturismo nei parchi (percorsi studiati con le associazioni per l'ambiente e i parchi italiani).

Tra i convegni, l'appuntamento che riunisce operatori e amministratori del settore,

dedicato quest'anno al *Sistema Agriturismo Italia*: come fare promozione d'impresa attraverso le amministrazioni locali.

Per quanto riguarda i visitatori, l'apertura negli ultimi 2 giorni sarà all'insegna del gusto col festival agrituristico dell'enogastronomia: un autentico tour nella campagna italiana, le produzioni, le ricette tradizionali.

Un evento che vuol costituire pertanto un punto di incontro tra domanda e offerta nel setto-

re del turismo rurale, nonché un'opportunità di servizio tecnico e culturale per le imprese agrituristiche e per gli “addetti ai lavori” che sia nel pubblico che nel privato hanno interessi e competenze in materia.

Realizzato dal Centro Promozioni e Servizi di Arezzo in collaborazione con Anagritur (consorzio che unisce le associazioni di settore: Agritunist, Terranostra, Turismo Verde), col patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali e dell'Enit, AgrieTour coinvolge nell'organizzazione le maggiori compagini istituzionali del territorio.



Veneto for you: di scena l'offerta della prima regione turistica italiana

Dal 26 al 28 giugno, su 10.000 m² nel Terminal Passeggeri, della Nuova Stazione Marittima di Venezia, si tiene *Veneto For You*, 2° *Workshop Internazionale del Turismo nel Veneto*, organizzato da Regione Veneto e Centro Estero delle Camere di Commercio del Veneto. Con questa manifestazione, la prima regione turistica italiana, oltre 58 milioni di presenze, propone la propria offerta di vacanze che comprende città d'arte, mare, montagna, lago, terme, parchi naturali, e itinerari enogastronomici.

Con la formula del workshop si incontreranno 1000 operatori della regione e 200 tour operator provenienti Europa, dall'America e dall'Asia.

Alle giornate dedicate agli incontri d'affari (26 e 27 giugno) sono abbinati educational tour, che consentono ai compratori di vedere e valutare in prima

persona i prodotti da inserire nei cataloghi vacanze.

"Buy Veneto presenta e valorizza l'offerta della regione, influenzando direttamente la domanda estera", spiega

Floriano Pra, assessore al Turismo della Regione. "Obiettivo della 2ª edizione è capitalizzare l'esperienza e allargare il cerchio estendendo la proposta al mercato extraeuropeo. Con 58 milioni di presenze e 15 miliardi di euro di fatturato, il Veneto è la prima regione turistica italiana. Intendiamo arrivare, nei prossimi anni, a 70 milioni di presenze. Veneto For You è il braccio operativo, con un ruolo essenziale per rafforzare la nostra capacità di crescita."

"Sul mercato turistico si sono affacciati concorrenti che



ci inducono a elaborare politiche di penetrazione sui mercati sempre più complesse", spiega Vittorio Panciera, responsabile fiere e promozione della Regione. "Veneto For You rappresenta una risposta puntuale a tale esigenza. Questo mettendo sul mercato una vasta offerta di turismi: culturale, enogastronomico, sportivo, religioso, incentive e congressuale. Senza dimenticare l'offerta per la terza età, il turismo salute e quello verde legato alla natura."

www.regione.veneto.it/buyveneto

La 2ª Borsa italiana del turismo in campagna

di Angelo Lo Rizzo

Il turismo in campagna è un fenomeno relativamente nuovo: nato in modo spontaneo, si sta organizzando e trasformando in realtà economica, e attira l'attenzione di settori sempre più vasti della domanda turistica. Per questo motivo la *Borsa italiana del turismo in campagna* intende favorire una crescita organizzativa e offrire un'immagine chiara e qualificata dell'accoglienza rurale.

Giunta alla 2ª edizione, la *Bitc* è promossa dalle Province

di Ascoli Piceno e Macerata, in collaborazione della Regione Marche. La 1ª edizione si è svolta nel 2002 alla Abbazia di Fiastra (Mc), e ha visto la partecipazione di operatori della domanda provenienti da tutta Italia, ma anche Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Olanda, Regno Unito, Spagna e Svizzera. Quest'anno si è trasferita al complesso monumentale di *Villa Baruchello*, nel Comune di Porto Sant'Elpidio (Ap), dal 7 al 10 maggio.

Il turismo in campagna è un prodotto complesso che ha bisogno di un'immagine, una gestione imprenditoriale, una comunicazione mirata e un marketing specifico.

Obiettivi che la Borsa si prefigge, favorendo l'incontro fra i maggiori operatori italiani ed esteri interessati a questa tipologia di turismo.

Ma la Borsa è anche momento e luogo in cui si evidenziano, in dibattiti specifici, i molteplici aspetti del settore: dagli sviluppi socio-economici a quelli riguardanti l'impatto territoriale, per arrivare all'analisi dei servizi di supporto. Insomma, campagna come contenitore di natura, cultura, arte, e meta ideale di turismo: paesaggi bellissimi, tradizioni, enogastronomia. Ci sono tutte le premesse perché il turismo in campagna entri a pieno titolo nell'offerta turistica nazionale.

Per saperne di più:
T.E.C. Territorio e Comunicazione
tec@fiereturismo.it
www.fiereturismo.it

ALLESTIMENTI E SERVIZI



GONFALONI MUNICIPALI



CONVEGNI E CONGRESSI



ALLESTIMENTI EVENTI



CORREDI DA UFFICIO

bandiere nazionali e personalizzate,
arazzi e gonfalon
allestimenti per convegni, sfilate, spettacoli,
fiere, stand e gazebo
impianti audio, arredo urbano, cartellonistica,
insegne, striscioni, servizi per cerimonie,
interpreti, hostess, tecnici

ITALBANDIERE
di Dante Gentile
S.S. 150, km 21
Telefax 0861 32 95 66
Villa Vomano (Teramo)

Domenico Cacopardo
Giacarandà
 Marsilio, Venezia 2002
 pp. 210, euro 13,50

Cacopardo propone una storia di passione e potere, dove gesuiti e domenicani in perenne contesa sfruttano odi, inimicizie e debolezze delle famiglie locali per il controllo del territorio.

Un racconto lungo un anno ambientato nella Sicilia di metà Settecento.

Giovanni Battista Pirelli
Viaggio di istruzione all'estero
Diario 1870-1871
 Marsilio, Venezia 2002
 pp. 272, euro 18,00

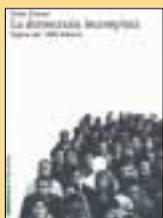
Il diario di un anno di viaggio di formazione nell'Europa industriale da parte di uno dei più innovatori industriali italiani.

Nelle annotazioni di Pirelli il percorso che lo ha portato a fondare nel 1872 una fabbrica da "seconda rivoluzione industriale", concentrato di capacità imprenditoriale e innovazione tecnologica.

Piero Craveri
La democrazia incompiuta
Figure del '900 italiano
 Marsilio, Venezia 2002
 pp. 360, euro 26,00

L'autore analizza, tramite alcune delle figure chiave del Novecento politico (Sturzo, De Gasperi, Lama, La Malfa e altri) i motivi di una "democrazia incompiuta" come quella italiana.

La causa: una struttura a cerchi concentrici, che mantiene parti della società fuori dalla vita delle istituzioni, impedendo alla democrazia di trovare un approdo definitivo e stabile.



Innovazione tecnologica al servizio del turismo, le novità di Expovacanze 2003

Articolazioni specializzate: Mediterre, Fiera dei parchi del Mediterraneo; Expo contract, Arredamento e Forniture per alberghi e Btl, Borsa turistica del Levante

di Bernardino Marino

Promuovere occasioni d'incontro tra la domanda e l'offerta turistica. Con questo obiettivo è nata alla Fiera del Levante di Bari *Expovacanze*, *Salone del turismo internazionale* che si svolge in concomitanza con Expolevante.

Su 20.000 m², la grande vetrina dedicata al panorama turistico nazionale e internazionale ha ospitato alcuni tra i maggiori tour operator nazionali, insieme ai rappresentanti delle più importanti compagnie aeree e di crociere, e a numerosi Enti di promozione turistica di Paesi europei e mediterranei.

Tantissime le proposte presentate dagli operatori del settore, tra i quali spiccavano i marchi di Alpitour, Valtur, Viaggi del Ventaglio, Costa Crociere, Trenitalia, Volare, Francorosso, British Airways e Qantas. Presenti inoltre le rappresentanze di Germania, Croazia, Tunisia, Finlandia, Svizzera, Grecia, Spagna, Australia.

Testimonial d'eccezione è stato Patrizio Roversi, un uomo che di turismo (per caso o no) se ne intende.

Per l'edizione di quest'anno *Expovacanze* si è presentata agli oltre 18.000 visitatori in una veste completamente rinnovata, grazie alla partnership con Openet Technologies di Matera. L'azienda lucana, leader nei servizi di comunicazione multicanale, ha realizzato la registrazione degli eventi più importanti che hanno caratterizzato i giorni di fiera, e ne ha curato la diffusione attraverso un canale satellitare tematico. È stato inoltre possibile collegarsi in ogni momento con la Fiera del Levante via Internet.

Per il turista amante dei viaggi a stretto contatto con la natu-



ra, la Fiera del Levante in collaborazione con Regione Puglia e Federparchi ha creato *Mediterre*, rassegna dedicata ai Parchi e alle aree protette del Mediterraneo.

Unica nel suo genere in Italia, *Mediterre* ha attirato subito l'interesse dei visitatori per l'importanza del messaggio trasmesso: salvaguardare le aree protette e rispettare l'ambiente anche nei luoghi più frequentati turisticamente.

"Solo così i nostri figli - ha affermato il presidente di Federparchi, Matteo Fusilli, commentando l'iniziativa - un domani potranno trovare inalterati i luoghi che noi abbiamo ammirato in tutta la loro bellezza. Dobbiamo fare di tutto perché questo accada, cominciando con la promozione di ogni iniziativa per diffondere una nuova educazione al turismo."

Insomma, turismo a 360 gradi, vista l'importanza sempre crescente che il comparto riveste per il territorio pugliese. Un'attenzione particolare è stata dedicata all'interno di

Bari, punto d'incontro fra Oriente e Occidente. E la Fiera del Levante, che da oltre 70 anni svolge un ruolo fondamentale per lo sviluppo economico di Puglia e Mezzogiorno, non può ignorare le enormi potenzialità offerte da questa strategica posizione geografica.

Ha compreso, forse prima di altri, l'importanza di rivolgersi ai mercati d'oltre Adriatico, e a tale scopo ha posto in essere una serie di iniziative. Prima tra tutte la creazione di un network fieristico che consente alle imprese centro-meridionali di partecipare alle maggiori rassegne specializzate dei paesi balcanici con un sistema integrato di servizi "chiavi in mano" e costi contenuti.

Fondamentale in questo cammino è la partnership coi principali Enti fieristici dei Paesi del bacino mediterraneo, che vivono un momento di rinascita economica dopo un lungo periodo di vicissitudini politiche e instabilità istituzionale.



Expovacanze al rapporto con gli operatori specializzati. Non solo tour operator, ma anche gestori di hotel, pensioni, agriturismo e bed & breakfast; a questi esercizi è stata dedicato *ExpoContract*, *Salone delle attrezzature alberghiere e degli arredamenti per comunità*.

Grande interesse ha suscitato quest'anno la *Btl*, *Borsa Turistica del Levante*, creata all'interno di Expovacanze per favorire il dialogo tra buyer internazionali e operatori del settore locali. Hanno preso parte alle contrattazioni buyer provenienti da 12 Paesi tra cui molte nazioni europee, il

Giappone e gli Stati Uniti. I risultati non si sono fatti attendere, segno di una rinnovata consapevolezza all'estero che il "prodotto Puglia" può e deve essere venduto in tutti i mesi dell'anno.

L'evento, organizzato dalla Regione Puglia, dalla Fiera del Levante e dal Cotup (Consorzio degli operatori turistici pugliesi) ha costituito anche un momento di riflessione per coloro che si apprestano a pianificare nuove iniziative per incentivare lo sviluppo turistico della regione. L'obiettivo è quello di unire gli sforzi da parte di tutti gli organismi pre-

posti, ovvero Regione Puglia, enti locali, operatori del settore e Fiera del Levante, per far diventare sistema un turismo per lungo tempo affidato alla buona volontà di pochi.

"La concertazione è diventata un'esigenza sempre più pressante del settore turistico e non solo - ha affermato il presidente della Fiera del Levante, Luigi Lobuono - ed è uno tra i principali obiettivi delle nostre manifestazioni turistiche. Expovacanze, Mediterre e la stessa Btl sono momenti attuativi dedicati alla crescita del comparto. L'attenzione attorno alle nostre iniziative ci fa capire come questo settore sia una scommessa imprenditoriale per i prossimi anni."

"Le esigenze di mercato cambiano - ha dichiarato infine Gianni Tursi, segretario generale della Fiera del Levante - e l'Ente fieristico barese cerca di anticipare i bisogni del grande pubblico e degli operatori, piut-

tosto che seguire passivamente le mode. Una scelta di investimenti e progettualità non semplice ma produttiva sul lungo periodo. La Fiera dedicata al turismo si è dimostrata quest'anno uno strumento privilegiato per favorire il dialogo tra operatori, istituzioni e pubblico, offrendo una prospettiva di incremento del settore che ci incoraggia ad andare avanti in questa direzione e a specializzare sempre più la rassegna."

Luigi Lobuono



La "politica estera" della Fiera del Levante

L'ente fieristico barese affiancherà un "corridoio fieristico" al "Corridoio 8", collegamento commerciale tra la costa adriatica e il Mar Nero

La realizzazione del Corridoio 8, arteria che unisce la costa adriatica al Mar Nero, costituirà un'ulteriore opportunità per abbattere gli ostacoli, in quei territori, all'avvio di un processo di crescita armonica e complessiva che si estenda dalla costa fino alle regioni più interne, valorizzando le risorse di ogni Paese.

Questo complesso programma raccorda le iniziative di cooperazione fra Paesi dell'Europa sud-orientale e concorre a inserire la Puglia nei grandi circuiti internazionali. Per queste ragioni la Fiera del Levante ha scelto di contribuire alla sua concretizzazione, realizzando lungo lo stesso percorso un "corridoio fieristico".

Stipulando accordi bilaterali con le principali realtà fieristi-

che del Sud-Est europeo - Tirana (Albania), Skopje (Macedonia), Plovdiv (Bulgaria), Salonicco (Grecia), Bucarest (Romania), Budva (Montenegro) e Izmir (Turchia) - la Fiera del Levante cerca di agevolare concretamente le pmi italiane nel processo di internazionalizzazione verso quelle aree.

Gli accordi, infatti, prevedono lo scambio di espositori e buyer nelle rispettive rassegne, e agevolazioni agli operatori che intendano partecipare a più di uno di tali eventi, sia in termini di riduzioni tariffarie, sia di assistenza organizzativa e logistica.

I primi risultati non si sono fatti attendere. Dal 1998, anno in cui si è svolta la prima edizione della Fiera del Levante in Albania, si sono sviluppate nuove correnti di traffico e

opportunità di scambi diretti con gli operatori balcanici.

Attualmente l'Ente barese vanta nei Balcani un ruolo di primaria importanza, riconosciuto anche a livello istituzionale. Alla Fiera del Levante è stato istituito inoltre lo "Sportello per l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese", struttura fortemente voluta dal vice ministro alle Attività produttive, Adolfo Urso, e dal presidente della Regione Puglia, Raffaele Fitto.

La struttura ha la funzione di sostenere e promuovere le piccole e medie imprese italiane che decidono di allargare la propria attività verso i Balcani, anche con l'ausilio dell'Ice, della Sace, della Simest, di Finpuglia e dell'Unioncamere regionale della Puglia.

Il 9 settembre 2002, all'interno del quartiere, è stato firmato il Memorandum of Understanding sul Corridoio pan-europeo n° 8. Quello stesso giorno la Fiera del Levante è stata scelta come sede del segretariato politico del corridoio, uno strumento di comunicazione e interscambio tra i Paesi membri per favorire lo sviluppo della cooperazione economica oltre che culturale e politica.

Attraverso questi strumenti normativi e commerciali, la Fiera del Levante può oggi assolvere più compiutamente al proprio ruolo di propulsore dell'economia territoriale, recuperando a pieno titolo la propria vocazione geografica che già dal suo nascere la spinge a guardare a "Levante".

Franco Cordero

Le strane regole del signor B.

Garzanti, Milano 2003
pp. 272, euro 13,50

Da un attento osservatore della "questione giustizia", un'analisi puntuale e feroce condotta con ampio respiro storico e vena satirica corrosiva.



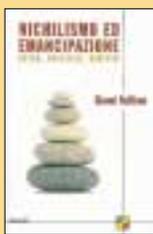
Dal conflitto d'interessi alle rogatorie, Cordero spiega le conseguenze dei più discussi provvedimenti del governo Berlusconi.

Gianni Vattimo

Nichilismo ed emancipazione Etica, politica, diritto

Garzanti, Milano 2003
pp. 176, euro 13,50

Uno dei maggiori filosofi italiani, padre del "pensiero debole", cerca la via per pensare la politica, l'etica e la giustizia dopo la fine delle ideologie e dei principi immutabili.



Vattimo affronta in questa chiave questioni attuali come la globalizzazione, l'ambiente e la pluralità culturale.

Ermanno Bencivenga

Una rivoluzione senza futuro Perché la sinistra non può (più) dirsi marxista

Garzanti, Milano 2003
pp. 112, euro 14,50

Bencivenga propone una resa dei conti col marxismo, dettata dall'esigenza di ripensare le forme di convivenza sociale.



Attraverso un'analisi critica, l'autore individua le incongruenze del pensiero di Marx, che gli impediscono di essere ancora considerato fonte di ispirazione per la sinistra europea.



Calendario e novità di Fiera Bolzano

Va forte il Centro congressi. Hotel, vetrina per l'industria turistica altoatesina. La trasformazione in Spa e il nuovo Consiglio di amministrazione

Un bilancio complessivamente positivo: è quanto si legge nei libri di Fiera Bolzano per il 2002. Con un fatturato passato da 1.982.000 euro nel 1992 a circa 5.700.000 nel 2002, l'Ente è di forte impulso per l'economia altoatesina, e ha un successo che conferma lo storico ruolo di cerniera tra il nord e il sud d'Europa. Le manifestazioni in calendario coprono i settori più importanti dell'economia locale: tecnologia alpina e invernale, frutticoltura, agricoltura, edilizia e alberghiero.

Negli ultimi anni operatori economici e pubblico hanno mostrato di apprezzare l'attività di Fiera Bolzano, come dimostrano le cifre: dal 1991 sono aumentati gli espositori (passati da 1164 nel 1992 a 1901 nel 2002), la superficie espositiva (da 35.864 a 71.798 m²) e i visitatori, 171.000 nel 2002.

Il calendario 2003-2004 di Fiera Bolzano comprende 12 manifestazioni; inoltre, nel centro servizi del quartiere fieristico è ubicato un centro congressi che nel 2002 ha ospitato 158 manifestazioni a cui hanno partecipato 17.500 persone.

Il 2003 è stato aperto a febbraio da Bauschau, Fiera specializzata per l'edilizia, e da Lignomec, dedicata alla lavorazione del legno. Ai due eventi hanno partecipato 449 aziende, di cui 177 provenienti dall'estero, mentre i visitatori sono stati circa 26.500. Altre manifestazioni già svolte sono ProWinter

(10-12/4), dedicata ai professionisti degli sport invernali, Tempo Libero, Salone per sport, hobby, auto, vacanze e montagna (25/4-1/5), e Floralia, Mostra dei fiori quinquennale, dal 25 aprile al 1° maggio.

L'attività di Fiera Bolzano riprenderà con la Fiera Internazionale d'Autunno, dal 13 al 21 settembre. Con l'edizione 2002 la manifestazione ha ridefinito i contenuti e il layout espositivo. Suddivisa in 6 saloni (Saporita, Tecno, Art, Edilbau, Home, Service), ha ospitato un "business forum", spazio dedicato all'analisi di argomenti di natura economica, e un "family forum", riservato a temi legati alla cultura, alla famiglia, alla salute e alla natura.

Hotel dal 20 al 23 ottobre

Hotel, Fiera internazionale specializzata per alberghi e gastronomia, avrà luogo non più in primavera ma dal 20 al 23 ottobre. Stante che ogni anno in Alto Adige si registrano 25 milioni di pernottamenti, per l'industria turistica altoatesina l'appuntamento con Hotel è d'obbligo. Anche nel 2003 la accoglierà operatori e pubblico con mostre a tema, concorsi, degustazioni, percorsi gastronomici, tavole rotonde e dibattiti.

Attesa anche per Alpitec, Fiera internazionale per la tecnologia alpina e invernale, che avrà luogo dal 2 al 4 ottobre. Nel 2001 la manifestazione ha ospitato 166 espositori (94 esteri)

ed è stata visitata da oltre 6000 operatori giunti da tutta Europa e da Oltreoceano. Questi numeri fanno di Alpitec una delle più apprezzate vetrine mondiali del settore. Da sfondo alla fiera il congresso dell'Oitaf (Organizzazione internazionale trasporti a fune), e convegni specializzati.

Il programma del 2003 si concluderà con Agrialp, Fiera Agricola dell'Arco Alpino, dal 7 al 10 novembre.

Alcune novità

Fiera Bolzano organizza direttamente le più importanti manifestazioni in calendario, garantendosi così autonomia di gestione e un bilancio in attivo. In più, dal 1° gennaio 2003 Fiera Bolzano è diventata una società per azioni, adeguandosi così alla normativa europea.

Da marzo Fiera Bolzano ha un nuovo Consiglio di amministrazione e nuovi Sindaci. "Così abbiamo creato i presupposti per rafforzare la piazza fieristica bolzanina, motore dell'economia altoatesina", asserisce l'assessore provinciale Werner Frick.

Composizione del Consiglio di amministrazione: il presidente è sempre Gernot Rössler; i membri sono: Gaetano Gambarà, Herbert Fritz, Walter Meister, Dieter Steger, Giovanni Salghetti-Drioli e Benedikt Gramm; i sindaci sono: Enrico Callegari, Georg Mayr e Anita Thöni. Il maggior azionista di Fiera Bolzano è la Provincia Autonoma di Bolzano.

**Le ultime sul mare
le senti a Pesaro.**

9° EXPO WORKSHOP INTERNAZIONALE TURISMO DEL MARE

FIERA DI PESARO 13/16 NOVEMBRE 2003



Fiera di Pesaro
SCAMERA IDEE UNSCE AFFARI

Via delle Esposizioni, 33 - 61100 Pesaro - Italia
Tel. ++39 0721 4068.1 - Fax ++39 0721 25300
Internet: www.fierapesaro.com - E-mail: promo@fierapesaro.com



Ecotur: voglia di turismo sostenibile

Dopo il successo di quest'anno, si prepara l'edizione 2004, in programma dal 6 al 9 maggio

Gli italiani sono sempre più interessati a quello che viene generalmente definito "turismo natura", un modo di viaggiare che tiene conto delle esigenze di sostenibilità ambientale, e fornisce un contatto diretto con l'ambiente naturale.

Questo fatto è dimostrato dalle statistiche: nel 2002 oltre 17 milioni di turisti hanno visitato parchi nazionali, regionali e aree protette marine, con un incremento del 20% rispetto all'anno precedente.

Questa crescita è il motivo dell'interesse che si sviluppa intorno a *Ecotur*, *Fiera e borsa internazionale del turismo natura*, giunta alla XIII edizione, svoltasi al Palacongressi di Montesilvano (PE) dall'8 all'11 maggio di quest'anno.

I risultati sono stati più che soddisfacenti: 18mila visitatori, di cui 7mila professionali;

180 espositori per un totale di 3848 contatti dichiarati

Ecotur è promossa in collaborazione con Enit, Regioni Abruzzo e Molise, Abruzzo Promozione Turismo e Federparchi, fatto che la rende fiera di riferimento per chi è interessato alla tutela e allo sviluppo delle aree protette.

In questo quadro si colloca anche lo svolgimento annuale di un workshop tematico all'interno della fiera, nel corso del quale i tour operator italiani e internazionali, specializzati nel "prodotto natura" possono incontrare l'offerta dei Parchi e delle aree protette, punto di partenza per lanciare in concreto un prodotto turistico pronto a essere commercializzato.

"Oggi l'ecoturismo - sostiene Enzo Giammarino, Presidente di *Ecotur* - occupa soltanto il 3% del mercato turistico mondiale, ma sono molti

i paesi che stanno inserendo questo particolare segmento del turismo nella propria programmazione. Lo stesso sta facendo l'Italia, dove la voglia di vacanze a contatto con la natura, da trascorrere preferibilmente entro i confini nazionali, sta facendo sempre più proseliti.

Frutto di un diverso approccio del turista, sempre più rivolto al recupero e alla protezione delle aree verdi e alla valorizzazione del patrimonio ambientale, e delle autorità locali che hanno compreso la necessità di combinare le politiche turistiche mirando all'aumento della produttività e dell'occupazione."

"La novità - conclude Giammarino - è rappresentata dal fatto che *Ecotur* da quest'anno si è costituito come osservatorio permanente del Turismo Natura, per monitora-



re l'andamento, il volume di affari e le tendenze di questo segmento del turismo nazionale. Fanno parte del Comitato Scientifico l'Enit, Federparchi e la Regione Abruzzo e l'Osservatorio si avvale del supporto e della collaborazione dell'Università de L'Aquila.

Ecotur è ormai una certezza per il turismo VerdeBlu, per quanti scelgono il mare come la montagna, i centri storici o le aree rurali, sempre privilegiando la qualità nel rispetto dell'ambiente".

La XIV edizione di *Ecotur* si svolgerà dal 6 al 9 maggio del 2004 nella consueta cornice del Palacongressi di Montesilvano.

Per saperne di più:
www.infiera-ecotur.it

Il Turismo del Mare torna a novembre alla Fiera di Pesaro

Giunto alla 9ª edizione, torna alla Fiera di Pesaro, dal 13 al 16 novembre, l'*Expo Workshop Internazionale Turismo del Mare*, dedicato all'offerta mare italiana. Nel 2002 ha richiamato 150 espositori e 30.000 visitatori da tutta Europa.

Grazie a questi numeri, e ai 40.000 m² di area espositiva distribuiti in sei padiglioni, Turismo Mare è un importante evento dedicato alle proposte turistiche per la stagione balneare e all'enogastronomia delle zone marittime della regione.

Organizzata da Fiere di Pesaro, col patrocinio dell'Enit, in collaborazione con Regione Marche, Unioncamere e Camera di Commercio di Pesaro e Urbino, e le Associazioni di Categoria Confcommercio e Confesercenti, la manifestazione vede la partecipazione di diverse regioni italiane e di numerosi attori del turismo: agenzie di viaggio, tour operator, province, comuni, agenzie regionali per il turismo, Repubblica di San Marino, Consolato di Panama, Acquario di Cattolica.

L'evento offre l'occasione per verificare le tendenze dell'offerta mare; per questo numerosi enti e aziende vi si danno convegno per presentare a tour operator, albergatori, compratori italiani ed esteri le proposte per la prossima stagione.

Il 15 novembre, grazie al workshop, il salone farà entrare in contatto diretto la domanda internazionale con l'offerta del turismo del mare. Parteciperanno operatori da ben 30 paesi, gli operatori di settore potranno così concretizzare subito i contatti acquisiti in fiera.

Turismo del Mare quest'anno si svolgerà in contemporanea con *Promomarche*, salone dedicato alle eccellenze marchigiane, dove protagonista è la ricca produzione enogastronomica. All'appuntamento saranno presenti aziende che hanno saputo nel corso degli anni conquistare non solo il mercato italiano, ma anche quello estero.

Unendo le due manifestazioni, Fiera di Pesaro offre una vetrina importante alle imprese partecipanti, sottolineando lo stretto legame che unisce enogastrono-



mia e turismo. In quest'ottica, ai numerosi visitatori che ogni anno visitano entrambe le manifestazioni saranno offerte degustazioni di prodotti tipici ed educational aperti al pubblico sulle varie produzioni.

Per saperne di più:
fierapesaro@fierapesaro.com
www.fierapesaro.com





Incontrare

»» PIACENZAEXPO



NUOVO QUARTIERE FIERISTICO »» 12.000 mq. area coperta

12.000 mq. area scoperta

CENTRO CONGRESSI »» sala principale da 350 posti
completamente attrezzata

sala da 120 posti

PADIGLIONE CENTRALE »» possibilità di utilizzo per eventi
fino a 3.000 persone

DISTANZE PRINCIPALI »» 500 metri
dal casello autostradale A1

60 Km. Aeroporto Milano Linate

3 Km. dalla Stazione ferroviaria
di Piacenza

PIACENZA EXPO: IL LUOGO PER INCONTRARE E INCONTRARSI

*Piacenza Expo s.p.a. Strada Statale, 10 loc. Le Mose 29100 Piacenza
tel. 0523.602711 fax 0523.602702 www.piacenzaexpo.it*



L enogastronomia è fondamentale nell'influenza della scelta dei prodotti turistici italiani, e Biteg è l'evento internazionale più importante in Italia per questo tipo di turismo."

La 6ª edizione di *Biteg, Borsa internazionale del turismo enogastronomico*, svoltasi a Riva del Garda dal 16 al 18 maggio 2003, è stata inaugurata con queste parole da Piergiorgio Togni, direttore generale dell'Enit, che non ha nascosto le difficoltà dovute alla crisi internazionale, specie per i flussi turistici provenienti dagli Usa e dalla Germania.

"Quella che sta attraversando la Germania - ha detto Togni - non è solo una crisi economica, ma anche un mutamento nel modo di fare le vacanze. Brevi e spalmate sull'intero anno."

La Borsa, organizzata da Palacongressi in collaborazione con Provincia autonoma di Trento e Trentino Spa, ha evidenziato le implicazioni socio-economiche del turismo enogastronomico con tre seminari sviluppati insieme a Il Sole 24 Ore.

Lidio Rocchi, assessore al turismo delle Marche, ha sottolineato la stretta connessione tra promozione turistica e valorizzazione del territorio.

Il ruolo del turismo enogastronomico come risorsa culturale è stato ricordato da Mara Manente, direttore del Ciset (Centro internazionale di studi sull'economia turistica).

Il workshop in collaborazione con Enit ha visto un aumento dei compratori, e la concretizzazione di quasi 70 contatti per operatore. Gli stand delle regioni italiane sono stati presi d'assalto dal pubblico proveniente da ogni parte d'Italia e da Austria e Germania.

Elementi che confermano il ruolo di Biteg come strumento internazionale per la promozione e commercializzazione dell'offerta turistica regionale, e come appuntamento di formazione per la concretizzazione di un efficace prodotto turistico.

Biteg: avanza il turismo enogastronomico

Positivi risultati della 6ª Borsa Internazionale del Turismo Enogastronomico di Riva del Garda, nonostante la crisi internazionale.

Appuntamento al 14-16 maggio 2004

Anche i numeri registrati nei tre giorni di *Biteg* confermano l'impressione positiva:

- 580 operatori (+14%) accreditati negli stand istituzionali di Regioni, Province, Comuni, Apt, Consorzi Turistici, ...
- 60 tour operator esteri provenienti da 15 paesi europei e da

Stati Uniti, Canada, Giappone e Australia, che hanno incontrato, durante il workshop di venerdì 16 maggio, oltre 250 operatori dell'offerta italiana provenienti da tutte le regioni;

- 50 decisori di associazioni tematiche italiane e 14 tour operator italiani, presenti al

workshop di sabato 17 maggio, hanno incontrato gli operatori dell'offerta italiana e estera;

- oltre 140 giornalisti accreditati, appartenenti ai principali quotidiani nazionali ed esteri, agenzie di stampa italiane ed estere, periodici di settore, ecc;
- 18mila visitatori da regioni italiane e estere;
- servizi e interviste realizzati dalle principali rubriche economiche Rai e Mediaset, da reti radiofoniche italiane,

tedesche e austriache. La 7ª edizione si terrà dal 14 al 16 maggio 2004.

Per saperne di più:
Palacongressi Spa, Parco Lido 38066 Riva del Garda - Trento
 tel. 0464520000, fax 046455255
 email: info@biteg.it
www.biteg.it

Dal 19 al 21 settembre a Trento la Bitm 2003

I dieci paesi che entreranno in Europa il primo maggio 2004 ospiti d'onore dell'evento

Si svolgerà a Trento dal 19 al 21 settembre 2003 la 4ª edizione della *Borsa internazionale del turismo montano*. La manifestazione, promossa da Confesercenti, Enit, Provincia Autonoma di Trento, in collaborazione con l'Asat (Associazione albergatori del Trentino), propone un intenso programma di appuntamenti.

Momento centrale della *Bitm 2003* sarà il workshop internazionale il 19 settembre al Centro Trentino Esposizioni. Saranno presenti circa 150 tour operator italiani e esteri, specializzati nel prodotto montagna, e non meno di 350 tra albergatori e altri operatori del turismo (Apt d'ambito, consorzi turistici, scuole di sci, guide e accompagnatori), dalle regioni alpine e appenniniche, interessati a presentare e vendere i pacchetti di vacanza estiva e invernale ai tour operator provenienti da 17 paesi di tutta Europa.

In concomitanza col workshop è prevista un'area espositiva aperta al pubblico, ove saranno presenti le maggiori società di gestione di impianti di risalita dell'arco alpino e appenninico, e consorzi di commercializzazione specializzati in vacanze invernali. Scopo dell'iniziativa è presentare al pubblico le opportunità di vacanza predisposte dalle aree del turismo invernale italiano. A completamento di questi due appuntamenti, il programma della *Bitm* prevede lo svolgimento di convegni e seminari dedicati all'approfondimento di temi legati allo sviluppo del turismo sostenibile di montagna.

Ospiti d'onore alla 4ª edizione della *Borsa internazionale del turismo montano* saranno i dieci paesi che entreranno nell'Unione europea il 1º maggio 2004: ognuno di essi sarà presente con una delegazione ufficiale e coi tour operator più significativi.



"Prospettive e opportunità turistiche nei nuovi paesi dell'Unione europea" sarà il titolo del convegno internazionale (sabato 20 settembre) al quale parteciperanno esperti di marketing turistico italiani ed esteri, oltre alle delegazioni dei dieci paesi ospiti.

Lo scorso anno avevano partecipato alla *Bitm* 120 tour operator (50 italiani e 70 dei vari paesi europei) e oltre 350 albergatori e operatori dell'offerta provenienti da tutte le regioni alpine e appenniniche.

Per saperne di più:
Iniziative Turistiche per la Montagna Srl
 tel.0461434200,
 fax 0461434243
 email: bitm@bitm.it
 url: www.bitm.it

Piacenza Expo: crescono la fiducia e gli investimenti nella fiera

Polifunzionalità e flessibilità per andare oltre la tradizionale attività fieristica



I primi mesi del 2003 hanno offerto a Piacenza Expo segnali positivi. Un aumento dei visitatori relativo alle prime due fiere dell'anno, stimato in circa il 25%, dimostra che il quartiere sta uscendo da una situazione di impasse, causata da diversi fattori, in primis il trasferimento della sede dal cuore della città alla periferia.

Inoltre, a soli quattro mesi dall'insediamento del nuovo gruppo dirigente, con la trasformazione in spa, si profilano i primi risultati, grazie al lavoro di relazioni col sistema economico italiano, le istituzioni e l'imprenditoria locale che il presidente Silvio Bisotti e il suo staff hanno messo al centro dell'attività. Piacenza Expo ha chiuso il 2002 con un fatturato pari a 1.461.498,55 euro, frutto di 19 manifestazioni, tra dirette e ospitate, per un totale di 71.253 visitatori e di 1.117 espositori. L'indotto generato dal sistema fieristico, in base ad alcune ricerche, risulta di circa 3milioni e 500mila euro.

L'aumento di questi volumi è al centro della strategia già per il 2003, anche se l'insediamento del nuovo consiglio d'ammini-

strazione e la trasformazione in spa avvenuta negli ultimi mesi del 2002 non hanno permesso di intervenire in modo organico sulle fiere di quest'anno.

Nonostante ciò, la presenza di nuove manifestazioni, in aggiunta all'utilizzo delle strutture congressuali e all'impegno di Piacenza Expo in eventi sul territorio, consentiranno di avere i primi frutti della nuova programmazione già dai prossimi mesi.

Il sistema fieristico negli ultimi anni ha subito rapide trasformazioni, in seguito alle quali i quartieri sono diventati contenitori di esperienze commerciali di vasta gamma e tipologia. Piacenza, nel pieno di queste trasformazioni, ha avviato un processo di riqualificazione che rende il quartiere uno dei più moderni e funzionali nel segmento delle manifestazioni di medie dimensioni.

Il nuovo quartiere, avviato nel 2000, consente a Piacenza Expo di mantenere un ruolo di riferimento per l'economia e il commercio con particolare riferimento all'agro-alimentare, alla meccanica e ai servizi. La fotografia del potenziale bacino d'utenza di Piacenza Expo vede, in un raggio di 100 km, 8

milioni di persone con reddito pro-capite e propensione al consumo tra i più alti d'Italia; a ciò si aggiungano le circa 92.000 aziende piccole e medie insediate nello stesso territorio, che rappresentano un sicuro riferimento strategico.

Accanto agli spazi moderni e funzionali, adatti per eventi fieristici di nicchia o specializzati, l'eccellente collocazione geografica del quartiere (meno di 30 minuti dalla più importante area economica italiana), e il posizionamento a soli 500 m dall'uscita di uno dei principali incroci autostradali del Nord Italia fanno di Piacenza Expo un punto di riferimento di grande interesse per nuovi partner.

competitivo Centro congressi

“Polifunzionalità e flessibilità sono le parole d'ordine su cui Piacenza Expo vuole investire andando oltre la tradizionale attività fieristica. Il padiglione centrale del quartiere è dotato di 3500 posti a sedere, e di un'area in cui possono essere ospitati momenti collaterali quali workshop, incontri, colazione, presentazioni,” afferma il presidente Silvio Bisotti.

“Definite le modalità gestionali di tale nuovo segmento, ci

collocheremo in modo competitivo sul mercato congressuale.

Al padiglione si affiancano un auditorium di 340 posti, una sala convegni di 100 posti e aule per incontri vari; queste strutture ci consentono di affrontare un nuovo mercato e accrescere il volume d'affari. Oggi il sistema dei congressi e degli eventi aggregativi influenza in maniera significativa l'economia, la politica e la gestione del territorio ospitante, diventando anche un qualificato segmento del turismo.”

A queste caratteristiche stanno guardando con estrema attenzione molti organizzatori di fiere ed eventi, che hanno potuto conoscere Piacenza Expo in occasione della presentazione avvenuta all'inizio dell'anno. In questo contesto, Piacenza Expo intende svolgere un ruolo di strumento di raccordo tra economia e territorio, diventando un luogo di scambio non solo di merci, ma anche di idee, progetti, informazioni.

Per saperne di più:

*Piacenza Expo Spa
S.S. 10 - Frazione Le Mose
29100 Piacenza
tel 0523602711, fax 0523602702
email: info@piacenzaexpo.it
url: www.piacenzaexpo.it*



Steven Shapin

La rivoluzione scientifica

Einaudi, Torino 2003
pp. 260, euro 18,00

In contrasto con la tradizione della storia della scienza, Shapin sostiene la tesi di una sostanziale continuità



fra tradizione medievale e pratica scientifica moderna.

Viene così rimossa la credenza in un momento di rottura rivoluzionaria nella scienza avvenuto nel corso del XVII secolo.

Aldo Schiavone (a cura di)

Diritto privato romano Un profilo storico

Einaudi, Torino 2003
pp. 518, euro 25,00

Un testo dedicato agli studenti di Giurisprudenza, e a tutti coloro che desiderano approfondire un aspetto decisivo della civiltà romana.



Scritto da sette importanti studiosi, il libro offre una ricostruzione originale del diritto romano, importante eredità trasmessa al mondo occidentale.

Stanley Milgram

Obbedienza all'autorità

Einaudi, Torino 2003
pp. 208, euro 20,00

Basato sui risultati degli esperimenti sull'obbedienza all'autorità condotti dall'autore su alcuni cittadini americani, il testo è un classico della psicologia.



Milgram apre inquietanti scenari su un mondo in cui la burocrazia anestetizza il giudizio su ciò che è bene e male, rendendo labile la responsabilità soggettiva.

Con un saggio introduttivo di Adriano Zamperini.

Manazza Gefra: strutture e servizi a 360° per l'evento fieristico

L'esperienza quarantennale insegna che occorre fornire un servizio completo: allestimento, organizzazione, assistenza tecnica, commerciale e amministrativa

di Giovanni Paparo



La Manazza Gefra Spa, di Cassolnovo, in provincia di Pavia, opera da 40 anni nel settore della realizzazione e allestimento di padiglioni fieristici e da ultimo anche nella gestione completa di manifestazioni fieristiche. Nata nel 1962, si è trasformata in Spa nel 1981. Nel tempo il suo campo d'azione si è esteso a tutta l'Italia, ma la sua attività è radicata soprattutto nell'Italia del nord con una buona concentrazione in Piemonte. Per i nostri lettori abbiamo intervistato l'ingegner Antonio Manazza.

Ingegnere Manazza, com'è che avete scelto di specializzarvi nel settore fieristico?

La Manazza Gefra nasce come Fratelli Manazza circa quarant'anni fa, è quindi la ditta più antica del settore attualmente sul mercato.

Negli anni Sessanta, in pieno boom, sotto la spinta delle nuove esigenze economiche, nascevano diverse manifestazioni fieristiche e la ditta F.lli Manazza si proponeva come costruttore ed allestitore dei padiglioni in vari Comuni del Piemonte soprattutto, (ad es. Casale Monferrato, Arona,

Pinerolo); e successivamente come costruttore ed organizzatore (Cuneo, Alessandria, Vercelli).

All'inizio fornivamo solo le strutture, successivamente è nata l'esigenza, e quindi l'occasione, di organizzare le manifestazioni. La nostra attività principale è fornire strutture e impianti: realizziamo padiglioni e accessori, essenzialmente per manifestazioni fieristiche, ma non disdegnamo altri campi d'impegno, abbiamo lavorato per diversi congressi ed eventi di vario genere.

Negli anni avete spaziato sul territorio nazionale ...

Sì è vero: abbiamo lavorato in Sardegna, poi in Sicilia e Calabria. Il nostro mestiere si è affinato negli anni: un tempo, quando la struttura era montata il cliente era soddisfatto, ora invece vuole una assistenza completa. Inoltre le norme antincendio e sugli impianti

ti ogni anno subiscono variazioni, quindi per poter entrare nel mercato e rimanerci, occorre che i nostri impianti siano sempre adeguati alle nuove normative, e il cliente ha bisogno di maggiore assistenza, dobbiamo essere sempre sul posto in appoggio alle nostre strutture, non lasciamo mai un cliente abbandonato a sé stesso.

Solo un decennio fa l'assistenza tecnica iniziava poco prima e finiva subito dopo la fiera, adesso il rapporto col cliente dura tutto l'anno. Seguiamo i collaudi antincendio e tutte le pratiche amministrative, forniamo tutta la documentazione e l'assistenza necessaria, diamo un supporto tecnico veramente di livello.

Come editori della Guida Mondiale delle Fiere e degli speciali di Prisma dedicati al sistema fieristico italiano, constatiamo che in Italia sono moltissimi i Comuni che organizzano attività fieristiche per promuovere il territorio. I più non sono dotati, e non avrebbe senso, di quartieri fieristici: utilizzano il centro cittadino, i portici, qualche palazzo storico, o strutture provvisorie.

Proprio in un recente numero di Prisma lessi che alcuni settori di fiere rivolte essenzialmente all'operatore professionale sono momentaneamente in





crisi, mentre le fiere rivolte al pubblico generale conoscono un momento di rilancio.

Teniamo presente che tutte le specializzate nascono dalle campionarie generali, da una sezione specializzata delle campionarie; negli ultimi due o tre anni, c'è una tendenza a rifiorire di queste fiere campionarie, però a carattere locale, interprovinciale, regionale.

Dalla grande campionaria di Milano a quella di Padova, di



mente più fiere. A Bologna abbiamo altri 23.000 m² circa, per il Simac e Lineapelle, oggi come oggi abbiamo 50.000 m² di strutture di diversa tipologia;

tazioni, controsoffitti, l'impiantistica, la luce. Negli anni '70-80 per il Micam, il salone della calzatura di Milano, fornivamo anche mobili, sedie, tavolini e armadietti, poi abbiamo lasciato questa branca; ora, siccome riceviamo richieste in tal senso, ci stiamo organizzando per soddisfare le esigenze dei clienti.

Quali sono le dimensioni dell'azienda? e riuscite ad essere competitivi?

Siamo in tutto un centinaio di persone, compresi i collaboratori esterni; in alcuni cantieri e in alcuni quartieri fieristici che danno tempi limitati di allestimento, lavoriamo anche in 90.

I nostri prezzi sono competitivi, anche se per principio rifiutiamo la guerra dei prezzi, consapevoli che nessuno fa miracoli e in caso di prezzi stracciati c'è sempre qualcosa che non funziona, o manca l'assistenza, o il materiale è poco controllato: un po' bisogna togliere, è evidente.

Per saperne di più:

*Manazza Gefra Spa
Via Trento 42, Cassolnovo (PV)
Tel 0381928686 - 038192245
Fax 0381.29324*

*Email: info@manazzagefra.it
www.manazzagefra.it*



mo garantire che tutto funzioni a puntino.

Il Comune di Omegna, per fare un altro esempio, ha deciso di connotare la fiera campionaria con un piccolo angolo

Asti: storicamente molte erano fiere di agricoltura, campionarie rivolte a soddisfare le esigenze del mercato, adesso si va verso la valorizzazione del territorio dal punto di vista turistico: l'artigianato, l'enogastronomia, ecc. sono nicchie che stanno crescendo in questi ultimi anni, per la maggior parte si tratta fiere campionarie nella propria essenza.

I Comuni chiedevano la struttura dove ospitare la fiera, adesso chiedono anche l'organizzazione. Per esempio, ad Asti abbiamo la gestione in senso lato della fiera, dalla vendita della pubblicità, ovviamente ci appoggiamo a gente del posto, a un'agenzia di pubblicità locale.

Come referenti del Comune e vincitori per la seconda volta dell'appalto triennale dobbia-

del territorio. Negli ultimi anni sono nati piccoli enti fiera, per la maggior parte privati con piccole partecipazioni pubbliche, in genere comunale: ce ne sono tantissimi.

Alcuni hanno anche una tradizione alle spalle e, in genere, le manifestazioni che organizzano hanno una loro validità economica, e si reggono senza sovvenzioni, come la Fiera di Asti o la Fiera del Lago Maggiore.

Quanti metri quadri siete in grado di coprire? E in quanto tempo?

Alla fiera di Asti ci sono circa 9000 metri quadri di area coperta con nostre strutture. Per la campionaria di Novara sono 12.000 metri quadri. Altre nostre strutture sono ad Arona, e a Poggibonsi, in provincia di Siena. Siamo in grado di approntare contemporanea-

comunque al di là di quanto è in magazzino, in caso di necessità sappiamo fornire il prodotto in tempi rapidi. Siamo tra i pochi in Italia a realizzare strutture con tubo e giunto: questa tecnologia è l'ossatura portante del nostro lavoro, che ci ha permesso di arrivare a Bologna a costruire campate libere sino a 30 metri o a Milano altezze di 7-8 metri, fornendo la struttura con impianti ed allestimenti, e tutta l'assistenza collegata.

Alla tecnologia tradizionale a tubo e giunto che usiamo da 40 anni e che soddisfa i nostri clienti, abbiamo deciso di affiancare strutture alternative e innovative.

Siamo anche allestitori, forniamo pannelli, moquette, pavimen-



Le Camere di Commercio Italiane all'Estero

Un Network qualificato a supporto dell'Internazionalizzazione delle Imprese

Le Camere di Commercio italiane all'estero sono associazioni di imprenditori e professionisti, italiani e locali, riconosciute dal Governo italiano (L. 518 del 1.7.1970), nate e sviluppatesi tradizionalmente nei luoghi di maggiore presenza italiana nel mondo.

I NUMERI DELLA RETE

- 68 CAMERE
- 100 UFFICI
- 42 PAESI
- 270 MILA CONTATTI D'AFFARI
- 23 MILA ASSOCIATI (70% imprese locali)

GLI UTENTI

- Imprese private
- Professionisti
- Camere di commercio
- Consorzi export
- Associazioni imprenditoriali
- Enti fieristici
- Istituzioni

LE ATTIVITA'

- Agevolare l'accesso delle imprese italiane ai mercati esteri
- Promuovere accordi commerciali e/o industriali di collaborazione fra aziende
- Progetti di marketing territoriale per l'attrazione di investimenti stranieri e diffusione di opportunità di investimento all'estero fra le imprese italiane
- Individuare know-how specialistici e professionali
- Lobbying e comunicazione presso le autorità istituzionali e commerciali locali
- Promozione del turismo da e verso l'Italia

I SERVIZI

- Attività di informazione su:
 - ❖ fiere e manifestazioni
 - ❖ paesi, settori e mercati
 - ❖ opportunità d'affari
- Seminari e workshops e attività di formazione
- Studi di mercato
- Attività di promozione e ricerca partners
- Attività di assistenza
 - ❖ Scambi commerciali
 - ❖ Trasferimenti di tecnologie
 - ❖ Costituzione di società in loco, JV, ecc...
 - ❖ Legale e composizione amichevole
 - ❖ Consulenza finanziaria, fiscale e recupero crediti
 - ❖ Per la protezione di brevetti e marchi registrati
- Promozione di investimenti

Assocamerestero

L'Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero

Assocamerestero è l'associazione delle Camere di Commercio italiane nel mondo, nata per valorizzare e sviluppare le attività delle Camere, diffondendo interesse e conoscenza sulla rete e sulle sue peculiarità presso le istituzioni italiane ed internazionali e presso le organizzazioni imprenditoriali.

OBIETTIVI

- rappresentare le esigenze e le potenzialità di servizio delle CCIE;
- ricercare collaborazioni ed alleanze strategiche con soggetti ed enti pubblici e privati;
- favorire la conoscenza e l'utilizzo della rete delle CCIE;
- sintetizzare le esperienze e il know-how acquisito dalle diverse Camere;
- promuovere e diffondere programmi e progetti in una logica di rete;
- svolgere azioni di comunicazione verso i media italiani, le istituzioni, le imprese;
- promuovere ed erogare formazione manageriale mirata;
- assistere e favorire la nascita di nuove Camere italiane all'estero;
- svolgere attività di networking con gli altri sistemi camerali bi-nazionali europei.

SERVIZI & PRODOTTI

- Attività di assistenza e di supporto alle CCIE
 - ❖ assistenza sulle problematiche collegate a progetti di interessi di una o più CCIE;
 - ❖ azioni di raccordo nei confronti di strutture di servizio, attraverso accordi ed intese-quadro;
 - ❖ attività di supporto per la costituzione di nuove CCIE;
 - ❖ organizzazione di sessioni di formazione e aggiornamento professionale;
 - ❖ emissione della carta associativa di sistema
- Attività di informazione e di comunicazione
 - ❖ redazione del Rapporto sulle Opportunità di Business;
 - ❖ redazione e pubblicazione annuale del Business Atlas;
 - ❖ sviluppo di azioni di promozione nei confronti di Università ed Istituti di formazione italiani e organizzazione di stages presso le CCIE.
- Iniziative progettuali
 - ❖ progetti di marketing territoriale;
 - ❖ assistenza progettuale e coordinamento degli sportelli per la internazionalizzazione delle CCIE;
 - ❖ azioni per la crescita qualitativa delle CCIE e dei servizi offerti;



ASSOCAMERESTERO

Via G.B. Morgagni, 30 H - 00161 Roma (Italy) - Tel. +39.06. 44231314 - Fax +39.06. 44231070
Email: info@assocamerestero.com - Web: www.assocamerestero.com

Fiere Turismo Italia - Tourism Fairs Italy

Agri@tour	43	Btc int.	44	Fiera del mare -		MediBit	68	Tempolibero	22
Agritalia	59	Bts	25	Barcolana sailing show		Mondo natura	23	Tour.it	46
Allcomexpo	10	Bts	49	Fiera di Santa Lucia di Piave		Motus	18	Travel trend Milano	5
Art cities exchange	55	Buon'Italia	48	Full contact pco & incentive		Natalissimo	30	Travel trend Roma	56
Arts and events 100 Italian cities	35	Buy Lazio	57	Galathlon		Padovatur	54	Ttg incontri	41
Btl	63	Cesena a tavola	36	Girovagando		Parchi del 2000	50	Tti travel trade Italia	40
Ber - Buy Emilia Romagna, Testing & tasting thousand tourisms	31	Children's tour	38	Gitando		Parti & riparti	21	Turipuglia	66
Beta	45	Ecotur	60	HobbySport		Primavera - Campionaria	24	Turismo, tempo libero e modellismo	67
Bit	8	Eudi show	27	Host		Salone europeo della montagna	6	Turispot & Fitness show	69
Bitag	13	Expo workshop int.	8	I viaggi di Outis		Salone nautico di Venezia	2	Tuttinfiera	2
Bitm	14	turismo del mare	51	Ideaneve		Seatrade Med	26	Vacanze in Sardegna	70
Bmt	61	Expodolomiti	15	Italia vacanze		Settimana int. della vita collettiva	11	Verdissimamente	32
Bmta	62	Expolevante	64	La terza età nel turismo		Skipass	7	Viaggiandium est	19
Borsa dei laghi d'Italia	4	Expovacanze	65	Mare nostrum		Tempo libero	47		
		Fair C.S.I. - Italy	58	Mast sport e vacanze		Tempo libero	3		

Piemonte

Torino

16-19/10/03

Torino - Lingotto Fiere

Parchi del 2000, Mostra mercato europea delle aree protette, European trade show of sheltered areas
C risorse e attività ambientali, naturali, turistiche e enogastronomiche delle aree protette
P, F 1/2, **A** 2002, **E** 2, **O** 4/7: 10-19; 5/6: 10-22
Org Lingotto Fiere Spa, tel. +39 0116644111, fax +39 0116647847, Marco Zanoni

16-19/10/03

Torino - Lingotto Fiere

Salone europeo della montagna, European mountain trade show
C attrezzatura da sci, pattinaggio e snowboard, mountain bikes, trekking ed orientamento, proposte turistiche della montagna, enogastronomia di montagna
P, F 1/1, **A** 1963, **E** 40, **O** 15-23; 6/7: 10-23, **V** 75.342, **Et** 179, **Ant** 35.000
Org Lingotto Fiere Spa, tel. +39 0116644111, fax +39 0116647847, Marco Zanoni; **Cn** no (2001)

16-18/4/04

Torino - Palavela

Mast sport e vacanze, Mostra mercato dello sport e del turismo nell'ambiente, Exhibition and market of sport and tourism in the environment
C abbigliamento sportivo, accessori, tecnologie per lo sport, alimentazione, manifestazioni sportive, vacanze sportive, turismo nell'ambiente /sportsweat, accessories, sport technologies, food, sport events, sporting holidays, outdoor tourism
Tpr 4/04
P, F 1/1, **A** 1996, **E** 9, **O** 15-23; 6: 10-23; 7: 7.30-20, **Pmq** euro 55, **Pmq** euro 95, **V** 25.000, **Et** 100 rp incl., **Ant** 3500
Org Comitato Maratona di Torino, tel. +39 0116631231, fax +39 011676361, email: mast@turinmarathon.it; **Cn** no (2002)

Lombardia

Brescia

17-19/10/03

Brescia - Nuovo Polo Fieristico

Borsa dei laghi d'Italia

T, F 1/1, **E** 7, **O** 9-14

Org Probrixia, tel. +39 0303514324, fax +39 0303514330

Milano

10/03

Milano - East end studios

Travel trend Milano, Offerta del turismo congressuale, incentive e turismo d'affari
T, F 1/1, **A** 1992, **E** 11, **O** 16-24, **V** 2000, **Et** 220
Org Ediman Srl, tel. +39 0283301312, fax +39 0258103789; **Cn** no (2001)

14-18/11/03

Milano - Fiera Milano

Host, Salone int. dell'ospitalità professionale, Int. exhibition of hospitality industry
C attrezzature, arredamenti, furniture, tecnologie e servizi per le imprese turistiche
Tpr 20/1/03

T, F 1/2, **O** 9.30-18.30, **Pmq** euro 135-168 (min 16m2), **Pmq** euro 201-224 (min 16m2), **V** 62.973, **Ve** 16.372, **Et** 947 (244 rp), **Ee** 73, **Ant** 63.808
Org Expo Cts, tel. +39 02349841, fax +39 0233600493, email: tour@expocts.it; **Cn** no (1999)

1/04

Milano - East end studios

La terza età nel turismo, Mostra convegno sul turismo, fitness, tempo libero, attività sportive dei senior, Congress and exhibition on tourism, fitness, leisure time and sporting for elderly people
P, F 1/1, **A** 2002, **E** 3, **O** 10-18, **Pmq** euro 1239,47 (5 m2)
Org Promos edizioni Srl, tel. +39 0289151814, fax +39 0289151830, email: tet@terzaetaturismo.com

14-17/2/04

Milano - Fiera Milano

Bit, Borsa int. del turismo, Int. tourism exchange
C enti turistici pubblici, tour operators, catene alberghiere, alberghi, villaggi, camping, aziende agroturistiche, residence, compagnie di navigazione, compagnie aeree, ferrovie, vettori, consorzi turistici, centri congressuali, centri termali, stampa, accompagnatori, servizi animazione, istruttori sportivi villaggi, rappresentanze turistiche ed alberghiere, società immobiliari turistiche, autonoleggio, servizi di telecomunicazioni, scuole di vela e di volo, parchi tematici e naturali, musei, agriturismo, ecoturismo, equiturismo, turismo enogastronomico, turismo termale e beautyfarm, turismo scolastico, viaggi avventura, viaggi etnografici, vacanze studio ecc
Tpr 15/10/03
T/P, F 1/1, **E** 24, **O** 9.30-19; **P:** 11-19, **Pmq** euro 148 (min. 16m2), **Pmq** euro 238 (min. 16m2), **V** 129.092 (87.292 tr), **Et** 5000, **Ant** 140.000*
Org Expo Cts, tel. +39 02349841, fax +39 0233600493, email: bit@expocts.it; **Cn** no (2003),

5/04

Milano - Palazzo delle Stelline

I viaggi di Outis, Mostra del turismo di qualità, Tourism exhibition
C agenzie di viaggi (esplorazione, avventura, cultura, sport, natura), hotels, città d'arte, enti pubblici, corsi, vettori, case editrici, assicurazioni, associazioni, residences /travel agencies (exploration, adventure, culture, sport, nature), hotels, historical cities, public bodies, courses, vectors, publishers, insurance companies, associations, residences
P, F 1/1, **E** 8, **O** 10-19, **Pmq** euro 240, **V** 6500, **Et** 80
Org Assoexpo, tel. +39 024815541, fax +39 024980330, Tea Tavaglione, email: info@outis.org
Cn no (2003), **N** comprende /including Musei & Musei - Mostra convegno del turismo museale in Lombardia

6/04

Milano - Fiera Milano

Allcomexpo, Salone dell'allestimento, della comunicazione e dei servizi per operatori fieristici e congressuali

(I) 6

T, F 1/1, **A** 2002, **E** 3, **V** 3000, **Et** 100 rp incl.
Org L'Evento Srl, tel. +39 0270126363, fax +39 0270129999; **Cn** no (2002 stimato/estimato), **N** già a/formerly Allestire e comunicare

2/04

Milano - Segrate - Parco Esposizioni Novegro

Italia vacanze, Rassegna specializzata dei mezzi e delle attrezzature per le vacanze all'aria aperta, Exhibition for outdoor holidays means and equipment
C veicoli ricreazionali, carrelli tenda, case mobili, accessori, attrezzature e prodotti per campeggio, caravanning e piccola nautica, enti turistici, località da campeggio, iniziative editoriali /recreation vehicles, undercarriages stretch, houses furnish, accessories, equipments and products for camping, caravanning and small nautical, tourist agencies, localities for camping, publishing initiatives
P, F 1/1, **A** 1975, **E** 30, **O** 15-19; 6: 9.30-20; 7: 9.30-19
Org Parco Esposizioni Novegro, tel. +39 0270200022, fax +39 027561050, email: italiavacanze@parcoesposizioninovegro.it

Trentino Alto Adige

Bolzano

29/4-2/5/04

Bolzano - Fiera Bolzano-Messe Bozen

Tempo libero, Salone per sport, hobby, auto, vacanze e montagna - Freizeit - Fachausstellung für Sport und Fitness, Berg, Hobby und Urlaub, Trade fair for leisure, sport, fitness, mountain, hobby, holiday
C campeggio, sport, mobili da giardino, biciclette, tempo libero, alpinismo /camping, sport, garden furniture, bikes, leisure, trekking
P, F 1/1, **A** 1977, **E** 28, **O** 10-19, **Et** 208
Org Fiera Bolzano Spa - Messe Bozen AG, tel. +39 0471516000, fax +39 0471516111, Silvia Candioli
N in contemporanea con /co-located with Floralia

Trento



14-16/5/04

Riva del Garda - Palacongressi

Biteg, Borsa del turismo eno-gastronomico, Food and wine tourism exhibition
C enti del turismo, regioni, apt, consorzi, agriturismo, alberghi, camere di commercio, tour operator /tourist boards, regional authorities, tourism promotion agencies, chambers of commerce, producers trusts, tour operators
P, F 1/1, **A** 1997, **E** 7, **O** 10-19, **V** 18.000, **Et** 580
Org Palacongressi Spa, tel. +39 0464520000, fax +39 0464555255, email: biteg@palacongressi.it
Cn no (2003)

(N) 13

19-21/9/03

Trento - Centro Trentino Esposizioni

Bitm, Borsa int. del turismo montano, Int. mountain tourism exchange
Tpr 14/8/03

P, F 1/1, **A** 2000, **E** 4, **O** 10-18, **Pmq** euro 800 (8m2), **Pmq** euro 1000 (8m2), **V** 5000, **Et** 40
Org Iniziative Turistiche per la Montagna Srl, tel. +39 0461434200, fax +39 0461434243; Confesercenti del Trentino, tel. +39 0461828833, fax +39 0461826234; **Cn** no (2001)

Veneto

Belluno

17-19/10/03

Longarone - Palazzo delle Mostre

Expodolomiti, Mostra di sport, montagna, turismo, tempo libero, attrezzature per la neve e piste da sci, Exhibition of sports, leisure, tourism, ski gear, ski equipment and cableways
C attrezzature e prodotti per lo sport in montagna, abbigliamento, attrezzature per la neve e piste da sci, slitte e motoslitte /mountain equipment and products, garment, ski equipment, sledges, motor-sleds
Tpr 25/6/03
P, F 1/1, **A** 1995, **E** 9, **O** 14.30-20; 6/7: 10-20, **V** 11.000, **Et** 230, **Ant** 13.500
Org Longarone Fiere Srl, tel. +39 0437577577, fax +39 0437770340; **Cn** no (2002), **N** insieme con /jointly with Praesidium

Padova

1-2/11/03

Padova - PadovaFiere

Tuttinfiera, Fiera mercato dell'hobby e del tempo libero, Free-time, craft and hobby fair
P, F 1/1, **E** 20, **O** 9-20, **V** 60.818, **Et** 792 rp incl., **Ant** 34.000
Org PadovaFiere Spa, tel. +39 049840111, fax +39 049840570, tel. 049840552; **Cn** no (2000)

22-30/5/04

Padova - PadovaFiere

Padovatur, Settore turismo alla fiera Campionaria, A key area dedicated to tourism at the int. trade fair of Padua
P, F 1/1, **O** 16.30-24; 6/7: 10-24
Org PadovaFiere Spa, tel. +39 049840111, fax +39 049840570; **N** nell'ambito di /within Fiera campionaria int.di Padova

Treviso

13-15/12/03

Santa Lucia di Piave - Campo Fiera

Fiera di Santa Lucia di Piave, Fiera regionale delle macchine agricole, edili e movimento terra, Regional agriculture and building machinery exhibition
C agricoltura, edilizia, casa, arredamento, veterinaria, agriturismo /agriculture, building, home, furnishings, veterinary, agritourism
Tpr 13/9/03
P, F 1/1, **E** 1343, **O** 8-19; 1: 7-19, **V** 51.000, **Ve** 4900, **Et** 257 (302 rp), **Ee** 5 (10 rp), **Ant** 55.000, **Ane** 1500
Org Comune di Santa Lucia di Piave, tel. +39 0438466120, fax +39 0438460360, Edda Zoragno
Cn no (1999)

ATTENZIONE - CAUTION

Date e luoghi delle fiere possono sempre variare. Si declina pertanto ogni responsabilità per eventuali inesattezze e si invita chi è interessato a partecipare a una fiera ad accertarne date e luoghi di effettuazione contattando gli organizzatori. *Dates and places of fairs may always vary. Therefore any liability for imprecise information is declined. Those who are interested in taking part in a fair should check the dates and places by contacting the organizers.*

Venezia

25-27/9/03 (N) 19
Jesolo - Palazzo del Turismo
Viaggiandum est, Fiera del turismo, Tourism fair
P, F 1/1, A 2000, E 4, O 9-18
Org Action Srl, tel. +39 0498076030,
 fax +39 0498076462
N comprende /including Pellegrinando, il meeting
 del turismo religioso; **Eco travel**

3/04 (N) 20
Venezia - Venezia Terminal Passeggeri
Salone nautico di Venezia, Venice floating show
C cantieristica, motori marini, accessoristica, stru-
 mentazione, servizi turismo nautico, abbigliamento
 /shipbuilding, marine engines, equipment, instru-
 ments, pleasure boating turistic services, clothing
Tpr 11/03
P, F 1/1, A 1976, E 3, O 10-18; 6/7: 10-20, Pmq
euro 52, Pmqq euro 102, V 20.000
Org Consomare Spa, tel. +39 0415352434, fax
 +39 0412621931, Rossella Minto, tel. 3472790758
Cn no (2003)

Vicenza

20-28/3/04 (N) 21
Vicenza - Quartiere fieristico
Gitando, Salone del turismo e della vacanza,
 Tourism and holiday exhibition
P, F 1/1, O 6/7: 9.30-20; 1/2/3: 14.30-20; 4/5:
14.30-22, Pmqq euro 70, Pmqq euro 110, V
60.000, Et 277, Ant 4000
Org Ente Fiera di Vicenza, tel. +39 0444969111,
 fax +39 0444563954
Cn no (2003), N nell'ambito di /within Tempolibero

20-28/3/04 (N) 22
Vicenza - Quartiere fieristico
Tempolibero, Mostra del campeggio, articoli
 sportivi, hobbistica, auto, nautica, vacanze e edito-
 ria, Exhibition of camping, sportswear and leisure
 goods, hobbies, cars, boats, holidays and publishing
P, F 1/1, E 36, O 14.30-20; 6/7: 9.30-20, Pmq
euro 20-25, V 60.000, Et 350, Ant 60.000
Org Ente Fiera di Vicenza, tel. +39 0444969111,
 fax +39 0444563954
Cn no (2003 stimato/estimated), N incorpora
 /incorporating Do it yourself; **Gitando**

Friuli Venezia Giulia

Trieste

9-12/10/03 (N) 23
Trieste - Quartiere fieristico
Fiera del mare - Barcolana sailing show,
 Mostra nazionale della nautica da diporto, turismo
 e affari, Boat show, marine services,
 marine related accessories, tourism
C nautica da diporto, affari, turismo, antiquariato
 marino /boats, marine services, marine related
 accessories and tourism
Tpr 16/9/03
P, F 1/1, A 1981, E 21, O 10-23, Pmqq euro
1032,91 (16 m2), V 150.000, Ve 15.000, Et 75, Ee 4
Org E. A. Fiera di Trieste, tel. +39 0409494111,
 fax +39 040393062, T. Zuccoli, tel. 0409494235,
 fax 040393062; **Cn no (2001)**

Udine

4/04 (N) 24
Udine - Udine Esposizioni
HobbySport, Il piacere del tempo libero,
 The pleasure of leisure
C turismo, vacanze, caccia e pesca, sport, fit-
 ness e benessere, ruote & motori, collezionis-
 mo, fotografia, giardinaggio, giochi, passioni,
 spettacolo, musica, divertimento
P, F 1/1, E 25, O 10-22, V 60.000, Et 360 rp incl.,
Ant 25.000
Org Ente Fiera Udine Esposizioni,
 tel. +39 04324951, fax +39 0432401378
Cn no (1999)

Liguria

Genova

20-22/11/03 (N) 25
Genova - Quartiere fieristico
Bts, Borsa del turismo scolastico,
 School tourism exhibition
T, F 1/1, A 1997, E 7, O 10-18.30, V 4000, Et 130,
Ant 5000*
Org Fiera di Genova Spa, tel. +39 01053911,
 fax +39 0105391270, email: btscuola@tin.it
Cn no (2000)

12-21/12/03 (L) 26
Genova - Quartiere fieristico
Ideaneve, Rassegna di proposte e prodotti
 per il turismo invernale
P, F 1/1, E 14, O 15-23; 6/7 11-23, V 60.000, Et
260, Ant 15.000
Org Fiera di Genova Spa, tel. +39 01053911,
 fax +39 0105391270
Cn no (2000), N insieme con /jointly with Natalidea

12-15/3/04 (N) 27
Genova - Quartiere fieristico
Eudi show, Salone europeo delle attività subac-
 quee, European exhibition of underwater activities
C compressori per ricarica ed accessori, borse e
 mezzi di trasporto, imbarcazioni per sub, libri e mate-
 riale didattico, didattiche subacquee, abbigliamento,
 computer e programmi sub/air station equipment,
 supplies, bags and carrying devices, scuba diving
 boats, books and instructional material, certifying
 training agencies, clothing, computer and diving
P, F 1/1, A 1991, E 12, O 9-18; 1: 9-14, V 39.830,
Et 259
Org Sei Srl, tel. +39 055476870, fax +39 055476774
Cn no (2003), Aa Assosub, **N** 2003 in Verona

26/3-4/4/04 (N) 28
Genova - Quartiere fieristico
Primavera - Campionaria, Campionaria della
 casa, del regalo e del tempo libero, Home, gift and
 leisure trade fair
P, F 1/1, E 35, O 16-22.30; 6/7: 11-22.30, V
243.000, Et 500
Org Fiera di Genova Spa, tel. +39 01053911,
 fax +39 0105391270
Cn no (2003), N in contemporanea con /simultane-
 ously with Primavera-Salone ligure dell'artigianato

9/04 (N) 29
Genova - Quartiere fieristico
Seatrade Med, Mediterranean cruise & ferry
 convention, Convention mediterranea sulle navi
 da crociera e traghetti
C industrie delle crociere e dei traghetti /cruise
 and ferry industries
T, F 1/2, A 1996, E 5, O 10-18, Pmq US\$ 350,
Pmqq US\$ 445, V 5000, Et 203 rp incl., Ant 4438
Org CMP Asia Ltd. - Regional Head Office, tel.
 +86 28276211, fax +86 28277831; The Seatrade
 Organisation, tel. +44 1206 545121, fax +44 1206
 545190, Vanessa Stephens
Rap Stazioni maritime Spa, tel. +39 0102412534,
 fax +39 0102412647; **Cn no (2000)**

2/04 30
Rapallo - Excelsior Palace Hotel
Full contact pco & incentive
F 1/1, A 1997, V 80, Et 40
Org Ediman Srl, tel. +39 0283301312,
 fax +39 0258103789; **Cn no (2001)**

Emilia Romagna

Bologna

4/04 (N) 31
Bologna - Palazzo di Re Enzo
Ber - Buy Emilia Romagna, Testing & tast-
ing thousand tourisms, Borsa del turismo
 Regionale, Regional tourism exchange
T, F 1/1, E 9, O 10-16, Et 70 rp incl.
Org SDA Team, tel. +39 051264941,
 fax +39 051224830; **Cn no (2003)**

Ferrara



11-15/9/03 32
Argenta - Piazza Marconi
Verdissimamente, Salone di ecologia, turismo
 all'aria aperta, parchi e dintorni, Environment
 and tourism exhibition
C turismo naturalistico
P, F 1/1, A 2000, E 4, O 17-24, V 150.000, Et
150, Ant 3000
Org Fin.Ter. Srl, tel. +39 0532209478, fax +39
 0532249339; **Cn no (2002), N** in contemporanea
 con /co-located with Fiera di Argenta

21-23/11/03 (N) 33
Ferrara - Quartiere fieristico
Natalissimo, Salone del regalo natalizio, com-
 mercio, artigianato, turismo, gastronomia
P, F 1/1, A 2002, E 2, O 10-23, V 15.000, Et 150
rp incl., Ant 12.000
Org P.F. - Promozioni fieristiche, tel. +39
 051557730, fax +39 0515280939,
 email: info@natalissimo.biz; **Cn no (2002)**

18-21/3/04 (L) 34
Ferrara - Quartiere fieristico
Tempo libero, Salone del turismo, Tourism exhibition
P, A 2004, E 1
Org Multimedia Tre Srl, tel. +39 0499832150,
 fax +39 0499830728

5/04 (N) 35
Ferrara - Piazza del Duomo
Arts and events 100 italian cities,
 Borsa del turismo delle 100 città d'arte d'Italia
Tpr 3/03
P, F 1/1, A 1997, E 8, O 15-19.30; 5/7: 9-19.30; 6:
9-24, V 40.000, Et 141, Ant 3500*
Org Iniziative turistiche società consortile arl., tel. +39
 0532209499, fax +39 0532205220, Barbara Dell'Anna,
 tel. 0532209499, fax 0532205220; **Cn no (2001)**

Forlì

30/10-2/11/03 (L) 36
Cesena - Centro storico
Cesena a tavola, Salone della ristorazione, gas-
 tronomia, enologia e turismo, Restaurants, gas-
 tronomy, enology and tourism exhibition
C alimentazione tipica e regionale, vini e osterie
P, F 1/1, O 9-20, Et 70
Org Blu Nautilus Srl, tel. +39 054153294, fax +39
 054150094; **Cn no (2001)**

Modena

30/10-2/11/03 (N) 37
Modena - ModenaFiere
Skipass, Salone degli sport invernali e del turis-
 mo, Winter sports and tourism exhibition
C attrezzature, abbigliamento, accessori e oppor-
 tunità per la pratica degli sport invernali, editoria
 specializzata /equipment, clothing accessories
 and winter sport holiday opportunities, trade press
P, F 1/1, A 1994, E 10, O 10-20; 6/7: 10-23, V
132.494, Et 772, Ant 21.600*
Org Studio Lobo Snc, tel. +39 0522631042, fax +39
 0522641470, Luigi Belluzzi; Modena Esposizioni Srl,
 tel. +39 059848380, fax +39 059848790; **Cn no (2002)**

Reggio Emilia

5/04 38
Reggio Emilia - Centro Fiera di Mancasale
Children's tour, Salone dei viaggi e delle vacanze
 0-12, Travels and holiday for children exhibition
P, F 1/1, A 2003, E 2, Pmq euro 150, Pmqq euro 195
Org Studio Lobo Snc, tel. +39 0522631042, fax
 +39 0522641470

Rimini

6-14/9/03 (N) 39
Rimini - Quartiere fieristico
Mondo natura, Salone del camper, caravan,
 campeggio e turismo all'aria aperta, Camper, car-
 avan, camping and outdoor vacation show

C camper, caravan, motorhome, pick-up, casette
 prefabbricate, accessoristica e componenti elettro-
 niche, tende da campeggio, accessori e abbiglia-
 mento da trekking, promozione turistica, servizi edi-
 toria /campers, caravans, motor-homes, pick-ups,
 small prefabricated homes, accessories and elec-
 tronic components, tents, trekking accessories and
 clothes, tourist promotion, services, press
P, F 1/1, A 1994, E 10, O 9.30-18.00; 3: 12.30-18;
6/7: 9.30-18-30, Pmq euro 83, V 80.466, Et 300
rp incl., Ant 78.500
Org Rimini Fiera Spa, tel. +39 0541744111, fax
 +39 0541744200, Gabriella Zoni, tel. 0541744214,
 fax 0541744454, email: p.sapigni@fierarimini.it
Cn no (2001)

10-11/10/03 40
Rimini - Quartiere fieristico
Tti travel trade Italia, Salone del turismo ricetti-
 vo sul prodotto Italia, Tourism exhibition
T, F 1/1, A 2001, E 3, O 10-18, Et 3703
Org TTG Italia Spa, tel. +39 0286998471, fax +39
 0286998479; **Cn no (2002), N** insieme con /jointly
 with Ttg



10-12/10/03 (N) 41
Rimini - Quartiere fieristico
Ttg incontri, Salone del turismo, Tourism exhibition
T, F 1/1, A 1977, E 40, O 10-18, Et 3703
Org TTG Italia Spa, tel. +39 0286998471, fax +39
 0286998479; **Cn no (2002), N** insieme con /jointly
 with Tti

6/04 (N) 42
Rimini - Quartiere fieristico
Parti & riparti, Prenota la tua vacanza,
 Book your holiday
P, F 1/1, O 1/4: 13-21; 5/7: 10-19.30
Org Rimini Fiera Spa, tel. +39 0541744111, fax
 +39 0541744200; Progetti International, tel. +39
 075591081, fax +39 0755913399

Toscana

Arezzo

5-7/12/03 (N) 43
Arezzo - Centro affari
Agri@tour, Salone dell'agriturismo e dell'offerta ter-
 ritoriale, Farmhouse tourism and rural offer exhibition
C offerta agrituristica e territoriale, forniture e
 servizi per agriturismi /farmhouse accommodation
 and country side tourism and suppliers of equip-
 ment, technical tools and related services
TTP, F 1/1, A 2002, E 2, O 9.30-18.30, V 4000, Et
300, Ant 10.000*
Org Centro Promozioni e Servizi Srl, tel. +39
 05759361, fax +39 0575383028, email: info@agri-
 etour.it, **Cn no (2001), N P: 6/7**

Firenze



2-4/12/03 (I) 44
Firenze - Fortezza da Basso
Btc int., Borsa int. del turismo congressuale ed inci-
 tenti, Int. meetings conventions and incentives fairs
C palazzi e centri congressi, catering, pco, sedi
 congressuali, tecnologie, consorzi, enti pubblici,
 alberghi /palaces and congress centers, catering,
 pco, congress centers, technologies, consortiums,
 public bodies, hotels
T, F 1/1, A 1985, E 19, O 9.30-18; 5: 9.30-15,
V 5687, Et 903, Ee 203, Ant 20.000
Org Expositystem Srl, tel. +39 055210405, fax +39
 055287263, Carlo Gattai, email: btc@btc.it
Cn no (2001)

Abbreviazioni:

(I): int.le; (N): nazionale; (L): locale
T: riservata operatori
O: orari
Ve: numero visitatori esteri
Ant: area netta affittata totale
Rap: rappresentante per l'Italia

C: categorie
F: frequenza
Pmq: prezzi al m²
Et: espositori diretti (ditte rappresentate)
Ane: area netta affittata estero
Cn: ente controllo dati (anno)

Tpr: termine per la prenotazione
A: anno di fondazione
Pmqq: prezzi al m² allestito
Ee: espositori diretti (ditte rappresentate)
Org: organizzatore
Aa: associazione di appartenenza

P: aperta al pubblico
E: numero edizione
V: numero visitatori totale
Am: agente mondiale
N: nota aggiuntiva

Livorno

2-3/10/03 (N) 45
Cecina - Villa Ginori
Beta, Borsa europea del turismo associato, European associated tourism exchange
Tpr 31/8/03
T, F 1/1, A 1987, E 17, O 8.30-12.30 14.30-18, V 14.00, Et 25
Org Promozione e Sviluppo Srl, tel. +39 0586785026, fax +39 0586788698
Cn no (2001)

Massa Carrara

17-25/1/04 46
Carrara - Complesso Carrarafiere
Tour.it, Salone del turismo itinerante, Free tourism show
C caravans, campers, van, auto, case mobili, bungalows, prefabbricati, house boats, carrelli tenda, rimorchi appendice, editoria specializzata, campeggi, aziende agrituristiche, tende e accessori da campeggio, piccola nautica, ottica, abbigliamento e attrezzature sportive /caravans, campers, vans, cars, mobile homes, bungalows, prefabricated buildings, houseboats, tent trailers, trailers, specialised press, camping sites and farm holidays, camping tents and accessories, smallsize boats, optic, clothing and sporting equipment
P, F 1/1, A 2003, E 1, O 9.30-19; 2/3/4: 14.30-19, V 20.000, Et 90
Org Carrarafiere Imm Spa, tel. +39 0585787963, fax +39 0585787602; Adria marketing & service Srl, tel. +39 0544400194, fax +39 0585276133
Cn no (2003)

13-15/2/04 (N) 47
Carrara - Complesso Carrarafiere
Mare nostrum, Salone del turismo costiero balneare e sommerso,
 Coastal, marine and underwater tourism show
P, F 1/1, E 4, O 9.30-18, V 12.000, Et 35, Ant 1000
Org Carrarafiere Imm Spa, tel. +39 0585787963, fax +39 0585787602; ProMaker Srl - Eventi fiere & media, tel. +39 0243982337, fax +39 0248517314
Cn no (2001)
N nell'ambito di /within Balnearia

16-20/6/04 (N) 48
Carrara - Complesso Carrarafiere
Buon'Italia, Rassegna nazionale dei prodotti agroalimentari tipici e del turismo enogastronomico, Typical food and green tourism national exhibition
Tpr 5/04
P, F 1/1, A 2000, E 5, O 18-24, V 15.000, Et 122
Org Carrarafiere Imm Spa, tel. +39 0585787963, fax +39 0585787602, Serena Valpiani, email: s.valpiani@carrarafiere.com
Cn no (2002)

Pistoia

24-26/10/03 (N) 49
Montecatini Terme - Palazzo dei congressi
Bts, Borsa del turismo sportivo: sport e turismo attivo, benessere e qualità della vita, Tourism sport exchange: sport and active tourism, wellness and quality of the life
C vacanze termali, sportive, attive e nella natura /thermal, sport, active and nature holidays
T, F 1/1, A 1993, E 11
Org Borsa Turismo Sportivo Srl, tel. +39 0572901464, fax +39 0572766817, fax 0572766817

23-25/4/04 (L) 50
Pescia - Comiconc - Mercato dei fiori
Girovagando, Festival delle pro-loco della Toscana, Tuscany's pro-loco festival
P, F 1/1, E 5, V 30.000
Org Fiere di Pescia, tel. +39 0572445460, fax +39 0572440528
Cn no (2002 stimato/estimated)

Marche

Pesaro Urbino



13-16/11/03 (I) 51
Pesaro - Quartiere Fieristico-Centro congressi-Campanara
Expo workshop int. turismo del mare, Sea tourism eworkshop and exhibition
Tpr 31/7/03
P, F 1/1, E 9, O 17-23; 6: 10-24; 7: 10-23, Pmq euro 60, Pmqq euro 90, V 42.000, Et 65, Ee 1, Ant 3000*
Org Fiere di Pesaro Spa, tel. +39 072140681, fax +39 072125300, Silvana Della Fornace, tel. 07214068204, email: info@pesarosexpoturismo.com
Cn no (2000)

Lazio

Roma

14-17/11/03 (N) 52
Roma - Fiera di Roma
Motus, Mostra del turismo religioso e sociale, Exhibition of religious and social tourism
C strutture e servizi per vacanze e viaggi in sintonia con le esigenze di famiglie, giovani, anziani, disabili, gruppi, associazioni, scuole; turismo religioso, sociale, culturale, scolastico
Tpr 1/11/03
T, F 1/1, E 9, O 8.30-19.30, V 25.880, Ve 1680, Et 306 (135 rp), Ee 9 (15 rp)
Org Sevicol Srl, tel. +39 063230177, fax +39 063211359, Paolo Treveri Gennari; **Cn** Map (2000), **Aa Aefi**, **N** nell'ambito di /within Settimana int. della vita collettiva

14-17/11/03 (I) 53
Roma - Fiera di Roma
Settimana int. della vita collettiva, Mostra int. delle tecnologie, prodotti e servizi per comunità, scuole, ospedali, case di cura e di riposo, enti socio-assistenziali, turismo sociale, alberghi e pubblici esercizi, Int. exhibition of technologies, products and services for religious and social organizations, schools, hospitals, nursing and elderly homes, social and welfare institutes, social tourism, hotels, restaurants and bars
C servizi, riscaldamento, condizionamento, climatizzazione, edilizia, sicurezza, sanità, ufficio, informatica, scuola, arredamento, grandi impianti di lavanderia e stireria, alimentazione, catering, distribuzione automatica, igiene, pulizia, sanificazione, ecologia, abiti da lavoro, telerie, tessuti
Tpr 1/11/02
T, F 1/1, A 1965, E 39, V 20.000, Et 300 rp incl., Ant 20.000*
Org Sevicol Srl, tel. +39 063230177, fax +39 063211359, Paolo Treveri Gennari; **Cn** no (2001), **Aa Aefi**, **N** comprende /including Ristora, Hospitality contract, ArteChiesa, Motus

27-30/11/03 54
Roma - Fiera di Roma
Galathlon, Mostra di sport e turismo, Sport and tourism exhibition
F 1/1, A 2002, E 2
Org E. A. Fiera di Roma, tel. +39 0651781, fax +39 065178205; Dabliu expo & trade, tel. +39 068548342, fax +39 068413945

1/04 (N) 55
Roma - Sla Lancisi, Santo Spirito
Art cities exchange, Borsa delle città d'arte
T, F 1/1, E 10
Org Enit, tel. +39 0649711, fax +39 064463379, Leonardo Campanelli, tel. 064971230

5/04 (N) 56
Roma - Sheraton Roma Hotel
Travel trend Roma, Offerta del turismo congressuale, incentive e turismo d'affari
T, F 1/1, A 1992, E 12
Org Ediman Srl, tel. +39 0283301312, fax +39 0258103789

Viterbo

11-14/9/03 (N) 57
Viterbo
Buy Lazio, Workshop del mercato turistico del Lazio
Tpr 30/6/03
F 1/1, A 1997, E 6, O 9-12; 14.30-18.30, Pmq euro 186 per partecipazione
Org Unione regionale delle camere di commercio industria artigianato e agricoltura del Lazio, tel. +39 066863237, fax +39 066861384, Flavia d'Auria, Alfio Sampieri, tel. 0652082501, fax 0668384, email: buylazio@unioncamerelazio.it
N itinerante /rotating location

16-21/10/03 58
Viterbo - Quartiere fieristico
Fair C.S.I. - Italy, Trade fair for the countries of the Commonwealth Independent States
C industria alimentare, tessili, abbigliamento, artigianato locale, turismo e prodotti industriali /agro-food industries, textiles, clothes, local artisan work, tourism, industrial products
T, A 2003, E 1
Org Tuscina Expo Spa, tel. +39 0761390058, fax +39 0761390058

4/04 (R) 59
Viterbo - Quartiere fieristico
Agritalia, Mostra dell'agriturismo, prodotti tipici e agricoltura biologica, Fair of farm holidays, typical products and biological agriculture
P, F 1/1, E 21, O 10-22; 1: 10-20, V 18.000, Et 96, Ee 1, Ant 15.000, Ane 5000
Org Fiera di Viterbo Srl, tel. +39 0761353100, fax +39 0761250731; **Cn** no (1996)

Abruzzo

Pescara

6-9/5/04 (N) 60
Pescara-Montesilvano - Palacongressi Montesilvano
Ecotur, Fiera e borsa del turismo natura, Nature tourist workshop
C il mondo del turismo verde-blu a confronto
Tpr 3/04
T, F 1/1, A 1991, E 14, O 10-18, Pmq euro 1032,91(12m2), V 18.000 (7000 tr), Et 180, Ant 6000*
Org In Fiera Srl, tel. +39 0872711929, fax +39 0872711934, Loretta De Luca; **Cn** no (2003)

Campania

Napoli

2-4/4/04 (N) 61
Napoli - Quartiere fieristico Mostra d'Oltremare
Bmt, Borsa mediterranea del turismo, Mediterranean tourism exchange
Tpr 4/3/03
T, F 1/1, A 1997, E 8, O 5: 10-19; 6: 9.30-19; 7: 9.30-15, Et 450, Ant 16.000*
Org Progetta Srl, tel. +39 0817640032, fax +39 0812451769; **Cn** no (2002)

Salerno

6-9/11/03 62
Paestum - Centro Congressi Hotel Ariston
Bmta, Borsa mediterranea del turismo archeologico, Mediterranean exchange of archaeological tourism
F 1/1, A 1998, E 6, O 10-18; 7: 10-14, V 18.000
Org Leader SaaS, tel. +39 089 253170, fax +39 081253238, Ugo Picarelli; Amministrazione Provinciale di Salerno, tel. +39 089614251, fax +39 089614329; **Cn** no (2002)

Puglia

Bari

3/04 (N) 63
Bari - Fiera del Levante
Btl, Borsa turistica del Levante, Touristic exchange
T, F 1/1, A 2001, E 4
Org Ente Autonomo Fiera del Levante, tel. +39 0805366111, fax +39 0805366487
N insieme con /jointly with Expo Vacanze

3/04 (I) 64
Bari - Fiera del Levante
Expolevante, Fiera int. del tempo libero, sport, turismo e vacanze, Leisure, tourism, sport and holiday exhibition
C campeggio, giardinaggio, musica, articoli regalo, turismo, artigianato /camping, garden, music, gifts, tourism, arts and crafts
P, F 1/1, E 34, O 9-21.30; 2/3/4: 14.30-20.30, V 124.605, Ve 421, Et 556 (58 rp), Ee 86 (23 rp), Ant 48.333
Org Ente Autonomo Fiera del Levante, tel. +39 0805366111, fax +39 0805366487, email: ExpoLevante@fieradellevante.it
Cn Map (2000), **Aa Aefi**, **N** comprende /including Artigianato, Arredamento, Plein air, Rotta 90°, Expogarden, Sport & fitness, Spazio aperto all'arte

3/04 (I) 65
Bari - Fiera del Levante
Expovacanze, Salone del turismo int., Tourism exhibition
P, F 1/1, O 9.30-20.30
Org Ente Autonomo Fiera del Levante, tel. +39 0805366111, fax +39 0805366487, email: info@expovacanze.com
N insieme con /jointly with B.T.L.

Brindisi

11-14/9/03 (R) 66
FrancaVila Fontana - Quartiere fieristico
Turipuglia, Rassegna specializzata del turismo regionale pugliese
A 2003, E 1
Org Ente Autonomo Fiera Mostra dell'Ascensione, tel. +39 0831841768, fax +39 0831841768

Foggia

3-6/6/04 (L) 67
Foggia - Quartiere fieristico
Turismo, tempo libero e modellismo, Tourism, leisure and do-it-yourself exhibition
P, F 1/1
Org E. A. Fiere di Foggia, tel. +39 0881305248, fax +39 0881305305
N nell'ambito di /within Hobbysport sud

Sicilia

Palermo

19-21/3/04 (N) 68
Palermo - Fiera del Mediterraneo
MediBit, Mostra specializzata del turismo euromediterraneo, Workshop on euromediterranean tourism
T, F 1/1, A 2003, E 2, Et 200, Ant 10.000
Org Expo Cts, tel. +39 02349841, fax +39 0233600493; Ente Autonomo Fiera del Mediterraneo, tel. +39 0916209111, fax +39 0916209148; **Cn** no (2003)

Sardegna

Cagliari

13-21/3/04 69
Cagliari - Quartiere fieristico
Turisport & Fitness show, Mostra mercato del fitness, turismo, sport e tempo libero, Fitness, tourism, sport and leisure market exhibition
C nautica, campeggio, hi-fi, car, ciclo, motociclo, auto, fuoristrada, articoli ed impiantistica sportiva, promozione turistica, spettacoli e manifestazioni sportive
P, F 1/1, E 31, O 10-21, V 47.000, Et 220, Ant 50.000
Org Gestione Eventi Srl, tel. +39 070657472, fax +39 070657472
N insieme con /jointly with Vacanze in Sardegna

13-21/3/04 (N) 70
Cagliari - Quartiere fieristico
Vacanze in Sardegna, Salone del turismo - Workshop del turismo associato, Tourism exhibition
P, F 1/1, A 1998, E 7, O 9-20, V 35.000, Et 170, Ant 5000
Org Gestione Eventi Srl, tel. +39 070657472, fax +39 070657472
N insieme con /jointly with Turisport & Fitness

Abbreviations:

(I) international; (N) national; (L) local
C: categories
T: trade visitors
O: opening hours
Ve: number of foreign visitors
Ant: total net rented area
Rap: representative for Italy
F: frequency
Pmq: rental fees per sq. metre
Et: total n. of direct exhibitors (represented firms)
Ane: foreign net rented area
Cn: statistic control body (year)
Tpr: booking dead-line
A: first held
Pmqq: rental fees per sq. metre (shell scheme)
Ee: total n. of foreign direct exhibitors (represented firms)
Org: organiser
Aa: affiliate association
P: public
E: edition number
V: n° visitors (previous edition)
Am: worldwide agent
N: additional note

Sedi espositive - Exhibition venues

Piemonte

Torino

Lingotto Fiere
Lingotto Fiere Spa
gruppo Promotor International
Via Nizza 294
10126 Torino TO
Tel. +39 0116644111

Palavela
Comitato Maratona di Torino
Via Ventimiglia 145
10125 Torino TO
Tel. +39 0116631231

Lombardia

Brescia

Nuovo Polo Fieristico
Via Orzinuovi 133, Tangenziale Ovest
25120 Brescia BS
Tel. +39 03035141

Milano

East end studios
Via Mecenate 84/10
20123 Milano MI
Tel. +39 02501604

Fiera Milano
Fiera Milano Spa
Piazzale Giulio Cesare - Porta Giulio Cesare
20145 Milano MI
Tel. +39 0249977268
Fax +39 0249977963

Palazzo delle Stelline
Stelline Servizi Congressuali Srl
Corso Magenta 61
20123 Milano MI
Tel. +39 024818431

Milano - Segrate

Parco Esposizioni Novegro
Parco Esposizioni Novegro
Via Novegro
20090 Segrate MI
Tel. +39 0270200022
Fax +39 027561050

Trentino Alto Adige

Bolzano

Fiera Bolzano-Messe Bozen
Ente Autonomo Fiera di Bolzano
Piazza Fiera 1
39100 Bolzano BZ
Tel. +39 0471516000
Fax +39 0471516111

Riva del Garda

Palacongressi
Palacongressi Spa
Parco Lido
38066 Riva del Garda TN
Tel. +39 0464520000

Trento

Centro Trentino Esposizioni
Via Briamasco 2
38100 Trento TN
Tel. +39 0461230264

Veneto

Jesolo

Palazzo del Turismo
Piazza Brescia 11
30016 Jesolo VE
Tel. +39 0421382007
Fax +39 0421370686

Longarone

Palazzo delle Mostre
Longarone Fiere Srl
Via del Parco 3 - Palazzo delle Mostre
32013 Longarone BL
Tel. +39 0437577577
Fax +39 0437770340

Padova

PadovaFiere
Ente Padovafiere
Via Niccolò Tommaseo 59
35131 Padova PD
Tel. +39 049840111

Santa Lucia di Piave

Campo Fiera
Piazza 28 Ottobre 1918 1
31025 Santa Lucia di Piave TV
Tel. +39 0438466120
Fax +39 0438466122

Venezia

Venezia Terminal Passeggeri
Venezia Terminal Passeggeri Spa
Santa Marta - Fabbricato 17
30123 Venezia VE
Tel. +39 0412403000
Fax +39 0412403091

Vicenza

Quartiere fieristico
Ente Fiera di Vicenza
Via dell'Oreficeria 16
36100 Vicenza VI
Tel. +39 0444969111

Friuli Venezia Giulia

Trieste

Quartiere fieristico
E. A. Fiera di Trieste
Piazzale Alcide De Gasperi 1
34139 Trieste TS
Tel. +39 0409494111

Udine

Udine Esposizioni
Ente Fiera Udine Esposizioni
Via Cotonificio 96
33030 Torreano di Martignacco UD
Tel. +39 04324951

Liguria

Genova

Quartiere fieristico
Fiera Internazionale di Genova
Piazzale J. F. Kennedy 1
16129 Genova GE
Tel. +39 01053911

Rapallo

Excelsior Palace Hotel
Via San Michele di Pagana 8
16035 Rapallo GE
Tel. +39 0185230666

Emilia Romagna

Bologna

Palazzo di Re Enzo
Piazza Re Enzo
40124 Bologna BO
Tel. +39 051203120

Ferrara

Quartiere fieristico
Ferrara Fiere Srl
Via Bologna 534
44040 Chiesuol del Fosso FE
Tel. +39 0532900713

Modena

ModenaFiere
Modena Esposizioni Srl
Viale Virgilio 70/90
41100 Modena MO
Tel. +39 059848899

Reggio Emilia

Centro Fiera di Mancasale
Siper - Fiere di Reggio Emilia srl
Via Filangieri 15
42100 Reggio Emilia RE
Tel. +39 0522503511

Rimini

Quartiere fieristico
Rimini Fiera Spa
Via Emilia Vecchia 155
47900 Rimini RN
Tel. +39 0541744111

Toscana

Arezzo

Centro affari e convegni
Centro Promozione e Servizi
Via Lazzaro Spallanzani 23
52100 Arezzo AR
Tel. +39 05759361

Carrara

Complesso Carrarafiere
Carrarafiere Imm Spa
C.P. 87
Marina di Carrara MS
Viale Galileo Galilei 133
54036 Marina di Carrara MS
Tel. +39 0585787963
Fax +39 0585787602

Cecina

Villa Ginori
Via C. Ginori 100
57023 Cecina LI

Firenze

Fortezza da Basso
Firenze Expo & Congress
Centro fieristico e congressuale Spa
Viale Strozzi 1
50123 Firenze FI
Tel. +39 05549721

Montecatini

Palazzo dei congressi
Viale Giovanni Amendola 2
51016 Montecatini Terme PT
Tel. +39 057275861
Fax +39 0572910400

Pescia

Comicent - Mercato dei fiori
Comicent
Centro commercializzazione
dei fiori dell'Italia centrale
Via Salvo D'Acquisto 10-12
51012 Castellare di Pescia PT
Tel. +39 0572453108

Marche

Pesaro

Quartiere Fieristico-Centro congressi-Campanara
Fiere di Pesaro Spa
Via delle Esposizioni 33
61100 Pesaro PS
Tel. +39 072140681

Lazio

Roma

Fiera di Roma
E. A. Fiera di Roma
Via Cristoforo Colombo 291 - Office-block: Via
dell'Arcadia 2
00147 Roma RM
Tel. +39 0651781
Fax +39 065178205

Sheraton Roma Hotel
Viale del Pattinaggio 100
00144 Roma RM
Tel. +39 065453

Sa Lancisi, Santo Spirito

Borgo Santo Spirito 3
00193 Roma RM
Tel. +39 0667103833
Fax +39 0667103701

Viterbo

Quartiere fieristico
Fiera di Viterbo Srl
S.S. Cassia Nord km 88,200
01100 Viterbo VT
Tel. +39 0761353100

Abruzzo

Pescara-Montesilvano

Palacongressi
via Washington
65016 Montesilvano PE

Campania

Napoli

Quartiere fieristico Mostra d'Oltremare
Mostra d'Oltremare Spa
Piazzale Vincenzo Tecchio 52
80125 Napoli NA
Tel. +39 0817258000

Paestum

Centro Congressi Hotel Ariston
Via Laura 13
84040 Capaccio Paestum SA
Tel. +39 0828851333
Fax +39 0828851596

Puglia

Bari

Fiera del Levante
Ente Autonomo Fiera del Levante
Lungomare Starita
70123 Bari BA
Tel. +39 0805366111
Fax +39 0805366487

Foggia

Quartiere fieristico
E. A. Fiere di Foggia
CP 116
Corso del Mezzogiorno - Quartiere Fieristico
71100 Foggia FG
Tel. +39 0881635414

Francavilla Fontana

Quartiere fieristico
Ente Autonomo Fiera Mostra dell'Ascensione
Piazzale Matteotti 9
72021 Francavilla Fontana BR
Tel. +39 0831841768

Sicilia

Palermo

Fiera del Mediterraneo
Ente Autonomo Fiera del Mediterraneo
Via Anwar Sadat 13
90142 Palermo PA
Tel. +39 0916209111
Fax +39 0916209148

Sardegna

Cagliari

Quartiere fieristico
Fiera Internazionale della Sardegna
Azienda speciale della Camera di commercio
Viale Armando Diaz 221
09126 Cagliari CA
Tel. +39 07034961

Organizzatori e rappresentanti di fiere in Italia - Fair organizers and representatives in Italy

Action Srl

Via Savelli 28
I-35129 Padova PD- Italy
Tel. +39 0498076030

Adria marketing & services Srl

Viale Randi 106
I-48100 Ravenna RA - Italy
Tel. +39 0544400194

Amministrazione Provinciale di Salerno

Via Roma 104 - Palazzo Sant'Agostino
I-84123 Salerno SA - Italy
Tel. +39 089614251

Assoexpo

Associazione Promozione Mostre

Via Domenichino 11
I-20149 Milano MI - Italy
Tel. +39 024815541

Blu Nautilus Srl

Piazza Tre Martiri 24
I-47900 Rimini RN - Italy
Tel. +39 054153294

Borsa Turismo Sportivo Srl

Piazza Italia 6
I-51016 Montecatini Terme PT - Italy
Tel. +39 0572901464

Carrarafiore Imm Spa

C.P. 87
Marina di Carrara MS
Viale Galileo Galilei 133
I-54036 Marina di Carrara MS - Italy
Tel. +39 0585787963
Fax +39 0585787602
Email: info@carrarafiore.com
Web site: www.carrarafiore.com

Centro Promozione e Servizi

Via Lazzaro Spallanzani 23
I-52100 Arezzo AR - Italy
Tel. +39 05759361

CMP Asia Ltd. - Regional Head Office

17/F China Resources Building, 26 Harbour Road
Wanchai, Hong Kong - China, P.R.
Tel. +86 28276211

Comitato Maratona di Torino

Via Ventimiglia 145
I-10125 Torino TO - Italy
Tel. +39 0116631231

Comune di Santa Lucia di Piave

Piazza 28 Ottobre 1918 1
I-31025 Santa Lucia Di Piave TV - Italy
Tel. +39 0438466120

Confesercenti del Trentino

Via Romano Guardini 14
I-38100 Trento TN - Italy
Tel. +39 0461828833

Consormare Spa

Via Volturmo 6/C
I-30173 Venezia Mestre VE - Italy
Tel. +39 0415352434

Dabliu expo & trade

Via Emilio de' Cavalieri 7
I-00198 Roma RM - Italy
Tel. +39 068548342

E. A. Fiera di Trieste

Piazzale Alcide De Gasperi 1
I-34139 Trieste TS - Italy
Tel. +39 0409494111

E. A. Fiere di Foggia

CP 116
Corso del Mezzogiorno - Quartiere Fieristico
I-71100 Foggia FG - Italy
Tel. +39 0881635414

Ediman Srl

Corso San Gottardo 39
I-20136 Milano MI - Italy
Tel. +39 0283301312
Tel. +39 0232673673

Enit

Ente nazionale italiano per il turismo

Via Marghera 2
I-00185 Roma RM - Italy
Tel. +39 0649711

Ente Autonomo Fiera del Levante

Lungomare Starita
I-70123 Bari BA - Italy
Tel. +39 0805366111
Fax +39 0805366487

Ente Autonomo Fiera del Mediterraneo

Via Anwar Sadat 13
I-90142 Palermo PA - Italy
Tel. +39 0916209111
Fax +39 0916209148

Ente Autonomo Fiera di Bolzano

Piazza Fiera 1
I-39100 Bolzano BZ - Italy
Tel. +39 0471516000
Fax +39 0471516111

Ente Autonomo Fiera di Roma

Via Cristoforo Colombo 291 -
Office-block: Via dell'Arcadia 2
I-00147 Roma RM- Italy
Tel. +39 0651781

Ente Autonomo Fiera Mostra dell'Ascensione

Piazzale Matteotti 9
I-72021 Francavilla Fontana BR - Italy
Tel. +39 0831841768

Ente Fiera di Vicenza

Via dell'Oreficeria 16
I-36100 Vicenza VI - Italy
Tel. +39 0444969111

Ente Fiera Udine Esposizioni

Via Cotonificio 96
I-33030 Torreato di Martignacco UD - Italy
Tel. +39 04324951

Ente Padovafiore

Via Niccolò Tommaseo 59
I-35131 Padova PD - Italy
Tel. +39 049840111

Expo Cts

Ente Manifestazioni Commercio Turismo e Servizi

Via Generale Giuseppe Govone 66
I-20155 Milano MI - Italy
Tel. +39 02349841

Exposystem Srl

Via Solferino 8
I-50123 Firenze FI - Italy
Tel. +39 055210405

Fiera di Viterbo Srl

S.S. Cassia Nord km 88,200
I-01100 Viterbo VT - Italy
Tel. +39 0761353100

Fiera Internazionale di Genova

Piazzale J. F. Kennedy 1
I-16129 Genova GE - Italy
Tel. +39 01053911

Fiere di Pesaro Spa

Via delle Esposizioni 33
I-61100 Pesaro PS - Italy
Tel. +39 072140681

Fiere di Pescia

Via Salvo D'Acquisto 10/12
I-51012 Castellare di Pescia PT - Italy
Tel. +39 0572445460

Fin.Ter. Srl

Corso Vittorio Veneto 6
I-44100 Ferrara FE - Italy
Tel. +39 0532209478

Gestione Eventi Srl

Via Logudoro 48
I-09127 Cagliari CA - Italy
Tel. +39 070657472

In Fiera Srl

Largo Tappia 7
I-66034 Lanciano CH - Italy
Tel. +39 0872711929

Iniziative turistiche per la montagna Srl

Via Maccari 207
I-38100 Trento TN - Italy
Tel. +39 0461434200

Iniziative turistiche società consortile srl.

Via Voltapaletto 33
I-44100 Ferrara FE - Italy
Tel. +39 0532209499

L'Evento Srl

Via Giovanni Antonio Amadeo 40
I-20133 Milano MI - Italy
Tel. +39 0270126363
Tel. +39 0316371

Leader Sas

Corso Giuseppe Garibaldi 148
I-84123 Salerno SA - Italy
Tel. +39 089253170

Lingotto Fiere Spa gruppo Promotor International

Via Nizza 294
I-10126 Torino TO - Italy
Tel. +39 0116644111

Longarone Fiere Srl

Via del Parco 3 - Palazzo delle Mostre
I-32013 Longarone BL - Italy
Tel. +39 0437577577
Fax +39 0437770340

Modena Esposizioni Srl

Viale Virgilio 58/B - Località Bruciata Freto
I-41100 Modena MO- Italy
Tel. +39 059848380

Multimedia Tre Srl

Via Veneto 49
I-30030 Vigonovo VE - Italy
Tel. +39 0499832150

P.F. - Promozioni fieristiche

C. P. 1693
Via Pellegrino Rossi 9
I-40131 Bologna BO - Italy
Tel. +39 051557730

Palacongressi Spa

Parco Lido
I-38066 Riva del Garda TN - Italy
Tel. +39 0464520000

Parco Esposizioni Novegro

Via Novegro
I-20090 Segrate MI - Italy
Tel. +39 0270200022
Fax +39 027561050

Probrixa

Azienda Speciale della Cciaa di Brescia

Via Orzinuovi 3
I-25125 Brescia BS - Italy
Tel. +39 0303514324

Progetta Srl

Via Monte di Dio 25
I-80132 Napoli NA - Italy
Tel. +39 0817640032

Progetti International

Via Giacomo Puccini 239
I-06077 Ponte Felcino PG - Italy
Tel. +39 075591081

Promaker Srl - Eventi fiere & media

Corso Vercelli 11
I-20144 Milano MI - Italy
Tel. +39 0243982337

Promos edizioni Srl

Via Watt 32
I-20143 Milano MI - Italy
Tel. +39 0289151814

Promozione e Sviluppo Srl

Via Aurelia 51
I-57018 Vada LI - Italy
Tel. +39 0586785026

Rimini Fiera Spa

Via Emilia Vecchia 155
I-47900 Rimini RN - Italy
Tel. +39 0541744111

SDA Team

Via della Zecca 1
I-40121 Bologna BO - Italy
Tel. +39 051264941

Sei Srl

Sport Eventing Italia

Via Paolo Toscanelli 6
I-50129 Firenze FI - Italy
Tel. +39 055476870

Sevicol Srl

Via Vigliena 10
I-00192 Roma RM - Italy
Tel. +39 063230177

Studio Lobo Snc

Viale Vittorio Veneto 22/D
I-42015 Correggio RE - Italy
Tel. +39 0522631042

The Seatrade Organisation

Seatrade House, 42 North Station Road
Colchester, Essex CO1 1RB - United Kingdom
Tel. +44 1206545121

TTG Italia Spa

Divisione eventi

Via Carducci 12
I-20123 Milano MI - Italy
Tel. +39 0286998471

Tuscia Expo Spa

S.S. Cassia Nord km 88,200
I-01100 Viterbo VT - Italy
Tel. +39 0761390058

Unione regionale delle camere di commercio industria artigianato e agricoltura del Lazio

Via de Burro 147
I-00186 Roma RM - Italy
Tel. +39 066863237

Rappresentanti

Stazioni marittime Spa

Porto, Ponte dei Mille
I-16126 Genova GE - Italy
Tel. +39 0102412534

Allestimenti - Stand building

Piemonte

Interfiere Srl

Via Pastore 7
10024 Moncalieri TO
Tel. +39 0116471780

Mostre e Fiere Spa

Via Cesana 10
10042 Nichelino TO
Tel. +39 0113581333

Lombardia

Manazza Gefra Spa

Gestione fiere, rassegne, allestimenti

Via Trento 42
27023 Cassolnovo PV
Tel. +39 0381928686

Arved Sistemi Modulari Srl -

Exhibition Design

Via Firenze 5
20063 Cernusco sul Naviglio MI
Tel. +39 0292148210

PiEmmePi Srl -

Dimensione & Comunicazione

Via Risorgimento 2/a
20017 Mazzo di Rho MI
Tel. +39 0293909224

Interfairgroup Srl

Via Risorgimento 2/A
20017 Mazzo Milanese - Rho MI
Tel. +39 0293909527

Nolostand Srl

Via Quintiliano 27
20138 Milano MI
Tel. +39 02501604

WAY Spa Allestimenti

Via Marco Bruto 13
20138 Milano MI
Tel. +39 027002071

Xilografia Nuova Srl

Via Carlo Bazzi 51/2
20141 Milano MI
Tel. +39 028955591

Allestimenti Benfenati Srl

Via Galvani 37/39/41
20019 Settimo Milanese MI
Tel. +39 023286121

Veneto

Ruzzenente Divisione Allestimenti Srl

Strada del Casalino 11
37127 Verona VR
Tel. +39 0458344322

Lazio



Pubblicità e Progresso

di Recchia Arianna

Allestimenti fieristici scenografici

Via dell'Acropoli 7
00040 Lanuvio RM
Tel. +39 069268383
Fax +39 069268383
Email: info@pubblicitaeprogresso.it
Web site: www.pubblicitaeprogresso.it

Guida Mondiale delle Fiere

oltre 15.000 eventi censiti (GMF 03/04), 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 fiera, 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.

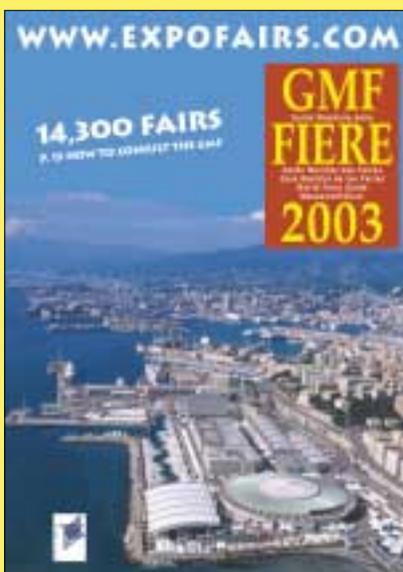
La Parte II riporta **I nomi delle fiere in ordine alfabetico**. Molto utile per quelle itineranti, consente, entrando col nome o la sigla della fiera, di rilevarne il numero progressivo e di rintracciarla subito nella Parte IV, per le informazioni più complete.

La Parte III contiene **Le fiere ordinate per categorie merceologiche**, e riporta: stato, città, data, nome della fiera e numero progressivo per il suo 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 di sede espositiva, merceologie, statistiche. Sono forniti inoltre: denominazione, persona di riferimento, numeri di telefono, fax ed email di organizzatori, 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 5 lingue.



Le fiere sono il canale privilegiato delle imprese 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, la rivista PRISMA e il portale www.expofairs.com vi offrono gli strumenti informativi necessari per pianificare bene le vostre presenze.

È in preparazione il fascicolo di PRISMA con l'insero dedicato al Sistema Fiere Italia e col calendario luglio-dicembre 2003

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

- | | |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> GMF 2003 oppure <input type="checkbox"/> GMF 03/04 (uscita agosto/settembre 2003) | a euro 120,00 |
| <input type="checkbox"/> PRISMA con inserto Sistema Fiere Italia (numero triplo) 1° semestre 2003 | a euro 18,00 |
| <input type="checkbox"/> PRISMA con inserto Sistema Fiere Italia (numero triplo) 2° semestre 2003 (uscita agosto/settembre 2003) | a euro 18,00 |
| <input type="checkbox"/> abbonamento a PRISMA (8 numeri spedizione in abbonamento postale) | a euro 40,00 |
| <input type="checkbox"/> GMF 2003 + abb. a PRISMA oppure <input type="checkbox"/> GMF 03/04 + abb. a PRISMA (8 num. spedizione in abb. postale) | a euro 152,00 |
| <input type="checkbox"/> offerta GMF 2003 + GMF 03/04 (uscita agosto/settembre 2003) | a euro 210,00 |
| <input type="checkbox"/> offerta GMF 2003 + GMF 03/04 + abbonamento a PRISMA (8 numeri spedizione in abbonamento postale) | a euro 242,00 (SFT01/03) |

Alleghiamo documentazione:

- | | |
|--|---------------|
| <input type="checkbox"/> versamento sul conto corrente postale n. 11861101 intestato a Pianeta Srl, via A. Sismonda, 32 - 10145 Torino | di euro |
| <input type="checkbox"/> accredito vostro conto corrente n. 1051752 - ABI 02008 - CAB 01112, Unicredit Banca, agenzia Perotti - Torino | di euro |
| <input type="checkbox"/> assegno a Pianeta Srl, n. della Banca | di euro |

Addebitate la nostra carta: **Visa** **MasterCard** n. scadenza di euro

Cognome e nome dell'intestatario data di nascita

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

S P E C I A L E

PIANETA INFORMATICA & TELECOMUNICAZIONI

71

Più efficiente la Polizia di Santa Clara con la tecnologia wireless

71

Integrare dati FileMaker Pro 6 dentro presentazioni Keynote? Ora si può

71

FileMaker vince il Codie Award Siia

72

Archiviata la 1ª edizione, Imex presenta Ivex, esposizione virtuale/With the 1st edition being held, Imex presents Ivex, the virtual exhibition

75

Wireless in espansione di Giampaolo Squarcina

76

Avocent apre la filiale italiana

77

Finson Progetto Impresa 6

77

Finson 5000 Contratti e Documenti per l'Ufficio: due software ricchi di modelli utili per facilitare il lavoro

79

Smau motore d'innovazione

80

Alla Messe Berlin si navigherà col wireless/Wireless internet mobile access at Messe Berlin

IL PUNTO

Windows Server 2003 alla riscossa

In quattro versioni la nuova edizione del sistema operativo Microsoft per l'utenza aziendale. Più velocità e sicurezza, e un nuovo sistema di licenze per contrastare l'ascesa nel mercato server di Gnu/Linux

Bill Zeidler, senior vice president e group executive di Ibm eServer group, ha detto recentemente che il 75% dei server venduti utilizza Gnu/Linux. Di fronte all'ascesa del diretto rivale open-source, l'8 maggio Microsoft ha presentato il nuovo Windows Server 2003, concepito per riconquistare fette di mercato.

Il nuovo ambiente giunge dieci anni dopo Windows NT e a tre anni dall'uscita di Windows 2000. Le novità riguardano l'aspetto tecnico, ma soprattutto, e non a caso, la politica commerciale e tariffaria.

Windows 2003 Server è disponibile in quattro versioni: Standard Edition, Enterprise Edition a 32 e 64 bit, Datacenter Edition a 32 e 64 bit, Web Edition. Il supporto delle architetture a 64 bit è una delle innovazioni più rilevanti, specialmente per chi ancora utilizza NT 4, per il quale Microsoft ha disposto utili strumenti di migrazione. Ad esempio è possibile registrare il contenuto di Active Directory su un supporto rimovibile.

Alcuni servizi integrati sono ora forniti di default, come Shadow Copy in Shared Folder che rende possibile il salvataggio istantaneo del file system e il recupero di file cancellati per errore.

Rispetto a Windows 2000 sono stati fatti passi avanti, in particolare nella sicurezza: molte caratteristiche server, IIS compreso, sono disabilitate mentre si installa il sistema operativo, riducendo la possibilità di attacchi automatici; anche servizi come crittografia, account lock-out e complessità di password non sono abilitati. Resta attiva la condivisione file e stampanti, punto di possibile accesso esterno.

Secondo Microsoft le prestazioni in termini di velocità sono due volte maggiori



rispetto al passato, con qualsiasi carico di lavoro.

In ottobre sarà disponibile anche la versione Small Business, che includerà altre applicazioni tra cui Exchange, SharePoint e, forse, Sql server. L'obiettivo dichiarato di quest'ultima versione è fare in modo che le realtà minori possano impiegare per gli stessi scopi di prima un numero inferiore

di server, con conseguente risparmio di hardware.

Gli utenti di Windows Server 2003 godranno soprattutto di un nuovo sistema di licenze. Per esempio le licenze di accesso client, quelle che permettono a un terminale aziendale di accedere a un software server.

In passato le aziende dovevano acquistare una licenza per ogni macchina collegata al server, ora sarà possibile acquistare licenze in base al numero di utenti interessati. Inoltre viene introdotta una licenza di connessione esterna illimitata, per la quale facendo accedere dei terzi alla propria rete si ammetterà automaticamente che accedano anche ai server con Windows Server 2003.

Col nuovo sistema operativo, Microsoft presenta Visual Studio.Net 2003 e Sql Server Enterprise Edition 2000 (64 bit) per offrire un'infrastruttura integrata che supporta lo sviluppo e l'utilizzo di una nuova generazione di applicazioni e Xml Web service. Il supporto Xml sarà anche una caratteristica interessante del prossimo Office 2003, di cui Microsoft ha rilasciato una beta. Con Office 2003, che uscirà quest'estate in sei versioni, si potrà salvare un documento Word in Xml, per scambiare i dati agevolmente anche con altre applicazioni e piattaforme.

Giampaolo Squarcina

Impresa e Business.

Quando le tecnologie si incontrano nascono nuove idee.



Smau 2003: il business nell'innovazione.

A Smau 2003 quest'anno troverete tutto quello che serve per dare il giusto spazio al vostro business: • 4 settori specializzati con una netta distinzione tra l'area business e l'area consumer: Impresa e Business, Servizi al Cittadino e Istituzioni, Comunicazioni e Internet, Tecnologia e Vita Quotidiana • IST 2003: l'evento annuale della Commissione Europea sulla Società dell'Informazione • 200 convegni, seminari e workshop • 450.000 visitatori attesi e 4.000 giornalisti • Smau Shop: il punto vendita con tutte le novità presenti sul mercato • Smau LLP: una grande kermesse dedicata al gaming online • il Premio Smau Industrial Design • www.smau.it: il portale dedicato all'ICT con aggiornamenti in tempo reale sulla manifestazione • Smau Global Service: lo stand chiavi in mano (allestimento+servizi). Se volete incontrare il futuro del vostro business, non perdetevi l'appuntamento.

Air One
Vettore Ufficiale

2-6 ottobre,
Fiera Milano,
dalle 10 alle 19.

smau 2003

Più efficiente la Polizia di Santa Clara con la tecnologia wireless

L'uso di palmari collegati al database del Dipartimento, costruito con FileMaker Pro, consente anche di raccogliere direttamente le informazioni sul campo



L'impegno per assicurare i criminali alla giustizia necessita di strumenti avanzati per la registrazione delle prove di reato.

“Uno dei problemi più trascurati riguardo il rafforzamento della legalità è la classificazione delle prove legate a un crimine”, spiega Roger Luebkehan, luogotenente del Dipartimento di Polizia di Santa Clara (California). “Più tempo la polizia spende nel tener traccia di frammenti di indumenti, pezzi di legno, bottiglie vuote e pistole cariche, meno ne ha per contrastare gli atti criminali.”

Di recente, però, il Dipartimento è riuscito a mantenere gli elementi di prova ben catalogati e accessibili grazie a un sistema di monitoraggio dei dati che utilizza la tecnologia wireless applicata ai database.

“Il funzionario che si occupa dell'inventario documenta ogni singolo elemento”, continua Luebkehan, “usando un dispositivo palmare collegato al database del Dipartimento. Questo database è costruito con FileMaker Pro, un software che tiene traccia di tutti i file in modo agevole.”

Appena si rinviene un nuovo elemento di prova, il funzionario è in grado di inserire la documentazione completa e aggiornata all'interno del database. Successivamente, sul contenitore della prova viene applicata un'etichetta con codice a barre.

“Una volta applicata l'etichetta, uno scanning del codice evidenzia il nuovo dato, fornendo un resoconto dell'excursum dell'oggetto a partire dal

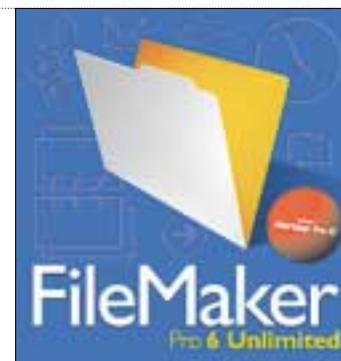


momento in cui è entrato nei nostri archivi”, afferma ancora il luogotenente. “Grazie a questo sistema siamo in grado di tenere traccia delle informazioni in modo molto più preciso ed efficiente. Il personale addetto può infatti accedere alle informazioni direttamente dalla propria postazione, mentre gli investigatori possono determinare quale prova sia

ancora attuale e quale invece possa essere accantonata.”

La Polizia di Santa Clara è rimasta talmente soddisfatta dai risultati ottenuti da estendere l'utilizzo di questa tecnologia anche al reporting sul campo: “Nelle loro automobili”, conclude Luebkehan, “gli ufficiali di

polizia hanno un computer e possono utilizzare il dispositivo palmare per raccogliere le informazioni sul campo. In caso di un incidente automobilistico, per esempio, possiamo inserire nel database tutte le informazioni relative al conducente con una rapida scansione della patente.”



Integrare dati FileMaker Pro 6 dentro presentazioni Keynote? Ora si può

È stato annunciato il rilascio di un nuovo strumento gratuito (http://www.filemaker.com/xml/xslt_library.html) grazie al quale si possono integrare i dati contenuti nel database FileMaker Pro 6 entro le presentazioni del nuovo software Apple: Keynote.

Grazie al supporto Xml/Xslt di FileMaker Pro 6, gli sviluppatori potranno esportare da FileMaker Pro 6 parti di testo, grafici e cartelle con dati, e inserirli in presentazioni Keynote di qualità professionale.

“Questo nuovo strumento rappresenta un eccellente esempio di come gli utenti di FileMaker Pro possono facilmente far leva e integrare i dati con applicazioni che supportano Xml come FileMaker Pro 6 e Keynote e altri software tradizionali”, ha dichiarato Dominique Goupil, Presidente di FileMaker.

Sul sito di FileMaker, nella Xml FileMaker Central, è possibile scaricare gratuitamente oltre 20 fogli di stile Xslt, da Microsoft Excel a iPod, pronti per l'uso (per maggiori informazioni consultare la FileMaker Xslt Library). Ognuno di essi traduce il linguaggio Xml, consentendo a FileMaker Pro 6 di scambiare i dati con numerose altre applicazioni che supportano Xml.

FileMaker vince il Codie Award Siiia categoria Best Numeric/Database Software

Successo internazionale per FileMaker: il software database FileMaker Pro 6 Unlimited ha vinto il prestigioso Codie Award, nella categoria Best Numeric/Database Software, assegnato dalla Software & Information Industry Association (Siiia), battendo Db2 Universal Database v8.1 di Ibm e altri tre finalisti. Per FileMaker è il secondo Codie Award vinto in tale categoria in tre anni.

FileMaker Pro 6 Unlimited consente ai workgroup di creare e condividere i database sul Web. Questo software fa parte della gamma FileMaker Pro 6 per workgroup e singoli utenti.

Ogni anno, i Codie Award della Software & Information Industry Association premiano i prodotti e servizi dell'industria informatica che si sono distinti per eccellenza e qualità. Anche FileMaker Pro 6 era tra i finalisti,

nella categoria “Best Business Productivity Product or Service”.

“Il Codie Award della Siiia è un premio prestigioso, un'ulteriore conferma che le prestazioni della gamma FileMaker Pro 6 sono riconosciute a livello internazionale per la loro facilità d'uso e versatilità – ha dichiarato Roberto Mosca, Country Manager Italia e Iberia di FileMaker –. Gestire i dati, le immagini e le informazioni in modo semplice e rapido, e poterle condividere all'interno dei gruppi di lavoro, è un'esigenza sempre più avvertita che, anche in Italia, porta tantissime aziende a scegliere FileMaker.



Roberto Mosca

Pieremilio Sammarco

Il regime giuridico dei "nomi a dominio"

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. 310, euro 22,00

Il termine "nome a dominio" si riferisce all'indirizzo al quale una risorsa è raggiungibile in rete, ma

viene ormai spesso utilizzato per fini commerciali. Il libro esamina le possibilità di estendere le norme di denominazione già vigenti a questa nuova forma di denominazione digitale.

A cura di Antonio Palazzo e Ugo Ruffolo

La tutela del navigatore in internet

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. 364, euro 24,50

I saggi del volume affrontano le maggiori questioni giuridiche legate alla tutela del navigatore-consumatore:

dall'efficacia probatoria del documento informatico al diritto di recesso applicato alle transazioni sul web, dal commercio elettronico al diritto d'autore, dalla responsabilità del provider alla tutela in rete dei minori.

Francesco Delfini

Contratto telematico e commercio elettronico

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. 262, euro 18,00

Il volume analizza i problemi e il quadro di riferimento del commercio elettronico, esaminando il contesto internazionale e quello italiano, con particolare riguardo alle forme di conclusione del contratto, ai mezzi di pagamento e ai profili fiscali. Completa l'opera una raccolta di testi normativi.



Messe Frankfurt Hall 3

Gli obiettivi in termini di numero di visitatori per l'edizione inaugurale di Imex (Mostra mondiale dei viaggi incentivo, incontri ed eventi) sono stati centrati, e gli organizzatori, per il 2004, promettono un'ulteriore crescita.

Archiviata la 1ª edizione, Imex presenta Ivex, esposizione virtuale

With the 1st edition being held, Imex presents Ivex, the virtual exhibition

L'esposizione è stata visitata da 5624 persone provenienti da 39 paesi. Il presidente di Imex Ray Bloom ha parlato delle previsioni per il prossimo anno (12-14 maggio alla Fiera di Francoforte): "Siamo rimasti colpiti dal riscontro positivo di espositori e visitatori, che credo ci fornisca solide fondamenta su cui costruire il futuro", ha dichiarato al termine dell'evento.



Ray Bloom

Durante Imex si sono svolte numerose iniziative. Molte di esse avranno un seguito nella prossima edizione: il Forum di discussione politica, quello dei futuri leader, gli incontri sulle opportunità d'impiego e le conferenze multiculturali.

Imex si distingue soprattutto per il carattere multimediale: le opportunità di "business face-to-face" creati al salone continueranno infatti con Ivex (Imex virtual exhibition).

I visitatori possono accedere dal sito di Imex (www.imex-frankfurt.com/) agli stand virtuali degli espositori, dotati di testi, loghi, foto e link per i siti degli espositori stessi.

Questa esposizione virtuale farà sì che il contatto e il dialogo tra acquirenti e fornitori non si interrompa con la chiusura dell'evento, consentendo in tal modo a questi ultimi ulteriori

affari, oltre a dare una quantità di informazioni utili per programmare incontri.

Darryl Hartley-Leonard – presidente di Pgi – ha presentato il sistema di videoconferenze di Imex, già attivo sul sito: un nuovo strumento per ampliare il raggio d'azione della fiera.

Quattro grandi aziende di diversi settori, in rappresentanza sia degli acquirenti che dei fornitori, hanno discusso la loro posizione sul tema "Cosa ci riserva il futuro". Il messaggio è stato chiaro: l'industria si è data una struttura più elastica e ciò le permetterà di affrontare il futuro.

Le previsioni dicono che continuerà a rafforzarsi e a diversificarsi e che una domanda "trattenuta" nell'industria delle conferenze e dei viaggi incentivo farà del 2004 un anno interessante per tutto il settore.

Visitor targets set for the inaugural Imex (The Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events) have all been met, and the organisers promise expansion for 2004.

A total of 5624 visitors from 39 countries attended. Imex Chairman Ray Bloom has announced growth forecasts for next year's event (12-14 May at Messe Frankfurt): "We have been delighted by the positive feedback received from exhibitors and visitors, which gives us an excellent foundation to build for the future", he declared at the end of the event.

A great number of initiatives took place during Imex. Many of those will continue into next show: Politicians' Forum, Future Leader Forum, Employment opportunities meeting and multicultural conferences. But the exhibition stood out for its multimediaal strengthening. In fact, the face-to-face business opportunities at Imex will be continued via the

Imex Virtual Exhibition (Ivex).

Visitors to the Imex website could access the exhibitor's virtual stand, consisting of text, logos and photos, as well as a link to the exhibitor's website.

This Virtual Exhibition will allow the dialogue and business opportunities between buyer and supplier to continue after the show has closed, providing extra business for suppliers as well as an invaluable source of information for meeting planners.

Darryl Hartley-Leonard - Chairman and Ceo of Pgi - hosted the Imex web-cast, which is now live on the website: a new instrument to extend the reach of Imex. Four leading and diverse industry figures, representing both the supplier and buyer side of the market, shared their views on "What the Future Holds".

Their clear message was that the industry has proved to be resoundingly resilient and is well placed to embrace the future.

Predictions are that it will continue to strengthen and diversify and that a pent-up demand in the meetings and incentive travel industry will make 2004 a very interesting year for the sector.



Darryl Hartley-Leonard

Venuti & C. raggiunge

NÈ FARENHEIT

MA CON TRASPORTO NÈ CELSIUS

IN OGNI ANGOLO DEL MONDO
PER 360 GIORNI



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

www.ud.camcom.it

CCIAA - Via Morpurgo 4 - 33100 Udine - Tel. 0432 27311 - Fax 0432 509469 - Email: urp@ud.camcom.it



- *Orientamento ed assistenza all'avvio di nuove imprese*
- *Formazione*
- *Contributi, agevolazioni e finanziamenti*
- *Servizi all'impresa per operare sul mercato comunitario ed internazionale*
- *E-Commerce*

Il Portale delle Aziende Friulane:

WWW.MADE  INFRIULI.COM





Le soluzioni wireless iniziano ad affermarsi nel segmento consumer e nell'impresa. L'Assintel, Associazione nazionale imprese servizi informatica telematica robotica eidomatica, ha svolto in merito una ricerca tra 400 aziende, dai cui dati emerge che il mercato offre attualmente due diverse soluzioni: la Wi-Fi, che copre un raggio di circa 100 metri, e la Bluetooth che ha una portata inferiore (10-30 metri). Su quest'ultima si orienta per la maggior parte il mercato domestico, mentre il Wi-Fi interessa in prevalenza il mercato delle Pmi. Si stima che dai 18,4 milioni di dispositivi Wi-Fi venduti nel 2002 si dovrebbe passare a oltre 70 milioni nel 2006, per un fatturato complessivo di quasi 5 miliardi di dollari, contro i 2,2 del 2002.

Gli standard attuali

Esistono diversi standard per il Wi-Fi e sono molti i produttori che propongono dispositivi Wi-Fi, come Agere Systems (www.agere.com). Il wireless è per questa azienda uno dei settori di riferimento: in particolare la Agere Systems offre soluzioni avanzate per circuiti integrati ed è specializzata in tecnologie quali Gprs e Wi-Fi. I prodotti sono sviluppati all'interno. Il target è decisamente il mercato consumer, e questo spiega anche la partnership con Ericsson per integrare tra loro le tecnologie Gprs, Sim e 802.11. La società ha già una vasta gamma di modelli di telefono cellulare Gprs; altro campo d'azione importante per l'azienda è rappresentato da WaveLan: una famiglia di chipset e moduli economici, in grado di operare su bande frequenza da 5 GHz e 2,4 GHz, e dotati di supporto per gli standard 802.11a (non ammesso in Italia perché lavora nella banda da 5 GHz, non di libero uso nel nostro Paese) e 802.11b; WaveLan consente ai produttori di sviluppare

Wireless in espansione

Cresce l'utilizzo delle reti senza fili sia nel mercato aziendale sia nel settore consumer e l'offerta si amplia con nuovi modelli.

Già disponibili i dispositivi a 54 Mbps

di Giampaolo Squarcina

soluzioni wireless avanzate sia per i Pc sia per l'elettronica di



consumo. Specialmente in questo settore c'è interesse crescente per soluzioni efficaci e a basso costo, dato il loro possibile utilizzo nei set tv o stereo, e in genere nei dispositivi che permettono di fruire dati indipendentemente dal computer.

Lo standard 802.11b ha una velocità di 11 Mbps. Texas Instruments ha di recente presentato uno standard, lo 802.11b+, che raddoppia nominalmente tale velocità giungendo a 22 Mbps. Le prime aziende ad adottarlo sono state D-Link (www.dlink.com) e U.S. Robotics (www.usr.com).

Per la statunitense U.S. Robotics i vecchi modem analogici rappresentano ancora circa la metà del fatturato, ma la società ha intrapreso con fermezza la strada del wireless. I suoi dispositivi Wi-Fi a 22 Mbps hanno riscosso buon successo di vendita e sono già pronti quelli a 54 Mbps, che verranno lanciati sul mercato appena sarà ratificato lo standard relativo, l'802.11g.

Tornando allo standard 802.11b+, esso è pienamente compatibile con il precedente 802.11b, di cui è solo una variante, sebbene

non sia ancora stato ratificato ufficialmente dall'organismo che si occupa dello sviluppo e della approvazione delle tecnologie di rete, lo Ieee. Ha già ottenuto l'omologazione ministeriale, pertanto è liberamente utilizzabile in ambienti interni.

I due sistemi, 802.11b e 802.11b+, possono convivere sulla stessa rete e la compatibilità hardware è assicurata. Differenti sono invece le prestazioni: una scheda 801.11b funzionerà al massimo a 11 Mbps anche se collegata a un Access Point 802.11b+ da 22 Mbps. Due dispositivi 802.11b+, però, dialogando tra loro, aumentano non solo la velocità ma anche la portata: infatti rispetto allo standard precedente essa aumenta del 30%, salendo indicativamente a 200 metri all'aperto, contro 150 dello 802.11b, e a 65 in interno, contro 50.

I nuovi standard

Tra poco sarà disponibile un ulteriore standard, lo 802.11g, che raggiunge come il predecessore 802.11a i 54 Mbps, ma lavora nella banda di frequenza libera 2,4 Ghz; inoltre è com-

patibile con gli standard 802.11b e con 802.11b+. Va precisato che un dispositivo 802.11b+ funzionerà correttamente in una rete 802.11g, ma alla velocità di un normale 802.11b, cioè a 11 Mbps invece che a 22 Mbps.

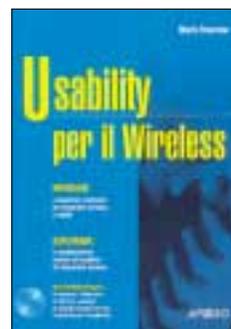
Tra i primi produttori a sviluppare dispositivi con supporto per lo 802.11g c'è Sitecom (www.sitecom.com), che presenta l'Access Point WI-105, la scheda Pcmcia WI-100 e la scheda Pci WI-110.

electr@LAN di Enel.si

Sul fronte delle alternative alle reti via cavo, è da segnalare electr@LAN, recente proposta di Enel.si (www.enel.si): un dispositivo dalle dimensioni di un modem che, collegato a una comune presa elettrica, consente la trasmissione di dati a banda larga, fino a 10 Mbps, tra Pc attraverso la rete elettrica. Disponibile in versione Usb e Ethernet, permette di trasformare un impianto elettrico domestico in una Lan per collegare fino a dieci Pc: una soluzione a basso costo interessante per piccole aziende, studi professionali e famiglie, anche perché è plug&play e non richiede posa di cavi o interventi invasivi, e risulta di facile installazione.

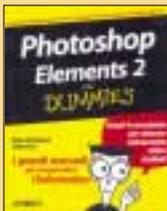
A chi volesse approfondire la progettazione di contenuti wireless per dispositivi mobili, consigliamo la lettura dell'utile volume di Mark Pearrow, *Usability per il wireless*, pubblicato da Apogeo (pp. 302, corredato di cd-rom, euro 25,00).

Sviluppando contenuti per dispositivi mobili, l'attenzione all'usabilità si fa decisiva. L'autore, tra i massimi esperti di usabilità, presenta nel libro le linee guida per affrontare il problema e individuare quanto è necessario per l'accessibilità delle informazioni.



**Deke McClelland, Galen Fott
Photoshop Elements 2
for dummies**Apogeo, Milano 2003
pp. 310, euro 18,90

Photoshop Elements è un programma noto per la sua interfaccia intuitiva.



Per illustrare gli strumenti meno immediati che esso offre, il libro mette in campo l'esperienza di due noti esperti di Photoshop e rende il programma utilizzabile al meglio, in breve tempo, anche dai più inesperti.

Doug Sahlin

Flash MX ActionScriptApogeo, Milano 2003
pp. 390, euro 35,00

Il libro, corredato di un Cd-rom con gli esempi trattati, è una guida avanzata



all'animazione professionale basata sul famoso programma Flash MX della Macromedia. Studiata per coloro che non hanno esperienza di programmazione, il volume è ricco di tutorial chiari e rigorosi.

Janine Warner, Ivonne Berkowitz

**Dreamweaver MX
for dummies**Apogeo, Milano 2003
pp. 340, euro 21,90

Il libro guida il lettore nel graduale apprendimento dell'ultima versione



di Dreamweaver, che presenta nuove e avanzate funzionalità per creare siti web dinamici. Nel Cd-rom allegato sono presenti anche le versioni trial di Flash, Photoshop e Illustrator.

Avocent apre la filiale italiana

L'azienda statunitense, leader nelle soluzioni per le server room, è ora in Italia con una sede a Milano. Siglato anche l'accordo con Opengate Spa per la distribuzione di switch Kvm



Avocent (Nasdaq/Nm: Avct), il primo fornitore al mondo di switch Kvm (keyboard, video, mouse) sbarca in Italia, aprendo la nuova filiale guidata da Massimo D'Esposito, Country Manager Avocent per l'Italia che vanta una lunga esperienza nel settore dell'Information Technology.

L'azienda è nata nel luglio del 2000 dalla fusione delle società Apex e Cibex Computer, ha sede a Huntsville, negli Usa, e dispone di vari uffici in tutto il mondo (Irlanda, Singapore, Germania, Inghilterra, Francia, Cina, Giappone e ora Italia). Avocent conta oltre 700 collaboratori in tutto il mondo.

La presenza Avocent al convegno "Internetworking", tenutosi l'8 e il 9 aprile al Marriot Hotel di via Washington a Milano, è stata il trampolino di lancio sul mercato nazionale.

Avocent vanta la leadership mondiale nella fornitura di soluzioni per l'ottimizzazione e per la razionalizzazione delle server room. La propria

grandi prodotti di tecnologia Kvm analogica e digitale, mirati a incrementare la sicurezza e l'affidabilità della gestione remota dei server. In tal modo si consente al personale aziendale preposto l'accesso e il controllo remoto delle server Farm con costi ridotti.

Il modello distributivo Tcp

Avocent Italia ha sede nel capoluogo milanese in piazza Spotorno 3.

Il Country Manager D'Esposito delinea così le strategie Avocent: "Anche in Italia svilupperemo il mercato secondo il nostro modello di distribuzione, che ha già riscosso un notevole successo nelle principali nazioni europee. Proponiamo al canale il nostro contratto Tcp (Take command program) con cui rivenditori e integratori verranno da noi istruiti e fidelizzati, e aderiranno, in funzione delle loro dimensioni e capacità, ai livelli 1 e 2 del nostro programma, acquistando poi dalla distribuzione.

Le aziende più promettenti in termini di dimensioni e impegno verranno insignite del livello 3. Ciò permetterà loro di registrare i progetti sul

nostro sito nella parte a loro riservata, e di ricevere sconti aggiuntivi e fondi marketing per la promozione delle loro attività."



missione è stata fin dall'inizio quella di presentare alle aziende medio

La distribuzione dei prodotti Avocent avverrà attraverso Opengate Spa, il solo, ad oggi, a essere stato delegato alla vendita dei prodotti Avocent al canale. Opengate sarà in grado di raggiungere capillarmente tutto il mercato business.

La gamma di prodotti

Le soluzioni offerte da Avocent si rivolgono alle diverse esigenze informatiche utilizzando la tecnologia Kvm più avanzata:

- *Serie Ds*: fornisce accesso e capacità di gestione di centri dati aziendali tramite connessioni Ip da ogni luogo; con un'unica interfaccia software per Ds View, si control-



lano tutti i server e i dispositivi seriali tramite connessioni Ip, con la possibilità di controllare anche le alimentazioni dei dispositivi montati a rack.

- *Amx*: permette di accedere e gestire più batterie di server da uno o più punti di controllo contemporaneamente.

- *Serie Autoview*: consente a un unico utente di controllare fino a 24 server multipiat-taforma, oppure a 2 utenti fino a 16 server con Av2000 su cavi di Cat 5.

- *A 1000R e 2000R*: dà accesso locale e remoto al rack tramite una connessione Ip. Il collegamento tra lo switch Kvm e i server avviene avvalendosi di cavi Cat 5.

- *Serie Switch View*: soluzione preferita da piccoli uffici e utenti privati, consente di accedere a un massimo di otto computer da un unico set di monitor tastiera e mouse.

Info: www.avocent.com

Finson Progetto Impresa 6

In un unico pratico software tutte le funzioni per la gestione amministrativa, fiscale e commerciale dell'azienda. Possibilità di gestire Ri.Ba. e listini, utilizzo per gruppi di lavoro in rete e aggiornamenti attraverso l'internet

Finson Spa, leader europeo nella produzione e distribuzione di software per il mercato consumer, ha presentato recentemente la sesta versione di Progetto Impresa, un software ideato per coloro che vogliono occuparsi autonomamente di tutti gli aspetti burocratici delle aziende di piccole o medie dimensioni. In questo modo, essi potranno compilare con semplicità e correttezza i documenti fiscali da consegnare al commercialista.

Grazie a questo programma, i flussi informativi e le operazioni commerciali potranno essere gestiti con procedimenti facili e guidati: l'interfaccia del software è infatti estremamente intuitiva, tanto da consentire un veloce apprendimento, in piena rispondenza alla filosofia di un publisher come Finson.

Prodotto multifunzione

Il segreto della praticità di Progetto Impresa 6 consiste nell'aver racchiuso in unico prodotto tutte le funzioni necessarie a coordinare l'amministrazione di una realtà economica, prima fra tutte la creazione e la stampa di documentazione fiscale personalizzabile, ma anche riepiloghi dell'Iva e fatture, oltre a dettagliate schede anagrafiche di clienti e fornitori, e

le statistiche relative. E ancora: gestione dei prodotti di magazzino, riepilogo delle provvigioni per gli agenti e registrazione dei movimenti di prima nota.

Gestione bancaria

La possibilità di emettere documenti fiscali in modo rapido e guidato rappresenta dunque il "cuore" di Progetto Impresa 6. Tra le più importanti funzioni: gestione delle Ri.Ba, con creazione del file "riba.txt"



per la presentazione in banca; creazione di distinte e gestione di conti correnti; riepilogo delle provvigioni maturate dagli agenti con suddivisione mensile; impostazione per la generazione periodica e automatica di fatture ai clienti.

Gestione listini

Il numero di listini configurabile è infinito, e i listini sono associabili ai clienti tramite le schede anagrafiche; la gestione dei listini d'acquisto diventa poi fondamentale per la compilazione automatizzata degli Ordini d'Acquisto: in questo modo, è possibile fornire immediatamente codici e prezzi utilizzati dai fornitori.

Molto comoda anche la visualizzazione dei sei prezzi più convenienti per l'utente, possibile grazie alla comparazione automatica dei listini.

Un programma con utility

Non mancano piccole ma agili utility, come un'agenda per appuntamenti e annotazioni sparse, la possibilità di importare i dati dalla versione precedente del programma tramite pochi clic e l'eliminazione temporanea di tutti i dati presenti in archivio per un periodo predefinito dall'utente.

Uso e aggiornamento in rete

Il programma può essere gestito in rete fino ad un massimo di 10 postazioni, consentendo anche una parziale possibilità di accesso a prestabilite voci di menu tramite password.

Finson Progetto Impresa 6 è in vendita nei migliori centri commerciali, librerie e negozi di informatica al prezzo di 199 euro. Un anno di assistenza avanzata (del valore di 49 euro) è compreso nel prezzo di vendita; il software è aggiornabile automaticamente attraverso l'internet.

La configurazione minima di sistema richiesta per utilizzare Progetto Impresa 6 è Windows 98/Me con almeno 32Mb Ram, Windows 2000 con almeno 64Mb Ram, o Windows Xp con almeno 128Mb Ram; inoltre deve essere installata una versione del browser Internet Explorer pari o superiore alla 4.

Finson 5000 Contratti e Documenti per l'Ufficio: due software ricchi di modelli utili per facilitare il lavoro

5000 Contratti e Documenti per l'Ufficio è una suite che comprende due utili software. Il primo, *5000 contratti e lettere commerciali*, è una raccolta di modelli di contratti e di testi di lettere commerciali, utili sia per la persona inesperta sia per chi, già competente, può trovarvi forme diverse per esprimersi.

Il software comprende anche 5000 documenti subito utilizzabili sia direttamente con l'editor di testo integrato nell'applicazione, sia con le più diffuse applicazioni di videoscrittura. Particolare attenzione è stata rivolta ai testi in lingua estera (inglese, francese, tedesco e spagnolo) e alle tipologie di contratto più recenti, relative all'Internet o al lavoro interinale. Sono stati inoltre aggiunti modelli di documento adatti per l'autocertificazione.

Una nuova funzione permette di stampare su carta intestata o di inserire l'intestazione aziendale sui testi che vengono successivamente stampati. L'utente può salvare all'interno del programma nuovi contratti o i propri documenti modificati, pronti all'uso in qualsiasi momento. Sono inoltre presenti funzioni che permettono di accedere ai documenti recenti e a quelli preferiti.

Il secondo software presente nella suite è *Moduli per l'ufficio*, uno strumento utile per compilare in pochi istanti una fattura, un ddt, un preventivo, un'offerta, un ordine, una ricevuta, una scheda cliente, ecc., inserendo inoltre la propria intestazione aziendale, il proprio logo, i dettagli e i totali. L'inserimento delle righe di dettaglio è facilitato da un'apposita griglia.

I testi salvati possono essere richiamati in ogni momento. Infine, il programma consente di scegliere tra vari stili di documento e supporta i documenti multipagina.



Dopo un periodo di flessione, il settore dell'information technology appare in ripresa, e pronto ad adattarsi alle esigenze del mercato. Le fiere di settore sono un'importante vetrina per presentare i nuovi prodotti, nonché un momento di incontro e confronto per gli specialisti. Ne parliamo con Antonio Emmanuelli, presidente dello Smau, la maggiore fiera italiana, e seconda nel mondo, per quanto riguarda le nuove tecnologie.

Presidente Emmanuelli, quali osservazioni si possono fare sull'andamento del mercato dell'Ict?

I dati 2003 per il mercato It e Tlc in Italia dimostrano una tendenza positiva, e ci consentono di guardare al futuro dell'Ict con maggiore ottimismo. Infatti secondo l'ultimo rapporto Eito, presentato a Milano lo scorso aprile, l'information technology crescerà in Italia del 2,6% nel 2003 e del 5,1% nel 2004, mentre il segmento delle Tlc raggiungerà una crescita del 2,7% nel 2003 e del 4,3% nel 2004.

Il settore offre dunque importanti segnali di ripresa, destinati ad accentuarsi nella prima metà del prossimo anno. Al raggiungimento di questi obiettivi contribuiranno anche le innovazioni, soprattutto nell'area della connettività, che consentiranno agli individui e alle aziende un accesso più agevole alle informazioni, stimolando un rafforzamento per il 2004.

Smau stesso si sta impegnando attivamente a sostegno dello sviluppo del mercato. Nel mese di marzo abbiamo lanciato il *Manifesto per l'innovazione*, attraverso il quale chiamare a raccolta i protagonisti del mer-



Smau motore d'innovazione

Segnali di ripresa per il mondo dell'information technology. Antonio Emmanuelli, presidente Smau: "La chiave del successo sta nel rinnovamento tecnologico." La manifestazione milanese si conferma la seconda nel mondo nonostante la crisi

cato Ict per trovare una strategia comune che consenta al Sistema Italia di recuperare il ritardo tecnologico e competitivo accumulato nei confronti degli altri paesi.

Siamo convinti che l'innovazione debba essere una preoccupazione costante in tutte le forze trainanti del Paese e in tutti i settori: dalla politica all'economia, dalla cultura alle istituzioni, fino alla scuola. E l'iniziativa sta dando dei risultati significativi: abbiamo già raccolto numerose adesioni illustri, che per ragioni di spazio non possono essere elencate, ma sono disponibili sul nostro sito www.smau.it

La formula dello Smau si è dimostrata efficace negli anni; come pensate di modificarla per far fronte alle nuove tendenze del mercato e alla flessione del settore?

Siamo realisti, la situazione è ancora incerta anche se, come detto, il mercato dell'Ict si sta lentamente vivacizzando. Nonostante la flessione che ha interessato il settore, Smau si è confermata nel 2002 come la seconda manifestazione al mondo. D'altra parte siamo convinti che proprio in questi momenti, per essere pronti a ripartire quando sarà il momento, non è sufficiente aspettare gli eventi. Occorre determinarli, anticiparli, indirizzarli. Si tratta della riaffermazione di un principio per noi inossi-

abile che parte dalla consapevolezza che la ripresa non può che essere guidata dall'innovazione. In quest'ottica Smau, che da 40 anni è osservatore privilegiato del mercato, diventa un appuntamento irrinunciabile, in particolare quest'anno.

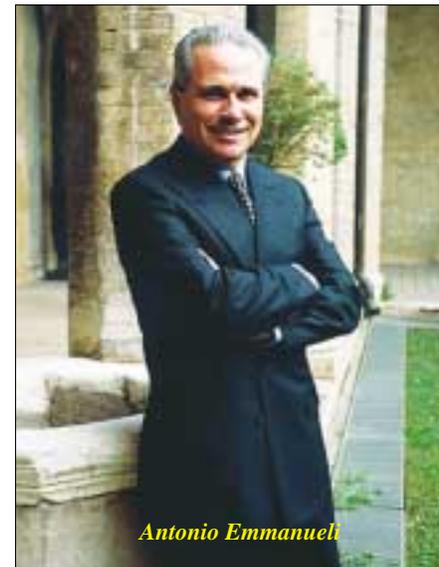
Il focus della manifestazione sarà sulle tecnologie per le piccole e le medie aziende, tessuto vitale dell'economia italiana, che dimostrano una certa difficoltà ad affrontare il processo di innovazione. Processo che si fa ancora più importante in questo momento: in un quadro economico incerto l'adozione di nuovi modelli organizzativi e procedimenti che possano sostituire con vantaggio quelli tradizionali, soluzioni per allargare il mercato, applicazioni che consentano di gestire meglio le risorse umane, tecniche e finanziarie, sono elementi che possono aiutare le Pmi italiane a compiere quello *scatto* in avanti per diventare più competitive.

Quanto pensa che sia da ritenere valida la formula fiera rispetto ad alternative diverse, virtuali o reali?

Noi siamo stati tra i primi a sperimentare l'efficacia delle fiere virtuali: se ben usate si possono rivelare strumenti complementari al momento espositivo vero e proprio, ma non credo che lo possano sostituire come forse si è pensato a un certo punto. Quello che viene meno in una fiera virtuale, per quanto possa essere realistica la realizzazione grafica, è proprio quell'elemento che

sta alla base del concetto di fiera: un momento di aggregazione dove incontrarsi per scambiare idee, aggiornarsi, e *toccare con mano* i prodotti.

Questo punto è oggi più valido che mai, in quanto la comunicazione nel settore dell'information technology, per non parlare dell'elettronica di consumo, sta andando verso una direzione basata quasi esclusivamente sull'emotività o legata ad aspetti di pura passività; io vedo mille cartelloni pubblicitari, mille spot alla Tv e non riesco quasi a distinguere qual è il prodotto che c'è dietro.



Antonio Emmanuelli

Noi mettiamo in prima istanza invece il contenuto esperienziale: andando in Smau è possibile fare un'esperienza reale, di interazione, fruizione, percezione, sia che si tratti di un prodotto che di un servizio. In più l'utente finale, in mezzo a questa giungla di standard, ha bisogno del contatto con l'operatore che gli dia informazioni e rassicurazioni: a Smau li trova.

Si viene a Smau per conoscere in presa diretta un prodotto di cui si è letto, oppure si vede un prodotto che interessa e ci si documenta ulteriormente sul web. In definitiva: Smau unisce il fare business col momento esperienziale e questo è un vantaggio che solo una manifestazione di questa portata può offrire.

A.B.



Deutsche Telekom e Messe Berlin GmbH hanno siglato un accordo per progettare, installare e usare una Lan wireless all'interno del quartiere fieristico berlinese e all'Icc di Berlino.

All'ultimo Itb International Tourism Exchange di Berlino, (la cui prossima edizione è prevista dal 12 al 16 marzo 2004), in aree selezionate del quartiere, Messe Berlin ha permesso a visitatori ed espositori di avere accesso mobile all'internet tramite una Lan wireless.



Messe Berlin

Telekom avevano già stabilito un accordo che abilitava Deutsche Telekom a gestire tutte le telecomunicazioni e i servizi informatici all'interno di Messe Berlin, per esempio l'ulteriore standardizzazione e armonizzazione dei sistemi informatici, le operazioni dei

selected areas of the exhibition grounds, Messe Berlin enabled visitors and exhibitors to have mobile access to the internet via a wireless Lan. By the time the IFA – Internationale Funkausstellung – opens its doors in August, 29th of this year, this service will be availa-

nections for exhibitors at T-Mobile Hotspots. "Our wireless Lan service will provide exhibitors and trade visitors at our fairs the latest in mobile internet technology, a new standard offering the highest service levels imaginable", said Raimund Hosch, Chief Executive Officer of Messe Berlin GmbH.

At the International Green Week Messe Berlin was already able to put the mobile technology of handheld scanners for checking visitors on admission

Alla Messe Berlin si navigherà col wireless Wireless internet mobile access at Messe Berlin

Grazie a un accordo con Deutsche Telekom, il quartiere fieristico sarà dotato di postazioni di accesso mobile alla rete
Thanks to an agreement with Deutsche Telekom, the exhibition grounds will have wireless internet access points

Allorché l'Ifa (Internationale Funkausstellung) quest'anno aprirà i battenti, il 29 agosto, il servizio sarà disponibile in tutta l'area fieristica e dentro l'Icc: i visitatori accederanno alla rete in punti denominati T-Mobile Hotspots, o otterranno informazioni aggiuntive sugli eventi.

Dentro ogni padiglione sarà disponibile un accesso alla rete flessibile e ad alte prestazioni. Per la durata della fiera, con un modesto contributo aggiuntivo sarà possibile navigare attraverso la Lan wireless.

Deutsche Telekom installerà una soluzione che consentirà anche agli espositori di utilizzare le connessioni ai T-Mobile Hotspots.

"Il nostro servizio Lan wireless fornirà, a espositori e visitatori professionali delle nostre fiere, l'ultima tecnologia mobile dell'internet, un nuovo standard che offre livelli qualitativi di servizio inimmaginabili", ha detto Raimund Hosch, presidente di Messe Berlin GmbH.

Già durante l'ultima International Green Week Messe, Berlino ha utilizzato la tecnologia mobile con scanner portatili per il controllo dei visitatori ammessi alla fiera. Nel luglio del 2002, Messe Berlin GmbH e Deutsche

sistemi di telecomunicazione, e i servizi forniti agli espositori da Messe Berlin GmbH.

Con questo accordo Deutsche Telekom sottolinea il proprio impegno in qualità di fornitore di servizi di ogni tipo nel settore informatico e delle telecomunicazioni.

Deutsche Telekom and Messe Berlin GmbH have signed an agreement to plan, install and operate a wireless Lan at the Berlin exhibition grounds as well as at the Icc Berlin.

At the International Tourism Exchange Itb Berlin (whose next edition is scheduled for 12-16 March 2004), inside

ble throughout the entire area of the exhibition grounds and inside the Icc Berlin.

Inside the International Congress Center and outside the exhibition halls visitors will be able to access the internet at T-Mobile Hotspots or acquire additional information about events.

Inside all the fair halls flexible, high-performance internet access will be available to exhibitors. For the duration of the fair, for a small additional fee it will be possible to gain mobile access to the internet via a wireless Lan.

Deutsche Telekom will install a solution which will be able to manage access to internet con-

to the fair to good use.

Already in July of last year Messe Berlin GmbH and Deutsche Telekom signed a far-reaching agreement enabling Deutsche Telekom to take over all IT and telecommunications services at Messe Berlin, for example further standardisation and harmonisation of IT systems, operation of telecommunications systems, and services provided for exhibitors by Messe Berlin GmbH.

With this agreement Deutsche Telekom underlines its commitment as a provider of every kind of service in the fields of IT and telecommunications.

Tiscali, la società fondata da Renato Soru, ha

stretto un accordo con Freestation per offrire ai suoi clienti l'accesso Wi-Fi all'internet.

I clienti riceveranno un'email d'invito alla sperimentazione gratuita del servizio in luoghi pubblici dove si installerà una postazione multimediale Freestation battezzata Totem. Tiscali porrà il suo marchio sulle postazioni Freestation e questa, entro un anno, ne installerà 1000, utilizzabili gratis dagli utenti Tiscali per 10 minuti al giorno.

La gratuità del servizio è prevista dall'autorizzazione ministeriale per la sperimentazione del Wi-Fi. I minuti successivi costeranno 10 centesimi e si pagheranno con schede prepagate. I termi-

Tiscali e Freestation sperimentano postazioni di accesso wireless nei luoghi pubblici

nali Freestation fanno con-

correnza a quelli di Telecom Italia, ma sono stati realizzati pensando al wireless.

Il divieto governativo, solo recentemente rimosso, impediva l'uso del Wi-Fi. Entro dicembre dai Totem si navigherà, massimo dieci utenti per volta, con portatile o palmare, entro 50 metri dalla postazione; si potrà utilizzare anche un telefonino Bluetooth, purché nel raggio di 10 m. Altri operatori stanno per entrare nel business: l'Authority per le Comunicazioni, in base alla normativa dell'Unione Europea per il Wi-Fi, che sarà varata nei prossimi mesi, eviterà situazioni di monopolio che impediscano l'ingresso di nuovi gestori.



Renato Soru

L'ospitalità è servita!

HOTEL 2003

Tema dell'anno:
>>Wellness<<



**ALTO ADIGE
SÜDTIROL**

Con il patrocinio di:



Sponsors & Partners



HOTEL

27^a Fiera internazionale specializzata
per alberghi e gastronomia

20 - 23 ottobre 2003

ore 9,30 - 18,30

Quest'anno in ottobre!

Tel +39 0471 516 000 Fax +39 0471 516 111
www.fierabolzano.it/hotel2003

FIERA BOLZANO



MESSE BOZEN

François Muratet

Fermate le macchine

Marsilio, Venezia 2003
pp. 312, euro 14,50

Nella migliore tradizione *noir*, il romanzo affianca suspense e critica sociale, attraverso la descrizione di come uno sciopero a oltranza possa sfociare in una guerra senza quartiere in grado di sconvolgere le vite dei protagonisti. Un racconto teso e corale, ben orchestrato da Muratet.

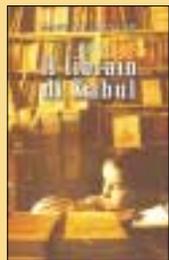


Åsne Seierstad

Il libraio di Kabul

Sonzogno, Milano 2003
pp. 326, euro 17,00

Una giovane e apprezzata cronista di guerra racconta in modo appassionato la lunga permanenza a Kabul, ospite del libraio Sultan Khan, incontrato all'arrivo nella città, e di cui vuole raccontare l'affascinante vita, che si incrocia alla storia di un paese alla disperata ricerca di riscatto.



Thomas Sanders

Terreno di gioco

Sonzogno, Milano 2003
pp. 416, euro 18,00

Sanders racconta una storia realmente accaduta: agente segreto dell'esercito della Germania Ovest, l'autore svela le operazioni dell'Elitekommando Ost, ufficialmente mai esistito, che portava oltreconfine chi voleva fuggire dall'Est per destabilizzare il paese. Le rivelazioni diventano un thriller appassionante e inquietante al tempo stesso.



Tesori della natura a due passi da Lisbona

Proposte di "turismo natura" nei dintorni della capitale portoghese



Naturale di Arrábida, comprendente i monti della Serra de Arrábida, zona caratterizzata da una ricca e variegata vegetazione. Situato tra la città di Setúbal e quella di Sesimbra, il parco è caratterizzato dal contrasto

Paesaggi marini e acque trasparenti, pianure fluviali e dune sabbiose, boschi e foreste lussureggianti: un vero e proprio paradiso per gli amanti della natura, situato a pochi chilometri da Lisbona.



Tutta la regione è ricca di parchi e riserve naturali, facilmente raggiungibili dalla capitale, dove è possibile lasciarsi catturare dagli splendidi paesaggi e andare alla scoperta di uccelli acquatici, delfini e fenicotteri.

A circa un'ora da Lisbona, la Reserva Natural do Estuário do Tejo (Tago), con 45.000 ettari di superficie, è la riserva acquatica più grande del Portogallo e una delle più importanti d'Europa. La zona abbraccia diversi tipi di paesaggio: si passa da zone paludose, a isolotti, saline e foreste.

Il Tago è uno dei dieci maggiori fiumi d'Europa, il suo estuario è un luogo di grande interesse quale habitat ideale per pesci e uccelli migratori, cicogne, aironi, aquile pescatrici... È presente una colonia di più di 6000 fenicotteri.

Lungo la costa meridionale della penisola di Setúbal, a sud di Lisbona, si estende per più di 11.000 ettari il Parco

tra la selvaggia bellezza dei boschi, in cui padrona è la quercia, e l'intenso blu del mare. La macchia mediterranea si sviluppa per 35 chilometri di costa e comprende una ricca varietà di flora e numerose specie di uccelli, mentre lungo le

coste sono state registrate più di 110 specie di pesci. Fanno parte del parco la Reserva do Solitário, la Reserva Integral da Mata Coperta e la Reserva dos Vidais.

Un altro luogo di particolare interesse è certamente la Reserva Natural do Estuário do Sado, nelle vicinanze di Setúbal. L'intera area è ricca di lagune e canali, popolati da numerose varietà di uccelli, mammiferi e pesci; l'attrazione principale è comunque costituita dalla presenza di circa una trentina di delfini.

A circa un'ora e mezza da Lisbona si trova poi la Reserva Natural da Berlenga, una riserva marina situata su un piccolo arcipelago a quasi 15 km da Cabo Carvoeiro, a nord est di Peniche. È un vero e proprio "santuario" per uccelli, pesci e flora marina, di ineguagliata bellezza; è infatti stata riconosciuta come biosfera dal Consiglio Europeo.

L'arcipelago è costituito da una piccola isola (Berlenga Grande) e da minuscole isolette di roccia granitica (Estelas e Farilhões) dove nidificano diverse specie di uccelli marini. Sull'isola si trova anche un piccolo ristorante e il Forte São João Baptista, un forte militare di epoca manuelina, oggi adibito ad albergo.

A.G.



info: numero verde 848 780 505 email pga.italy@pga.pt

Ogni anno l'ufficio turistico della Francia occidentale propone varie scelte turistiche a tema. Eccone due che abbiamo ritenuto più interessanti.

Talassoterapia nella Francia occidentale

La talassoterapia (cura del mare) nacque in Francia occidentale quando nel 1898 il medico Louis Bagot aprì a Roscoff il primo centro basato sulle virtù curative dell'acqua di mare, scoperte l'anno prima dal biologo René Quinton.

L'acqua marina prodiga i suoi benefici con la massima efficacia quando viene riscaldata a 33°C e più. La pressione esercitata dall'elemento stimola la circolazione sanguigna, e l'effetto di leggerezza legato all'acqua facilita il movimento, il che risulta particolarmente utile per i traumatizzati, gli obesi, i depressi, ecc.

L'utilizzazione di alghe e fanghi marini moltiplica gli effetti positivi. Le alghe, raccolte in zone molto pulite, dove correnti e alte maree assicurano una buona ossigenazione, possono concentrare sino a 50.000 volte gli oligoelementi e i sali minerali dell'acqua di mare!

Il clima tonificante dell'Atlantico, la vicinanza di centri turistici e balneari, e la presenza di alberghi confortevoli rendono attraenti i centri di talassoterapia della Francia occidentale. Ci sono formule per tutte le esigenze, dai programmi completi di una settimana e più, ai week-end benessere, ai programmi a tema: bellezza, perdere peso, anticellulite, perdere il vizio del fumo, o ancora programmi personalizzati.



Lo charme della Francia occidentale

Due proposte per una vacanza all'insegna del benessere e del relax con la talassoterapia, o all'insegna dell'arte con le celebrazioni del centenario della morte di Gauguin

di Maria Luisa Negro

In Bretagna le località-top della talassoterapia hanno nomi famosi e storici: Roscoff, Quiberon, Saint-Malo, Dinard, Perros-Guirec, Douarnenez, Bénodet, Carnac, Belle-Ile-en-Mer, Port Crouesty, dove sorge il centro Louison Bobet, l'asso del ciclismo convertitosi alla talassoterapia dopo averne sperimentato i benefici effetti in seguito a una brutta caduta.

In Normandia Deauville, nota località balneare, ospita l'Espace Thalasso Algoterm. Trattamenti a base di acqua di mare, alghe fresche e fanghi della baia di Mont Saint Michel all'Institut de Cure Marine di Luc sur Mer, sulla Côte de Nacre, e a Ouistreham, al Centro Thalazur Riva Bella Normandie, alle porte di Caen.

Nella Loira Atlantica il centro Thalasso di La Baule-les-Pins si trova di fronte a una delle spiagge più belle in Europa, in un ambiente naturale suggestivo. Nella zona si trova anche il centro Thalgo la Baule. Ben sei i centri di talassoterapia nel Poitou-Charentes, il Thalazur Cap Royan è specializzato anche nei trattamenti naturali contro l'emicrania.

Infine, si segnalano balneoterapia e idroterapia a Les Balneades, a Solagne, nella Valle della Loira, l'unica regione della Francia occidentale non bagnata dal mare, ma dall'ultimo fiu-

me selvaggio d'Europa, per questo è stata dichiarata dall'Unesco "patrimonio dell'Umanità".

La Bretagna di Gauguin

Un litorale selvaggio e solitario, un interno magico... I paesaggi bretoni hanno ispirato nel tempo numerosi pittori, a cominciare dai romantici, che hanno ritratto scene di tempeste tra le scogliere della regione.

Intorno al 1860 Pont-Aven, nel sud della Cornovaglia, divenne luogo prediletto di una colonia di artisti. Dal 1886 al 1894 vi soggiornò Gauguin, che sperimentò una nuova concezione della pittura: non si trattava più di rappresentare calligraficamente la natura, ma di "sognare davanti a lei", con il pittore che ha il "diritto di osare tutto". Dopo la seconda guerra mondiale vi arrivarono pittori vicini all'astrattismo: Charles Lapicque, Marcel Gromaire e Yves Tanguy.

Nel centenario della morte di Gauguin, il Museo di Belle Arti di Quimper organizza dal 12 luglio al 30 settembre un'ambiziosa mostra su Gauguin e i pittori della scuola di Pont-Aven. L'esposizione, realizzata in collaborazione col Musée de Luxemburg di Parigi e col Museo di Capodimonte a Napoli, che l'ospiterà dal 16 di

ottobre al 5 gennaio 2004, presenta 120 opere, soprattutto dipinti ma anche disegni, stampe e sculture. È un'occasione per visitare Quimper, città d'arte e storia, magari durante il Festival di Cornovaglia (balli, musiche, animazioni permanenti, dal 19 al 27 luglio).

Anche il museo di Pont-Aven organizza dal 28 giugno al 29 settembre una mostra di 45 capolavori di provenienza internazionale, di Gauguin e di altri artisti della Scuola di Pont-Aven. Da qui è possibile ripercorrere le orme del grande pittore lungo il corso dell'Aven, tra mulini e chiese sino alla spiaggia des sables blancs, e alla piccola cappella di Trémalo, col Cristo cui Gauguin si è ispirato per il "Cristo Giallo".

Altro evento: l'inaugurazione del "Cammino dei pittori al Pouldu", attorno alla Maison di Marie-Henry a Clohars-Carnoet,



ricostruita con grande rigore, luogo d'incontro degli artisti che gravitavano attorno a Gauguin e al villaggio dimenticato del Pouldu, per presentare un centinaio di opere originali (dipinti, incisioni...) nate in questi luoghi, dove i muri e i soffitti sono stati decorati da Gauguin (esposizione sino al 30 settembre).

Si può abbinare la visita alle mostre al Festival Interceltico di Lorient (Morbihan, prima metà di agosto): 4500 artisti, 500.000 spettatori per 10 giorni e 10 notti di cultura e di festa con la Scozia, l'Irlanda, l'isola di Man, Galles, Cornovaglia, Galizia, Asturie e, naturalmente, la Bretagna.

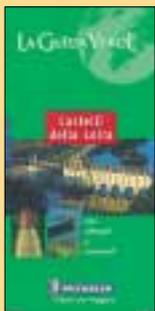
Info: www.franceguide.com



La Guida Verde – Castelli della Loira

Michelin Edizioni per Viaggiare, Milano 2002 pp. 366, euro 29,95

Le Guide Verdi sono tra le più note edizioni per il viaggio.



Quella dedicata alla regione dei Castelli della Loira conduce il viaggiatore in un percorso che lo porta a conoscere i castelli, le città, le tradizioni e la storia che corrono paralleli al fiume lungo il cui corso si dipana l'itinerario.

Mario Grasso

Le imprese di viaggio Analisi strategica e politiche di marketing per il vantaggio competitivo

Franco Angeli, Milano 2003 pp. 288, euro 22,00

Obiettivo del volume è riflettere sui principali aspetti della gestione delle imprese di viaggio e di evidenziare i principali problemi da affrontare per elevare la qualità dell'offerta.



Particolare attenzione è rivolta ai tour operator, per i quali le funzioni di marketing assumono un ruolo strategico.

a cura di Nadio Delai

Investire nell'ospitalità

Franco Angeli, Milano 2003 pp. 176, euro 16,00

Il rapporto fornisce uno strumento di analisi che permette di tenere sotto controllo il mercato delle attrezzature per gli esercizi pubblici, comprendente oltre 400mila imprese che operano nell'ospitalità, per un giro d'affari di 5 miliardi di euro l'anno.



Steyr: idee per una vacanza romantica



Per chi ama la natura, l'arte e la musica, Steyr, romantica cittadina di 40.000 abitanti nel cuore dell'Alta Austria, è un'opportunità per trascorrere una breve vacanza. Offre punti di interesse storico-artistico, quali il santuario di Christkindl, o il castello di Lamberg, o ancora la piazza centrale, dove gotico, barocco e rococò si fondono armoniosamente a formare uno scorcio affascinante. Musei, con collezioni particolari come quella delle stufe di maiolica o degli orologi di ferro, o quelle legate alla tradizione contadina, come la collezione di falci, completano il quadro dei luoghi da visitare.

Ma non è tutto: Steyr offre occasioni di svago e relax, oltre a escursioni naturalistiche e manifestazioni musicali. Per chi cerca il riposo, niente di meglio di una navigazione sul lago artificiale dell'Enns, o di una passeggiata nel parco nazionale Kalkalpen, il maggiore d'Austria (18.000 ettari).

In estate a tali opportunità si aggiungono quella di effettuare la tratta Steyr-Grünburg a bordo di un vecchio treno a vapore, e di giocare a golf nei campi circostanti la città, dove si può anche approfittare delle numerose locande e fattorie per una sosta gastronomica.

Per i più sportivi, Steyr propone escursioni a piedi e in bici-

cletta: la camminata di 10 chilometri alla cima del monte Damberg, le escursioni nel parco nazionale Kalkalpen, e le pedalate lungo il fiume che dà il nome alla città.

Steyr è un paradiso per gli amanti delle vacanze in bicicletta, fa parte degli itinerari della valle dell'Enns (da



Flachau a Enns) e Linz-Wels-Steyr (144 km), collegato alla pista ciclabile del Danubio, una delle più lunghe d'Europa.

In Austria quasi ogni città ha un festival di musica classica, e Steyr non fa eccezione. Ogni anno ospita l'importante Schubert-Festival. Il compositore spesso soggiornava a Steyr in cerca d'ispirazione per le sue musiche, e pare vi abbia composto il celebre Forellenquintett.

Tra le altre manifestazioni, da ricordare i mercati, soprattutto quello delle ceramiche, che si tiene a inizio agosto sulla piazza cittadina, e i mercatini dei giorni di San Martino (8-9 novembre) e di Natale, che fanno vivere la particolare atmosfera natalizia di questa regione dell'Austria.

Per saperne di più:

Tourismusverband Steyr, Stadtplatz 27, A-4402 Steyr tel. 0043 7252 53229-0

fax 0043 7252 5322915

Gruppi: Eva Pözl, diretto 12

E-mail: info@tourism-steyr.at http://www.tourism-steyr.at

SIW, la borsa annuale del turismo sloveno dal 16 al 18 ottobre alle terme di Catez

Saranno le terme di Catez, non lontano da Novo Mesto e dal confine con la Croazia, a ospitare dal 16 al 18 ottobre l'edizione 2003 dello Slovenian Incoming Workshop, la borsa turistica slovena promossa dall'Ente nazionale per il turismo. La scelta della sede non è casuale: infatti in Slovenia un terzo dei pernottamenti alberghieri avviene in una delle 15 stazioni termali, la maggiore delle quali è proprio Catez, capace di offrire la più estesa riviera termale dell'Europa centrale.



La scorsa edizione ha visto la partecipazione di un centinaio di aziende dell'incoming sloveno e 253 operatori turistici esteri in rappresentanza di 185 imprese, provenienti da 21 paesi, in gran parte europei (con l'Italia al secondo posto per numero) ma anche da Israele, India e Usa. Gli operatori locali rappresentano tutte le diverse tipologie della proposta turistica nazionale: mare e montagna estiva e invernale, città d'arte, turismo d'affari, congressuale, terme, casinò, sport e natura, grotte, enogastronomia, ecc.

Per informazioni e iscrizioni rivolgersi a: Ente sloveno per il turismo, tel. 00386 1 58 91 844 e 58 91 854; oppure Ufficio del Turismo Sloveno in Italia, tel. 02 29 51 11 87, E-mail: slovenia@tin.it.

Viaggi Vietti: alla scoperta della Germania "di nicchia"

Il Tour Operator, che è anche organizzatore di eventi, propone numerose e diversificate formule di viaggio per visitare la Germania in libertà



Esattamente 20 anni fa, la Viaggi Vietti scelse di proporsi sul mercato come tour operator mono-destinazione, credendo fermamente nell'interesse dei turisti italiani per la Germania.

I dati dimostrano che non aveva sbagliato: dal 1986 gli italiani che visitano il paese teutonico crescono regolarmente circa del 10% l'anno.

Fin dai primi passi, secondo la volontà della titolare, la tedesca Sigrid Menzel-Vietti, l'azienda ha proposto soluzioni "di nicchia": non a caso la prima uscita era intitolata *Germania, il Paese delle fiabe*.

Da quel momento in poi, la Viaggi Vietti non ha mai cercato di fare grandi numeri, ma di proporre le caratteristiche principali della terra tedesca in piena

libertà, con formule diversificate e adatte a tutte le esigenze:

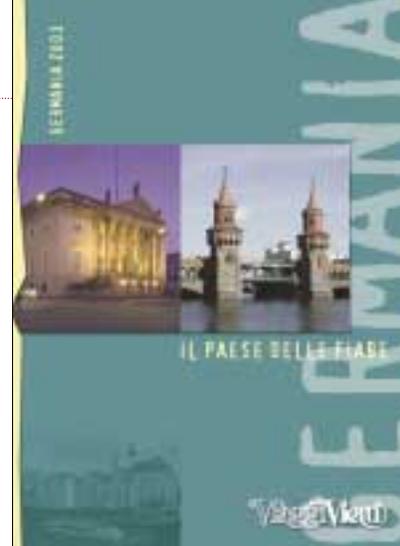
- soggiorni in fattorie, a stretto contatto con la vita contadina;
- soggiorni in appartamenti, che permettono di avere piena libertà nella gestione della propria vacanza;
- sistemazioni in alberghi tipici distribuiti su tutto il territorio, dalle Alpi Bavaresi fino al Mare del Nord, toccando itinerari famosi come la Strada Romantica, la Strada delle Fiabe, ecc.;
- crociere su alcuni dei fiumi più lunghi e meglio navigabili d'Europa come il Danubio, il Reno e l'Elba;
- sistemazioni per tutte le tasche nelle grandi città come Amburgo, Berlino e Monaco di Baviera.

Inoltre, e questo distingue la Viaggi Vietti dai grandi distributori, proprio per la sua qualità di operatore "di nicchia", l'azienda è in grado di soddisfare ogni richiesta del turista che voglia recarsi in Germania, anche quando non prevista nel programma illustrato.

Questa flessibilità è dovuta anche alla dimensione media dell'impresa, che le permette di presentarsi "a misura di cliente",

e di proporsi come un'interessante alternativa per chi voglia visitare la Germania.

Ancora, siccome l'interesse degli italiani verso Berlino è in continua crescita, la Viaggi Vietti dedica alla capitale tedesca ben 6 pagine del suo catalogo 2003, in una sezione intitolata *Berlino per tutte le tasche*. Vengono infatti offerte soluzioni diversificate: *Back-Papers* hotel per i giovani; appartamenti e alberghi con camere spaziose per le famiglie; gli hotel con il miglior rapporto qualità/prezzo in categorie che vanno da 2 stelle fino a extra-lusso; infine, sono proposte strutture che offrono spettacoli e trattamento Vip.



Oltre a tutto ciò, la Viaggi Vietti propone un programma denominato *Fair Play, scacco alle Fiere*, specifico per gli uomini d'affari che devono partecipare a fiere tedesche, con programmi dettagliati comprensivi di tutti quei servizi indispensabili per un viaggio di questo genere.

A proposito di fiere, non va dimenticato che la Viaggi Vietti ha già organizzato eventi per Versace, Nissan Italia, Aventis Italia, Herbalife e altre importanti aziende.

Per saperne di più:
tel. 02466957, fax 0248194252
viettiviaggi@tin.it
www.exprofairs.com/vietti

Il fascino della Germania Lufthansa Tours

Lufthansa Tours propone viaggi alla scoperta della Germania, in collaborazione con Atitur, Touring Club Italiano, Viaggi Vietti e Wolff Viaggi. Il catalogo propone soluzioni per tutte le esigenze: dalle crociere sull'Elba, sul Danubio o sul Reno, all'itinerario goethiano da Francoforte a Lipsia, al viaggio tra le perle dell'Est. Non mancano i viaggi tematici e i tour *Fly & Bus*.

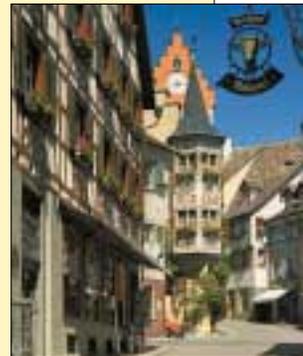
Tra gli itinerari figura un tour di 7 giorni per ripercorrere le orme degli antichi romani, incentrato sulle architetture di Magonza, Coblenza, Colonia, Aquisgrana, Treviri e Worms.

Tra le vacanze culturali si segnalano i pacchetti per visite a musei e mostre internazionali: Salvador Dalí a Bamberg, e Rembrandt a Francoforte sul Meno. Da non perdere, a Stoccarda, *Grafica dal mondo*, mostra che presenta opere di grafica di Dürer, Rembrandt, Goya, Toulouse-Lautrec, Picasso e Newman.

Altre formule proposte sono *Fly & Drive*, e *Fly & Rail* adatta per chi vuole usare l'aereo e muoversi in Germania col comfort del treno. Con *Germania in bicicletta* è possibile abbinare volo e noleggio della bicicletta. I percorsi spaziano dalla strada romantica al percorso lungo il Danubio, da Ratisbona a Passau.

Per gli appassionati di folklore non poteva mancare l'Oktoberfest, o la meno nota ma ricca festa della birra di Cannstatt (Stoccarda).

Info: www.vacanzeingermania.com o www.lufthansa.it.
Il catalogo è disponibile nelle agenzie di viaggio italiane.



Alla scoperta del lago termale di Heviz

Situata in una grande vallata sul fianco del lago Balaton, Heviz è nota per le proprietà curative del suo fango. Una temperatura dell'acqua che non scende mai sotto i 26° garantisce bagni termali anche durante il freddo inverno ungherese



Giustamente considerata tra i più importanti centri termali e turistici d'Europa, Heviz è una delle località più frequentate in Ungheria.

Situata in una vallata a pochi chilometri da Keszthely, sul versante nord-occidentale del lago Balaton, Heviz riceve l'acqua termale da un geyser.



Proprio alla singolarità del suo lago Heviz deve la notorietà che la contraddistingue fin dall'epoca dei Romani.

Questo lago termale, unico al mondo nel suo genere, ha una superficie di 4,7 ettari e una profondità massima di 36 metri. D'estate la temperatura dell'acqua è costante intorno ai 33-34 °C, mentre d'inverno non scende mai sotto i 26° C, offrendo la possibilità di fare piacevolissimi bagni all'aperto durante il freddo inverno ungherese, magari mentre l'area circostante è completamente coperta di neve.

Il lago gode di un continuo, rapido e integrale ricambio d'acqua: l'acqua calda affiora alla superficie e si distribuisce radialmente, assicurando così

l'uniformità della temperatura in ogni punto del lago.

Una delle sostanze curative più conosciute di Heviz è il fango leggermente radioattivo presente sul fondo del lago. Acqua curativa e fango sono particolarmente adatti per il trattamento delle malattie croniche dell'apparato motorio, di stati post-traumatici e delle patologie delle articolazioni.

Heviz offre numerose possibilità al turista che desidera cure e trattamenti termali. La struttura termale principale è quella comunale, una suggestiva costruzione in legno situata in mezzo al lago. Da qui è possibile accedere direttamente alle acque del lago, oppure si possono utilizzare le 6 piscine adibite alle cure, e a vari altri servizi termali e terapeutici. La

struttura è aperta tutti i giorni dell'anno con orario continuato dalle 9 alle 17.

Heviz dispone anche di numerosi hotel, 8 dei quali a quattro stelle. La maggior parte di queste strutture dispongono di propri centri termali e wellness, comodamente accessibili direttamente dalle camere. Heviz dispone anche di un campeggio termale in riva al lago, da dove gli ospiti possono entrare direttamente in acqua.

Gli alberghi più importanti: **NaturMed Hotel Carbona****** 8380 Hévíz, Attila u. 1. Tel. 0036-83-342930 Fax 0036-83-340468 E-mail: hotel@carbona.hu www.carbona.hu **Hotel Európa Fit ****superior** 8380 Hévíz, Jókai u. 3 Tel. 0036-83-501100

Fax: 0036-83-501101
E-mail: sales@europafit.hu
www.europafit.hu
Rogner Hotel & Spa Lotus Therme ****
8380 Hévíz, Lótuszvirág u.
Tel. 0036-83-500500
Fax: 0036-83-500591
E-mail: info@lotustherme.com
www.lotustherme.com



Danubius Thermal Hotel Heviz****
8380 Heviz, Kossuth L. u. 9-11
Tel. 0036-83-341180
Fax 0036-83-340666
E-mail: sales.heviz-balaton@danubiushotelgroup.com
Per saperne di più:
www.danubiushotelgroup.com
www.turismoungherese.it

Aprire al pubblico l'antico maniero di Duino

La variegata offerta turistica dell'area del Carso da luglio si arricchisce di un'altra perla: divengono accessibili al pubblico il secolare Castello di Duino e il suo parco, arroccato su uno sperone roccioso a picco sul golfo di Trieste.

Ricco di storia che si intreccia con leggende popolari, legato in modo indissolubile col passato del territorio circostante, l'antico maniero conserva opere d'arte e raffinati cimeli di grande valore, ed è ancora oggi abitato dai proprietari, i principi della Torre e Tasso (von Thurn und Taxis).

Il percorso aperto al pubblico si snoderà lungo una quindicina di stanze: sarà possibile ammirare la scalinata palladiana e il pianoforte suonato da Franz Liszt durante il soggiorno a Duino.

Il parco, solcato da romantici viali decorati con statue e

oggetti d'epoca, presenta terrazze e spalti sul mare, e distese di fiori che compongono giochi cromatici; è stato creato nella seconda metà dell'800 dalla principessa Maria von Thurn und Taxis, e sottoposto a interventi di riordino dall'attuale proprietario, il principe Carlo Alessandro.

Inserito in un contesto suggestivo, il castello è punto di partenza per la scoperta del Carso, a cominciare dalla passeggiata intitolata al poeta Rainer Maria Rilke, che, ospite del castello, si ispirò per scrivere le sue Elegie Duinesi. Si possono inoltre visitare il Timavo, noto per le risorgive, la Baia di Sistiana, i siti archeologici del

castelliere di Silvia e il tempio ipogeo, i luoghi storici della I guerra mondiale; oppure si può percorrere la strada del vino Terrano gustando i piatti della cucina locale, connubio di influenze austriaci, veneti e friulani.

Il castello potrà inoltre essere utilizzato per seminari, convegni, mostre, concerti, eventi culturali e cene di gala.

Informazioni e prenotazioni:
Promotrieste, Tel. 040 3226666
Castello di Duino
Tel. 040208120; Fax 040208022
email: castellodiduino@libero.it



A maggio si è tenuto il 74° meeting dell'assemblea dei supervisori dell'Itb (International tourism exchange) di Berlino, condotto da Ursula Schörcher, presidente della Dzt (Consiglio nazionale del turismo tedesco) di Francoforte sul Meno.



The altered timing of the Itb Berlin was regarded as positive by two thirds of all exhibitors, trade visitors and the public. The Supervisory Board stated its intention of retaining the same timing for the next edition. The Itb Berlin 2004 will commence on Friday,

9971 espositori: il secondo migliore risultato nella storia dell'Itb Berlin

9971 exhibitors: the second best result in the history of Itb Berlin

Confermata per l'edizione 2004 (dal 12 al 16 marzo) la modifica all'orario della mostra
The new timing of the event confirmed for 2004 edition (12-16 March)

di **Andrea Bigotti**

Oltre al bilancio relativo a Itb 2003, in agenda c'erano le analisi delle inchieste condotte sugli espositori, sui visitatori professionali e sui visitatori, oltre a una valutazione del cambiamento degli orari della fiera, e al continuo sviluppo del concetto che sta alla base dell'Itb di Berlino.

L'assemblea dei supervisori ha apprezzato il fatto che l'Itb continui a portare un impulso all'industria del turismo, e che abbia rafforzato la posizione di leader mondiale nel settore.

La presenza di 9971 espositori provenienti da 181 paesi è stato il secondo miglior risultato nella storia della fiera del turismo di Berlino. Ma al successo della manifestazione di quest'anno ha contribuito anche l'ulteriore crescita nel numero di visitatori: le presenze all'Itb 2003 sono state 129.943, mentre il numero dei visitatori professionali è rimasto stabile a 67.000.

La variazione degli orari della manifestazione è stata giudicata positivamente dai due terzi degli espositori, dei visitatori professionali e del pubblico. Per questo l'assemblea dei supervisori ha manifestato

l'intenzione di mantenere gli stessi orari per l'Itb 2004, che si aprirà venerdì 12 marzo, per concludersi martedì 16.

Durante l'incontro è stata anche sottolineata l'importanza dell'Itb 2003 come evento mediatico, evidenziata dalla partecipazione alla manifestazione da parte di 6685 giornalisti provenienti da 80 paesi.

La copertura della stampa tedesca è ammontata a un totale di più di 374 milioni di copie. Anche 190 quotidiani di 64 paesi ne hanno dato notizia come fiera dei viaggi e del turismo. L'evento ha avuto 502 servizi alla televisione tedesca, per un tempo totale di più di 30 ore, mentre le radio del paese hanno coperto la manifestazione con 591 collegamenti per un totale di oltre 22 ore.

I nuovi membri nominati dall'assemblea dei supervisori sono Anna-Renate Budde, direttore marketing del settore affari della Siemens di Francoforte sul Meno, Klaus Laepple, presidente dell'Associazione tedesca delle agenzie di viaggi e dei tour operator (Btw), e Naceur Mani, direttore dell'Ufficio del turismo tunisino in Germania.

The 74th meeting of the Supervisory Board of the International Tourism Exchange Itb Berlin was held in May 2003, led by Ursula Schörcher, Chairman of the Itb Supervisory Board and Chairman of the German National Tourism Board (Dzt), Frankfurt am Main.

In addition to a review of the Itb 2003, other items on the agenda were analysis of the survey of exhibitors, trade visitors and visitors, an evaluation of the altered timing of the fair, and the continued development of the Itb Berlin concept.

The Supervisory Board welcomed the fact that the Itb Berlin continued to fulfil its role in providing the industry with a fresh impetus and has strengthened its position as the world leader in its field. The figure of 9,971 exhibitors from 181 countries was the second highest in the history of this Berlin tourism fair.

A further increase in visitor numbers also contributed to this year's success: attendance at the Itb 2003 was 129,943. At 67,000 the trade visitor figure remained stable.

12 March and will conclude on Tuesday, 16 March.

At its meeting the Supervisory Board emphasized the importance of the Itb 2003 as a media event, attended by 6,685 journalist from 80 countries. Coverage by the German print media amounted to a total print run of 374.51 mio. copies. 190 newspapers in 64 countries also reported on travel and tourism's world trade fair. At the fair there were 502 items on German television, with a total transmission time of 1,834.52 minutes, while the country's radio station broadcast 591 items with a transmission time of 1,350.37 minutes.

The new members who have been appointed to the Supervisory Board are Anna-Renate Budde, Director Marketing, Siemens Business Services, Frankfurt am Main, Klaus Laepple President of the German Travel Agents' and Tour Operators' Association (Drv) and President of the National Association of the German Tourism Industry (Btw), and Naceur Mani, Director of the Tunisian Tourism Office in Germany.

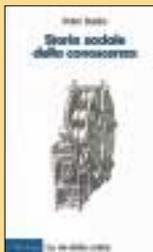
Info: www.itb-berlin.de

Peter Burke

Storia sociale della conoscenza

Il Mulino, Bologna 2002
pp. 278, euro 13,80

Dopo una sintesi sulla sociologia della conoscenza, l'autore segue lo sviluppo della cultura, dal Medioevo all'età moderna, analizzando le figure d'intellettuale, le istituzioni e i luoghi di trasmissione del sapere, con particolare attenzione alla funzione di controllo della conoscenza da parte di Stato e Chiesa.



Umberto Eco

Dire quasi la stessa cosa Esperienze di traduzione

Bompiani, Milano 2003
pp. 396, euro 18,00

Dalla sua lunga esperienza di correttore, traduttore e tradotto, Eco trae questo libro, che non è un trattato teorico di traduzione, ma un insieme di esempi e citazioni utili a sollevare problemi. Il tutto partendo dal principio che la traduzione sia innanzitutto un processo di negoziazione, preceduto da quello di interpretazione.



Helen Addison Howard

Capo Giuseppe

Bompiani, Milano 2003
pp. 348, euro 15,00

L'autrice propone la biografia del grande capo della tribù indiana dei Nasi Forati.



Leader delle lotte per la pace e la libertà delle tribù, Capo Giuseppe dovette assistere alla disfatta del suo popolo, che perse terre, cavalli e indipendenza in uno degli episodi più drammatici della storia indiana.

Dubai: oltre 12.000 visitatori all'Atm 2003

Dubai: over 12,000 visited Atm 2003

Record di visitatori all'Arabian travel market e incremento del 10% degli espositori sul 2002. Prossima edizione: dal 4 al 7 maggio 2004 / *New records for visitors at the Arabian Travel Market and 10% more exhibitors than in 2002. Next edition will be held from 4 to 7 of May 2004*

L'Arabian travel market 2003 (6-9 maggio), 10ª edizione della maggiore fiera in Medio Oriente riguardante viaggi e turismo, ha registrato partecipazioni record di visitatori professionali, giornalisti e compratori. In totale, hanno visitato la fiera 12.111 persone, provenienti da 73 paesi.

Atm 2003 è stata la prima importante fiera dei viaggi a svolgersi dopo la guerra in Iraq, e nel pieno dell'epidemia della Sars. Nonostante ciò, ha avuto 783 espositori da 55 paesi, con un incremento del 10% rispetto al 2002.

“L'evento è stato visto come un'opportunità per recuperare gli affari persi negli ultimi mesi”, ha detto Matt Thompson, di Reed travel exhibitions (Rte),

società che organizza l'Atm. “La crescita dell'Arabian travel market è lo specchio dello sviluppo del turismo in Medio Oriente. La manifestazione oggi è quella maggiormente in crescita, e la seconda come grandezza, tra le 13 organizzate da Rte.”

L'edizione 2004 dell'Arabian travel market si terrà al Dubai World Trade Centre dal 4 al 7 maggio.

Arabian Travel Market 2003 (6-9 of May), the 10th edition of the Middle East's premier travel and tourism exhibition, has set new records for trade, media and travel buyer participation. A total of 12,111 visitors from 73 countries attended the exhibition.

Atm 2003 was the first major travel show to take place after

the conflict in Iraq, and in the wake of the Sars outbreak. Nonetheless, it held its own with 783 exhibitors from 55 countries, and delivered a show which was 10% bigger than in 2002.

“This show was seen as an opportunity to claw back business lost over recent months” said Matt Thompson, Reed Travel Exhibitions (Rte), which organises Atm. “The growth of Arabian Travel Market mirrors the development of the Middle East's tourism. The show is now the fastest-growing and the second largest of the 13 events in the Rte portfolio.”

Arabian Travel Market 2004 will be held at the Dubai World Trade Centre, from May 4-7.

www.arabiantravelmarket.co.uk

In 10.000 all'Alpe Adria
10,000 at Alpe Adria Fair

La 42ª edizione della Fiera internazionale del turismo sloveno, Alpe Adria, si è tenuta dal 20 al 23 marzo al centro espositivo di Lubiana, attirando oltre 10.000 visitatori, risultato ben superiore a quello del 2002, nonostante la durata ridotta di un giorno.

La fiera ha presentato le maggiori località turistiche slovene. Sport, navigazione e campeggio completavano l'offerta. Assieme alle imprese rappresentate, c'erano alla fiera 143 espositori da 12 Paesi, e le organizzazioni del turismo di Slovenia, Croazia, Cipro, Spagna e Serbia e Montenegro.

Ogni giorno, degustazioni culinarie, esibizioni di danze popolari, di musicisti e cantanti, e giochi a premi hanno fatto da cornice all'evento.

The 42nd International Alpe Adria Fair held from 20 to 23 March at the Ljubljana exhibition grounds attracted more than 10,000 visitors, a lot more than last year, in spite of the event lasting one day less.

The fair presented all the popular holiday locations. The offers were supplemented with sport, camping and boating. Together with represented companies there were 143 exhibitors from 12 countries at the fair. Slovene tourist organisations along with the national tourist organisations from Croatia, Thailand, Cyprus, Spain and Serbia and Montenegro were also present.

Every day, culinary tastings, performances of folk dances, musicians and singers, and quizzes accompanied the event.

La Fiera internazionale del Turismo, Fitur, ha iniziato i preparativi della 24ª edizione, che si terrà dal 28 gennaio al 1º febbraio 2004 alla Fiera di Madrid. Per la prima volta, il salone occuperà l'intero quartiere espositivo dell'Ifema.

Un'altra novità sarà la celebrazione della 1ª Conferenza mondiale sulle Comunicazioni nel turismo, promossa dall'Organizzazione mondiale del turismo (Omt), che si terrà il 29 e 30 gennaio e riunirà gli agenti del turismo e i media per un dibattito sull'efficacia delle comunicazioni per la crescita del settore.

La crescente proiezione estera di Fitur fa anticipare una maggiore partecipazione internazionale nel 2004. Per questo motivo ci sarà una redistribuzione dello spazio espositivo (oltre 150.000 m²), al fine di razionalizzare l'offerta, aiutando il pro-

In 100.000 al Salone mondiale del turismo di Parigi

100,000 visitors at the World tourism show in Paris

Dal 6 al 9 marzo 2003, operatori del settore e amanti del turismo si sono incontrati a Parigi-Porte de Versailles per condividere l'ideazione, la preparazione e l'organizzazione di ogni genere di viaggio.

Durante i quattro giorni di manifestazione, regioni e paesi di tutto il mondo hanno messo in mostra i loro luoghi più belli per attirare i futuri ospiti.

Destinazioni paradisiache, musiche sfrenate, sapori intensi, costumi e decori colorati: gli

uffici del turismo si sono fatti concorrenza in fatto di immaginazione per offrire ai visitatori un assaggio di evasione, e far scoprire loro le più belle regioni del mondo.

Il Salone mondiale del turismo 2003 è stato per il visitatore il luogo ideale per confezionarsi una vacanza su misura: un fine settimana romantico, una pausa con la famiglia, un'uscita tra amici, o ancora una crociera al sole di mezzanotte, un circuito alla scoperta di civiltà millenarie, o un'escursione nel deserto.

I tour operator, attenti ai differenti desideri dei futuri clienti, hanno utilizzato tutto il loro savoir-faire di specialisti del settore per presentare le più

seducenti proposte di viaggio e di vacanza, svelando durante il Salone mondiale del turismo le nuove collezioni e le proposte inedite.

Bilancio sintetico:

100.632 visitatori (+3,2%);
5.744 visitatori professionali;
726 giornalisti; 545 espositori;
180 destinazioni presentate.

From the 6th to the 9th of March 2003, tourism's operators and lovers met at Paris-Porte de Versailles to share the idea, the preparation and the organization of every kind of holiday.

During the four days of the event, areas and countries from all over the world showed their nicest places to attract new tourists.

Heavenly places, wild music, strong tastes, painted costumes: tourism's offices had competed in imagination to offer

a taste of evasion and to make people discover the nicest areas in the world.

The World tourism show 2003 had been for the visitor a good opportunity to project its own holiday: a romantic weekend, a short holiday with the family, a going out with friends, or even a cruise at midnight sun, a tour to discover ancient civilizations, or an excursion to the desert.

The tour operators, attentive at clients' wishes, used all their savoir-faire to propose the most attractive proposals for a holiday or a journey, revealing during the World tourism show their new collections and proposals.

A brief summary:

*100.632 visitors (+ 3,2%);
5.744 trade visitors; 726 journalists; 545 exhibitors; 180 destinations presented.*



Fitur occuperà l'intero Parque Ferial Juan Carlos I

Fitur will wholly occupy Parque Ferial Juan Carlos I



fessionista nella visita e agevolando la sua presenza alla fiera.

L'organizzazione di Fitur, con la nuova direttrice commerciale, Lourdes Sierra, prepara anche miglioramenti nei servizi a visitatori ed espositori. Per esempio la consegna del passaporto Fitur tramite Internet ai visitatori professio-

nali che si preiscriveranno con questo mezzo.

Inoltre, il catalogo della fiera avrà una maggior tiratura, e sarà distribuito gratuitamente, in formato cd rom, a tutti i professionisti presenti.

Fitur 2004 sarà destinata ai professionisti dal 28 al 30 gennaio, mentre il 31 gennaio e il 1° febbraio mostrerà la sua offerta anche al pubblico.

The International Tourism Trade Fair, Fitur, has started to prepare its 24th edition, that will take place between 28th January and 1st February 2004 at Feria de Madrid. For the first time, the show will take up Ifema's entire exhibition centre.

Another of the news is the holding of the 1st World Conference on Communications in Tourism, organised by the World Tourism Organisation, which will be held on the 29th and 30th of January and will bring together tourism agents and the Media, to debate about how efficient communications can help the growth of the sector.

Fitur's growing external scope allows a greater international participation to be anticipated in the next edition. This forecast will provide a redistribution of the exhibition space (more than 150,000 square metres), which allows the offer to be rationalised, helping pro-

fessionals in their visits and making their presence at the fair more advantageous.

Moreover, Fitur's organisation, with the new Commercial Manager, Lourdes Sierra, is preparing improvements in services for visitors and exhibitors. One measure is the Passport by Internet to professional visitors who pre-register using this means. Likewise, the fair's catalogue will have a larger distribution, in Cd-Rom format, to all the professionals participating in the next edition.

Fitur 2004 will open its doors to professional visitors from 28th to 30th January; on 31st January and 1st February it will be also open to the general public.

Viaggio in Iran, tra modernità e storia

A parte il velo, che molte iraniane portano in maniera poco ortodossa lasciando intravedere la ciocca di capelli corvini, la libertà femminile si manifesta dall'autonomia che esse godono rispetto ai maschi della famiglia. Essendone ridimensionato il peso religioso, il velo trae ora la sua importanza da una valenza igienica, a causa della quantità di polvere sollevata nel deserto dal vento stagionale.

"Where are you from?"

Questa è la prima domanda che ci pongono, nella cittadella di Bam, le ragazze di un gruppo studentesco in visita. Sebbene siano imbarazzate e nascoste dal cupo colore nero dei loro abiti, rotto il ghiaccio il dialogo scorre liberamente.



Lo chador, dicono queste ragazze, che ora si accalcano intorno "è il residuo di una pesante imposizione di un governo teocratico che, per fortuna, ora lentamente si sta allentando". La diminuzione dell'influenza dell'integralismo è dimostrata dall'alta frequenza femminile nelle università: oltre il 60%.

Gli iraniani tengono a precisare che sono islamici persiani e non arabi, e che hanno ridotto a tre le cinque preghiere quotidiane del credente musulmano.

L'ortodossia della religione islamica che vieta le immagini, viene interpretata in modo personale ed elastico. Gli iraniani, specialmente le donne, si fotografano vicendevolmente, contravvenendo a una precisa disposizione religiosa. Durante il periodo khomeinista, in contraddizione a questa disposizione, l'unica immagine a giganteggiare in tutti i luoghi pubblici era quella dell' Ayatollah.



Esfahan. Dall'alta terrazza della "Ciai House", che domina la grande piazza dell'Imam, si gode il meraviglioso tramonto sulla città, reso dorato dal vento di polvere, e lo sguardo spazia sul vasto orizzonte oltre le mura dove inizia il deserto vero.

A pochi chilometri da Esfahan sorgono i palazzi di Dario e Serse, e poco più in là i loro ipogei. Le autorità locali, volendo proteggere l'Apadana e gli altri monumenti per i prossimi millenni dagli elementi naturali, vi hanno costruito una copertura. Purtroppo questa bassa tettoia, che soffoca i monumenti, li difende dal sole ma non dai vandali.

La strada che verso sud-est porta in Pakistan e in Afghanistan, questo spiega i frequenti posti di blocco, raggiunge Bam e la sua millenaria cittadella, dalla cui acropoli si domina a perdita d'occhio il deserto dei Tartari: dove comincia la vera Asia con i suoi immensi deserti.

Testo e foto di Silvio Fiore

Con Aviomar il fascino della Sicilia in libertà

di Maria Luisa Negro



Visitare la Sicilia è un'immersione nella storia e nella natura. Le ultime colate laviche dell'Etna, il vulcano "buono", ci hanno ipnotizzato con bagliori, fontane e faville incandescenti, un po' più di paura ci ha messo lo Stromboli...

Natura, archeologia e arte

Ma tant'è: sono le manifestazioni di una terra geologicamente giovane, della più grande isola del Mediterraneo col suo corteo di arcipelaghi (Eolie, Egadi, Pelagie) e isole minori (Pantelleria e Ustica), crogiuolo di civiltà che qui si sono scontrate e in parte assimilate lasciando tracce che sembrano un filo d'Arianna nel labirinto della storia: templi e teatri greci e romani, necropoli paleocristiane, mosaici bizantini, moschee arabe, fortezze normanne, castelli svevi, palazzi aragonesi, cattedrali barocche, monasteri e chiese in cui si sono sovrapposti nei secoli stili architettonici e decorativi, e religioni diverse, elementi gotici, catalani, rinascimentali.

Anche la posizione geografica stupisce: si pensi che l'isola di Lampedusa è a una latitudine di oltre 100 chilometri più a sud di Tunisi, in Africa.

Così come sorprende la fertilità della terra, con poche pianure e molte colline e montagne che trattengono le nubi e le piogge, di cui approfittano aranceti, uliveti, mandorleti, vigne e distese di cereali. Anche le ceneri vulcaniche aiutano non poco.

Così è nato il mito della Sicilia, propagandato da grandi letterati, da Pirandello a Tomasi di Lampedusa a Quasimodo, figli di questa terra, l'antica Trinacria, così chiamata dai Greci per la forma a triangolo, con i vertici a Capo Boeo, a Punta del Faro e a Capo Isola delle Correnti.

Visitiamola allora la Sicilia, approfittando delle vicine vacanze e delle offerte dei tour operator specializzati. Non c'è che l'imbarazzo della scelta. Interessanti le proposte di Aviomar (www.aviomar.it, tel. 02 58 39 41), a cominciare da quella più flessibile, il cui



nome da solo dice tutto: Sicilia in libertà.

Visitare ciò che interessa

Si tratta di scoprire la Sicilia in libertà, in piccola e selezionata compagnia, tracciando l'itinerario giorno per giorno secondo i propri interessi, e ritmando le soste in base alle esigenze personali, per vedere e gustare compiutamente ciò che più piace.

La formula consente di cambiare albergo tutte le sere, oppure di fermarsi più notti nella stessa località; inoltre, si può stabilire l'intero itinerario prima della partenza, o deciderlo sul posto giorno per giorno, prenotando solo la prima notte. Occorre soltanto stabilire a priori la durata complessiva del viaggio, che non può essere inferiore a 8 giorni, e la data di partenza. Le località previste sono: Acireale*, Agrigento, Bonagia*, Caltagirone, Catania, Cefalù*, Erice, Etna, Francavilla di Sicilia, Giardini Naxos*, Isole Eolie-Vulcano, Letojanni*, Marina di Ragusa*, Marsala, Messina, Milazzo*, Noto Marina*, Palermo, Piazza Armerina, Porto Empedocle*, Portorosa, Ragusa, Santa Elia*, Santa Flavia*, Siracusa, Taormina*, Taormina-mare*, Trapani, Valderice (le località con l'asterisco sono balneari).

"Sicilia in libertà" è una formula di viaggio individuale, valida sino a ottobre, basata su

nolo auto, prenotazioni alberghiere e, eventualmente, anche il volo. Il noleggio settimanale di un'auto di piccola o media cilindrata con chilometraggio illimitato e aria condizionata, utilizzabile da una a quattro persone, e sette pernottamenti con prima colazione in camera unica in hotel a 3 e 4 stelle sparsi in trenta località in tutta l'isola costa tra 700 e 977 euro, a seconda del tipo di auto, della categoria alberghiera e del periodo prescelto; ogni giorno in più costa da 100 a 140 euro. In pratica quattro persone che viaggiano e dormono assieme vengono a spendere ciascuna da 170 euro a settimana, cioè 25 euro al giorno per albergo e nolo auto; se si è invece soltanto in due ovviamente si spende il doppio. E' possibile anche viaggiare con la propria auto: in questo caso 7 pernottamenti con prima colazione costano da 602 a 879 euro, i giorni supplementari da 100 a 200.

Lampedusa e l'isola dei Conigli

Lampedusa, che con Linosa e Lampione forma l'arcipelago delle Pelagie, è un basso tavolato calcareo inclinato lungo 10 chilometri e largo 3, piuttosto arido e con scarsa vegetazione di tipo africano, la cui economia è basata su pesca e turismo. Le sue coste si snodano per 25 chilometri tra spettacolari falesie, faraglioni, grotte dai mille riverberi e calde spiagge sabbiose affacciate su un mare dalle molteplici sfumature cromatiche e incredibilmente ricco di pesci, con una fauna sottomarina

tipica di acque tropicali, che fa dell'isola un vero paradiso per gli amanti delle immersioni. La ventilazione costante, che consente prolungate esposizioni al sole, e l'elevato coefficiente di riflesso delle spiagge, di una sabbia particolarmente chiara, assicurano un'ottima abbronzatura in ogni stagione ai patiti della tintarella. Non per nulla si parla delle Pelagie come dei Carabi italiani.

La spiaggia di fronte all'isola dei Conigli, ora riserva naturale, è l'unico luogo italiano dove si riproducono ancora regolarmente le tartarughe marine, mentre in febbraio al largo si può assistere al passaggio delle balene. La ricchezza del mare si sposa alla saporita cucina locale, dove si mischiano piatti siculi e magrebini, il più delle volte a base di pesce.

L'isolamento, che in passato ha reso difficile raggiungere questo paradiso balneare, risulta ora superato dall'istituzione di voli diretti, come quelli di Air One in partenza ogni sabato da Milano, Verona, Bologna e Roma a prezzi decisamente allettanti: il costo andata-ritorno da Milano oscilla da 292 a 315 euro, secondo il periodo; per le partenze da Roma i prezzi variano da 227 a 260 euro.

Qualche indicazione sui soggiorni: la mezza pensione per una settimana in un confortevole 3 stelle con piano bar e miniclub, affacciato su una delle poche spiagge sabbiose dell'isola, dotato di navetta per il centro e le altre spiagge dell'isola, costa da 434 a 798 euro; in un elegante 4 stelle a due passi dalla spiaggia della Guitgia, che organizza escursioni giornaliere in mare con pranzo su un moderno catamarano, battute di pesca e attività sub, costa da 651 a 945; per l'affitto di un monolocale a due letti in un residence a picco sul mare in una delle più suggestive cale si spendono da 234 a 690 euro.

Esiste inoltre la possibilità di noleggiare motorini, vespe, enduro, auto, di frequentare corsi e di compiere immersioni



guidate, nonché di prenotare pacchetti settimanali di escursioni in barca con pranzo a bordo, per fare il bagno nei punti più suggestivi dell'isola.

Le isole Eolie, là dove sonnacchiano i vulcani

Aviomar organizza anche un pacchetto con pernottamento a Vulcano o a Lipari, e tour per scoprire e conoscere le sette "sorelle" che costituiscono l'arcipelago eoliano: Lipari, Vulcano, Salina, Alicudi, Filicudi, Panarea e Stromboli, ognuna delle quali vanta attrattive di richiamo. Il Museo archeologico eoliano e le cave di pietra pomice e di ossidiana a Lipari, o le fumarole, i fenomeni vulcanici sottomarini e i fanghi terapeutici a Vulcano, le acque calde e i fanghi benefici di Panarea, i vulcani spenti e i panorami di Salina, Filicudi e Alicudi e infine il vulcano attivo di Stromboli che, tra borbottii e colonne di fumo, scarica sottili colate di lava lungo la Sciara del Fuoco. Le quote partono da 468 euro, durata 8 giorni, partenze ogni sabato sino ad ottobre. Previsto un accompagnatore.

Segnaliamo ancora i pacchetti Tour Sicilia classico (da Catania a Palermo), Minitour della Sicilia (da Catania e Palermo), Minitour delle isole Eolie, Tour delle Eolie e Sicilia de charme, un programma esclusivo che rivisita il passato della Sicilia, coniugando arte e gastronomia, storia e folklore, bellezza e comfort, con soggiorni in alberghi di charme, ville e castelli trasformati in accoglienti dimore.

Info: www.aviomar.it



Raymond Aron

Il ventesimo secolo

il Mulino, Bologna 2003, pp. XIV-266, euro 16,00

Raymond Aron, sociologo, politologo e storico in grado di spaziare, come evidenziano i testi proposti, tra diverse prospettive di indagine, per comporre un'immagine originale del Novecento. Un secolo funestato da guerre di cui Aron ricostruisce con maestria cause e conseguenze.



Hilary Putnam

Mente, corpo, mondo

il Mulino, Bologna 2003 pp.280, euro 19,00

Quale rapporto esiste tra percezione e realtà? E tra mente e corpo? Partendo da queste domande, tra le più classiche del pensiero filosofico, uno dei maggiori pensatori contemporanei americani critica le versioni moderne di empirismo e idealismo, e propone un'originale alternativa che chiama "realismo naturale".



Alice Kaplan

Processo e morte di un fascista

Il caso di Robert Brasillach
il Mulino, Bologna 2003 pp. 336, euro 20,00

In stile detective story, Kaplan ricostruisce minuziosamente il processo a Robert Brasillach, giornalista e scrittore, elemento di spicco della cultura dell'estrema destra francese degli anni Trenta. Unico esponente di rilievo della cultura di Vichy a finire giustiziato per tradimento, divenne una sorta di icona per la destra fascista del dopoguerra.



Il catalogo Selective Reisen presenta le Strade del Vino del Franciacorta e dei Colli Piacentini

Selective Reisen è il tour operator specializzato per l'Italia più importante d'Austria; il nuovo catalogo contiene una sezione dedicata ai viaggi enogastronomici lungo due Strade del vino: del Franciacorta e dei Colli piacentini.



Il catalogo è stato presentato all'Istituto italiano di cultura di Vienna, e al Centro congressi di Leoben, sede di Selective Reisen, con la partecipazione di operatori delle due Strade del vino, che hanno organizzato una degustazione dei vini e dei prodotti tipici.

La presenza di Strade del vino in cataloghi di tour operator è un fatto relativamente nuovo, che conferma l'interesse dei mercati stranieri per il turismo enogastronomico, in particolare mitteleuropeo; soprattutto, evidenzia il ruolo che le Strade del vino hanno nella creazione di forme di accoglienza organizzate, nel rispetto di standard qualitativi garantiti dalle associazioni.

Le proposte di viaggio relative alle due Strade riguardano visite e degustazioni in cantina,

e pranzi in ristoranti tipici collocati in borghi storici.

La Strada del Franciacorta associa circa 70 aziende. È stata una delle prime Strade del vino in Italia, e si snoda lungo il territorio per circa 80 km, dalle porte di Brescia fino al lago d'Iseo, attraversando borghi di interesse storico e artistico.

Le offerte turistiche sono numerose, da quelle che puntano al relax e al benessere a quelle più sportive, dai week-end "nella storia", con soggiorni in dimore antiche, a quelli enogastronomici, dove protagonista è il Franciacorta, uno dei vini italiani più noti anche all'estero. Tra le altre proposte sono da segnalare i corsi di vinoterapia

che si svolgono in alcune delle strutture associate.

La Strada dei vini e dei sapori dei Colli piacentini si sviluppa per circa 150 km, attraverso quattro valate dell'Appennino.

Toccando castelli e borghi medievali, e proponendo soste per gustare i prodotti locali (salumi e vini soprattutto), la Strada dei

Colli piacentini esprime la storia, le tradizioni e i sapori di una terra. Essa associa circa 100 aziende, e offre interessanti proposte, come corsi di cucina tradizionale piacentina e degustazioni nei castelli del territorio.

Il turista del vino è orientato a viaggi individuali, e predilige itinerari che offrono servizi di prenotazione per degustazioni e accoglienza ricettiva; le Strade del Franciacorta e dei Colli piacentini sono state selezionate da Selective Reisen proprio per l'efficienza dei servizi al visitatore presentati.

Info: Strada del Franciacorta 030.7760870; Strada dei Colli piacentini 0523.305254.

Dal 26 ottobre sarà attivo un collegamento giornaliero British Airways sulla Torino-Londra (aeroporto di Gatwick), con partenza da Caselle alle 18.35 e arrivo alle 19.25; per il ritorno, partenza alle 15 e arrivo alle 17.50. Il velivolo sarà un Boeing 737-400 da 147 posti.

Dal 1° dicembre i voli diventeranno due. "La riapertura del Torino-Londra è un segnale forte di quanto la compagnia stia investendo su Torino e sul mercato italiano in generale, dove offre ogni settimana 307 voli dai principali aeroporti" ha dichiarato Mark Moscardini, direttore commerciale British Airways per l'Italia e Malta "Il collegamento con Gatwick garantirà a chi parte da Torino una via più agevole per raggiungere il centro di Londra". In soli 30 minuti col Gatwick Express si arriva infatti a Victoria Station.

Torna il Torino-Londra di British Airways

Soddisfazione anche alla Sagat, la società che gestisce l'aeroporto torinese. Il presidente, ingegner Mario Carrara: "Dopo alcuni anni di assenza la British Airways è rientrata in gennaio col collegamento per Birmingham (realizzato dal franchisee Duo Airways, ndr), e ora con la tanto attesa tratta per Londra. Tale collegamento diretto conferma l'impegno della Sagat a rafforzare le relazioni tra Torino e le capitali europee". I prezzi del volo saranno concorrenziali anche con quelli delle compagnie low-cost: partiranno da 130 euro per l'a/r. www.turin-airport.com



Mark Moscardini



Provincia
di Ferrara



Comune
di Argenta



C.C.I.A.A.
di Ferrara



Parco Regionale
Delta del Po



46^a
di Argenta



Touring Club Italiano



verdissimaMente

**4° Salone di Ecologia, Educazione Ambientale, Benessere, Sport,
Turismo all'aria aperta, Parchi e dintorni.**

**11-15 Settembre 2003
ARGENTA (FE)**

Tendo-struttura in Piazza Marconi. Ingresso libero dalle ore 17.00 alle 24.00.

2° Workshop sul turismo verde, venerdì 12 settembre



Con il patrocinio di

*Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, Ministero delle Politiche Agricole e Forestali,
Regione Emilia Romagna, A.P.T. Emilia Romagna, Università di Ferrara, Università di Bologna*

Per informazioni:

**FIN.TER s.r.l. - Corso Vittorio Veneto, 6 - 44100 Ferrara - Tel. 0532.209478 - Fax 0532.249339
www.verdissimamente.com**

VerdissimaMente Scuola

**Un nuovo appuntamento al quartiere Fieristico di Genova
da giovedì 20 a sabato 22 novembre 2003
nell'ambito della BTS 7^a Mostra del Turismo scolastico;
la più importante manifestazione per i viaggi dei giovani**

Giampaolo Pansa

Romanzo di un ingenuo

Sperling & Kupfer, Milano 2003
pp.360, euro 8,00

Un cronista d'eccezione racconta il Novecento, rievocando grandi eventi storici intrecciati con le vicende della gente comune e della propria vita, in una prospettiva intima.



Dall'infanzia ai primi anni di giornalismo, fino alla piena maturità, Pansa racconta un'Italia che non gli piace più.

Franco Debenedetti (a cura di)

Non basta dire no

Mondadori, Milano 2002
pp.236, euro 15,60

La riforma del mercato del lavoro è un argomento di scottante attualità, che lacera i rapporti sociali, politici e sindacali.



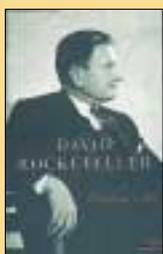
Una serie di personaggi importanti della vita italiana, diversi per formazione e professione, discutono della riforma del lavoro e dei no che troppo spesso bloccano l'iniziativa riformista, frenando la crescita del Paese.

David Rockefeller

La mia vita

Mondadori, Milano 2002
pp. 560, euro 22,00

Rockefeller è un nome che evoca ricchezza e potenza.



David, nipote prediletto del capostipite John, racconta la storia della dinastia, legandola a quella della propria vita. L'esistenza di uno degli uomini più influenti del mondo narrata con particolari inediti e aneddoti che vedono coinvolti personaggi del calibro di Kennedy, Fidel Castro, Gorbaciov e Saddam Hussein.

Argenta: con Verdissimamente cresce il turismo naturalistico

Dall'11 al 15 settembre 2003, la cittadina in provincia di Ferrara sarà la capitale del turismo naturalistico, grazie al successo della manifestazione che quest'anno supera i 3000 m² espositivi



Verdissimamente è una manifestazione che è cresciuta aiutando ad alimentare la consapevolezza che le corrette scelte ambientali creano sviluppo e migliorano la qualità della vita.

Argenta è una cittadina inserita nel Parco del Delta del Po, a metà strada tra Ferrara e Ravenna, dalle quali dista circa 30 km; è diventata una importante capitale del turismo naturalistico ospitando, nell'ambito della sua tradizionale Fiera, un salone specializzato dove ci si incontra, si discute, si realizzano sempre nuove iniziative volte alla promozione dell'offerta turistica che può interessare chi ama la natura, i cibi biologici e le attività all'aria aperta.

Tutto questo ha consentito alla Fiera di Argenta di ricevere lo scorso anno il riconoscimento di Fiera regionale, che divide solo con Forlì.



La superficie espositiva è passata dagli 800 m² della prima edizione agli oltre 2000 di quest'anno, a cui si aggiungeranno 1200 m² degli espositori coordinati dall'Assessorato all'Agricoltura della Provincia di Ferrara.

L'Assessorato, con la sua presenza istituzionale, ha inteso affermare l'importanza di fornire servizi per questo settore primario, offrendo visibilità agli agriturismi, alle visite guidate nelle fattorie didattiche ecc., e prevedendo due importanti convegni: sulla caccia nelle zone umide, e sulla pesca nell'Adriatico.

Sarà inoltre organizzato ad Argenta il più importante forum sulla salvaguardia ambientale: *Agenda 21*, con la presenza di tutti gli enti locali e dei rispettivi Assessorati all'Ambiente, che organizzeranno due workshop nell'ambito della manifestazione.

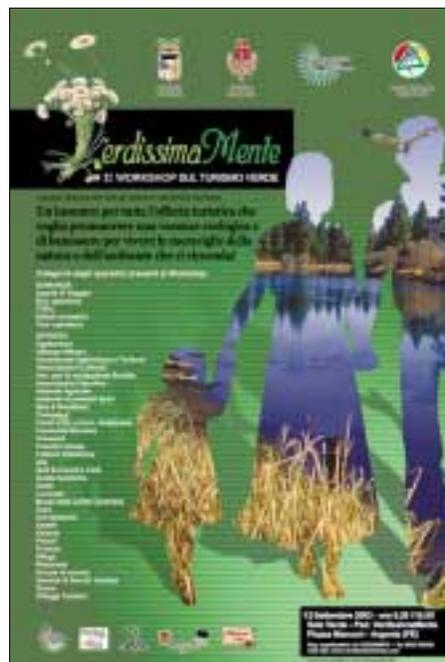
Venerdì 12 settembre avrà luogo la seconda edizione di un altro workshop tra la domanda italiana Cral, associazioni sportive, agenzie di viaggio e tour operator specializzati e l'offerta rappresentata da agriturismi, campeggi, rifugi, country house, golf, oasi, parchi, terme, villaggi turistici.

I partecipanti alla scorsa edi-

zione hanno espresso pareri lusinghieri sull'evento, anche perché il giorno successivo hanno avuto modo di visitare alcuni degli angoli più suggestivi del Parco del Delta; altra iniziativa da notare sono le visite guidate in bicicletta, organizzate in collaborazione con le guide ambientali della più importante associazione locale, il cicloclub "Estense".

Le visite, di varia durata, partiranno dal padiglione di Verdissimamente e toccheranno alcuni punti tra i più belli dell'intero parco del Delta: esempio di una offerta turistica organizzata che potrebbe coinvolgere l'intera zona e raggiungere elementi di richiamo a livello europeo.

Nell'ampio e colorato padiglione espositivo saranno presenti aziende di produzione di beni e servizi relativi all'ecologia, educazione ambientale, benessere, sport, turismo aria aperta tra le quali la Carnia, il Savonese, i parchi del Piemonte e infine la verde Irlanda.





Massimo Reichlin
L'etica e la buona morte
 Edizioni di Comunità, Torino 2002
 pp. XIV-266, euro 19,00

Il divieto di porre fine alla vita dei pazienti si fonda sul rispetto ipocratico per la vita umana.

Reichlin prende in esame le radici della "teoria della sacralità della vita", discutendo le posizioni di chi contesta o accetta tale paradigma. Focalizzando sul rispetto per la persona, l'autore rende ragione dei limiti che la morale pone alla disponibilità individuale della vita, pur ammettendo casi in cui anticipare la morte non è contrario alla dignità della persona.

a cura di Fabrizio Panozzo
La società dei controlli
Rituali di verifica

Edizioni di Comunità, Torino 2002
 pp. XXXVI-252, euro 26,00

La richiesta di maggiori controlli è un tema ricorrente nella vita economica e sociale.

Un numero crescente di individui e organizzazioni sono sottoposti a valutazioni formalizzate, mentre altri sfuggono, con conseguenze catastrofiche, alla rete di controlli. Il volume esplora senso, natura ed effetti del rapporto che lega l'espansione e il fallimento dei controlli.

Isaiah Berlin
Il fine della filosofia

Edizioni di Comunità, Torino 2002
 pp. XXIV-256, euro 22,00

Berlin fu tra i più stimati storici delle idee e teorici della politica del '900. Il volume raccoglie alcuni dei suoi saggi più significativi, nei quali l'autore prese distanza dalle concezioni positivistiche di significato e conoscenza. La filosofia per Berlin deve servire a comprendere i modelli e i presupposti che aiutano l'uomo a formare la propria esperienza, non può ridursi a segretaria della scienza.



Riccardo Calimani
L'Inquisizione a Venezia
eretici e processi 1548-1674
 Arnoldo Mondadori, Milano 2002
 pp. 444, euro 18,60

Il libro offre un panorama chiaro e dettagliato del fenomeno dell'Inquisizione a Venezia, ricostruendo, tramite le carte processuali, i rapporti tra il tribunale ecclesiastico ed eretici, marrani ed ebrei.

Franco Scaglia
Sorelle
Storie di suore dall'antichità a oggi
 Arnoldo Mondadori, Milano 2002
 pp. 192, euro 15,60

Franco Scaglia propone in questo libro diciotto suggestive vite di donne che hanno abbracciato la vita monacale per i motivi più diversi. Intellettuali, sante, mistiche, ma anche libertine, come la M.M. ricordata nelle memorie di Casanova, le suore hanno spesso sedotto la fantasia di intellettuali e scrittori. In questo libro si trovano alcune tra le storie di suore più affascinanti.

Aurelio Lepre
Storia degli italiani
nel Novecento

Chi siamo, da dove veniamo
 Arnoldo Mondadori, Milano 2003
 pp. 392, euro 18,00

L'autore ripercorre, attraverso una documentazione spesso inedita, l'itinerario dei cento anni che hanno dato all'Italia una storia comune. La classe dirigente del secolo scorso riuscì nell'impresa di "fare gli italiani", sentita con tanta urgenza all'indomani dell'unificazione? L'autore propone una visione inedita: dopo le tragedie della prima metà del Novecento, il duro e pacifico lavoro degli ultimi cinquant'anni ha permesso agli italiani di ottenere il benessere e, forse, di coltivare il sentimento di comune cittadinanza.



Kawabata Yasunari
Racconti in un palmo di mano
 Marsilio, Venezia 2002
 pp. 512, euro 19,50

Di Kawabata Yasunari, premio Nobel nel 1968, vengono qui proposti tutti i racconti, schizzi narrativi capaci in poche pagine di creare un intero universo.

Nei racconti si ritrovano quelle caratteristiche di sommessità di toni e di suggestione di prosa che hanno reso Yasunari uno degli autori giapponesi più apprezzati anche in Italia.

Giacomo Garduni
La notte eterna
del coniglio

Marsilio, Venezia 2003
 pp. 424, euro 17,50

Un thriller allucinato e claustrofobico, un racconto apocalittico dei massacri compiuti da un misterioso coniglio rosa tra le poche famiglie superstiti a un olocausto nucleare. Per i protagonisti della storia l'unica possibilità di sopravvivenza è capire quale sia il significato dei truci rituali di morte.

Una spirale di terrore che sfocia in un finale sconvolgente.

Qiu Xiaolong
La misteriosa morte
della compagna Guan

Marsilio, Venezia 2002
 pp. 544 euro 17,00

Premio Anthony Award 2001, questo racconto si apre con la morte misteriosa di Guan Hongying, famosa Lavoratrice Modello della Nazione nella Cina di fine Novecento.

L'ispettore Chen Cao, a cui è affidato il caso, si muove in una Shanghai trasformata dall'ascesa economica e dalla comparsa di nuove figure sociali. Ben presto si renderà conto che la verità può non coincidere con gli interessi degli alti quadri del Partito.



Chiara Sarceno
 e Manuela Naldini
Sociologia della famiglia
 il Mulino, Bologna 2001
 pp. 296, euro 18,08

Questo manuale, tramite un approccio storico-comparativo, fornisce gli strumenti per comprendere come sono mutati nel tempo i modi di costituire una famiglia, con riguardo ai rapporti tra sessi e generazioni.

Spesso definita in termini eminentemente privati, la famiglia viene qui presentata invece come il centro di numerose questioni sociali, dall'equilibrio demografico alle trasformazioni del mercato del lavoro.

Hugh Cunningham
Storia dell'infanzia

il Mulino, Bologna, 2000
 pp. 240, euro 17,56

Un vasto e originale affresco di storia sociale europea in cui l'autore ripercorre gli atteggiamenti delle società nei confronti dell'infanzia.

Dall'infanzia ignara di ogni privilegio e intesa come mera forza lavoro in epoca medievale, Cunningham guida il lettore fino ai giorni nostri, in cui il bambino ha conquistato una serie di diritti in termini di protezione e di autodeterminazione.

Giorgio Sola
La teoria delle élites

il Mulino, Bologna 2000
 pp. 288, euro 16,53

La teoria delle élites cerca di spiegare il fatto che in ogni epoca un numero ristretto di individui ha concentrato nelle proprie mani risorse e potere.

L'autore si confronta così con il problema politico per eccellenza, dal quale dipendono quelli relativi a rappresentanza, partecipazione e governo; un tema con cui si sono confrontati tutti i più grandi pensatori politici, da Machiavelli a Weber.

aperti in agosto

Per VOI siamo disposti a fare i Salti mortali.

Non attendete l'ultimo giorno utile per mandare in stampa il materiale promozionale per la prossima fiera.

I vostri cataloghi, le brochure, i pieghevoli ne trarranno giovamento.

Ma se, presi alla sprovvista, vi ritroverete a rincorrere il tempo perduto, non disperate: perché rischiamo di consegnarvi lo stesso.

Infatti, grazie all'organizzazione del lavoro, alle tecnologie utilizzate e alla legatoria interna, la nostra struttura è in grado di far fronte a qualsiasi vostra necessità di stampa.

Insomma, quando è il momento di buttarsi, di mostrare le proprie doti dosando tecnica e arte, cuore e mestiere, noi ci siamo.



**I nostri servizi per
l'Editoria, le Aziende, le Agenzie di Pubblicità:**

brochure
manuali tecnici
schede prodotto
listini
opuscoli
raccoltori
notes
cataloghi
pieghevoli
poster
calendari
agende
cartelli vetrina
libri
collane
cataloghi d'arte
riviste
bilanci

**GRAFICHE
DESSI**
Printing and Communication Technics



Strada Casassa, 1 bis
10020 Riva presso Chieri (TO) - ITALY
Tel. (+39) 011.943.79.11 (8 linee r.a.)
Fax (+39) 011.943.79.79
www.grafichedessi.it
E-mail: info@grafichedessi.it

MADRID on BUSINESS

2003 SETTEMBRE

- 29 | 1 SIMM, SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA MODA DI MADRID ■**
IMAGENMODA ■ UFI
Salone Internazionale Moda Femminile
INTERMODA ■ UFI
Salone Internazionale Moda Pronta
INTIMA-MODA-BAÑO ■ UFI
Intimo, Moda Mare e Calzetteria
CIEN X CIEN ■ UFI
Salone Internazionale del Jeans, Streetwear, Sportswear
- 11 | 15 SETTIMANA INTERNAZIONALE DEL REGALO, DELLA GIOIELLERIA E DELLA BIGIOTTERIA**
INTERGIFT UFI
Salone Internazionale del Regalo
IBERJOYA ■ UFI
Salone Internazionale della Gioielleria, Argenteria, Orologeria ed Industrie Affini
BISUTEX ■ UFI
Salone della Bigiotteria ed Accessori
- 23 | 25 TEXTILMODA ■**
Salone dei Tessuti ed Accessori per l'Abbigliamento
- 23 | 26 SFILATE CIBELES ■**
- 26 | 28 SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA PELLE E DELLA CALZATURA ■**
MODACALZADO ■ UFI
Salone Internazionale della Calzatura
IBERPIEL MARROQUINERÍA ■ UFI
Salone Internazionale della Pelletteria ed Articoli in Pelle

OTTOBRE

- 1 | 3 FER INTERAZAR**
Fiera Europea del Divertimento Internazionale
- 1 | 4 LIBER UFI**
Fiera Internazionale del Libro
- 15 | 18 SAL**
Settimana dell'Alimentazione
- 15 | 18 SIV ***
Salone del Vino
- 16 | 18 SIGN ESPAÑA**
Salone della Comunicazione Visiva e Disegno Grafico
- 17 | 20 HOREQ**
Salone delle Attrezzature Alberghiere
- 18 | 19 LOOK ***
Salone dell'Acconciatura, della Bellezza e Complementi Vari
- 24 | 26 LE MILLE E UNA SPOSA A MADRID ***
Mostra Monografica di Prodotti e Servizi per Nozze e Celebrazioni

NOVEMBRE

- 4 | 7 BROADCAST**
Salone Internazionale della Tecnologia Audiovisiva
- 4 | 9 SIMO TCI UFI**
Salone Internazionale dell'Informatica, Mutimedialità e Telecomunicazione
- 15 | 16 BIMBIE MAMME ***
Salone dei Bimbi, Nuovi e Futuri Genitori
- 21 | 23 SCI E MONTAGNA**
Salone dello Sci e della Montagna
- 22 | 30 FERIASTE**
Fiera Internazionale d'Arte ed Antiquariato
- 27 | 28 EXPOCECOFERSA ***
Incontro Commerciale del Settore Ferramenta

- 27 | 29 R&R ***
Salone dell'Arte del Restauro e della Conservazione del Patrimonio Culturale

DICEMBRE

- 12 | 14 SAMATEC ***
Salone della Tecnologia per l'Agricoltura
- 20 | 30 JUVENALIA ***
Fiera della Gioventù

2004 GENNAIO

- 15 | 19 SETTIMANA INTERNAZIONALE DEL REGALO, DELLA GIOIELLERIA E DELLA BIGIOTTERIA**
INTERGIFT UFI
Salone Internazionale del Regalo
IBERJOYA ■ UFI
Salone Internazionale della Gioielleria, Argenteria, Orologeria ed Industrie Affini
BISUTEX ■ UFI
Salone della Bigiotteria ed Accessori
- 28 | 1F FITUR UFI**
Fiera Internazionale del Turismo

FEBBRAIO

- 3 | 5 SITI ***
Salone delle Tecnologie dell'Informazione
- 9 | 12 SFILATE CIBELES ■**
- 11 | 13 PULIRE ESPAÑA ***
Fiera Spagnola della Pulizia Professionale e dell'Igiene Ambientale
- 12 | 15 MADRID PER LA SCIENZA**
- 12 | 16 ARCO**
Fiera Internazionale d'Arte Contemporanea
- 13 | 16 SIMM, SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA MODA DI MADRID ■**
IMAGENMODA ■ UFI
Salone Internazionale Moda Femminile
INTERMODA ■ UFI
Salone Internazionale Moda Pronta
IBERPIEL/PELETERÍA ■ UFI
Salone Internazionale Moda in Pelle e Pellicceria
CIEN X CIEN ■ UFI
Salone Internazionale del Jeans, Streetwear, Sportswear
- 24 | 27 SICUR UFI**
Salone Internazionale della Sicurezza
- 24 | 27 TRAFIC UFI**
Salone Internazionale della Sicurezza Stradale e delle Attrezzature per il Traffico e la Mobilità
- 24 | 28 OFITEC UFI**
Salone Internazionale del Mobile d'Ufficio

- 25 | 28 DECOTEC**
Salone della Decorazione d'Interni
- 27 | 29 EXPOÓPTICA ■ UFI**
Salone Internazionale di Ottica ed Optometria

MARZO

- 4 | 7 VENATORIA & JEEP ***
Appuntamento con la Caccia
- 6 | 14 ALMONEDA**
Fiera del Antiquariato e Gallerie d'Arte
- 9 | 11 TEXTILMODA ■**
Salone dei Tessuti ed Accessori per l'Abbigliamento
- 10 | 14 AULA**
Salone Internazionale dello Studente e dell'Offerta Educativa
- 11 | 13 EXPDENTAL UFI**
Salone Internazionale delle Attrezzature, Prodotti e Servizi per Odontoiatria ed Odontotecnica
- 13 | 21 EXPO/OCIO ***
Fiera del Tempo Libero
- 24 | 28 EXPONÁUTICA**
Salone Nautico di Madrid
- 26 | 28 SETTIMANA INTERNAZIONALE DELLA PELLE E DELLA CALZATURA ■**
MODACALZADO ■ UFI
Salone Internazionale della Calzatura
IBERPIEL MARROQUINERÍA ■ UFI
Salone Internazionale della Pelletteria ed Articoli in Pelle
- 31 | 2A EXPORTA**
Fiera Internazionale dei Servizi per l'Esportatore

APRILE

- 1 | 3 EXPOFRANQUICIA**
Salone del Franchising
- 2 | 4 EXPOVITAL ***
Salone dell'Erboristeria Dietetica, della Salute e dei Prodotti Naturali ed Ecologici
- 2 | 4 FITNESS**
Salone dell'Industria del Fitness e degli Impianti Sportivi
- 20 | 25 SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE DI MADRID**

MAGGIO

- 5 | 8 PIEDRA UFI**
Salone Internazionale della Pietra Naturale
- 5 | 8 VETECO UFI**
Salone Internazionale della Finestra e del Vetro Strutturale
- 17 | 19 EXPOMANAGEMENT ***
Salone e Congresso del Management
- 18 | 20 EXPO COMM ***
Salone e Convegno della Comunicazioni d'Impresa
- 20 | 30 SALONE INTERNAZIONALE DELL'AUTOMOBILE DI MADRID**
- 28 | 30 SALONE DEL CANALE MULTIPREZZO MADRID ***



UFI (UNIONE FERIE INTERNAZIONALI)

- MADRID VIVE LA MODA
- * SALONI NON ORGANIZZATI DALLA FIERA DI MADRID

Logistics. Worldwide.

Il Gruppo Danzas, presente in ogni Continente, è leader nella logistica integrata supportata da sistemi informatici all'avanguardia. Grazie alla sua capacità nel proporre soluzioni innovative e personalizzate per la gestione dell'intera supply chain (4PL), servizi speciali per gli impianti industriali e l'e-business, oltre al trasporto intercontinentale aereo e marittimo e terrestre europeo, Danzas è in grado di offrire un autentico one-stop shopping. Danzas ha l'Head Office a Basilea, in Svizzera, e appartiene al Gruppo Deutsche Post World Net.

DANZAS

L'arte della logistica

Danzas offre l'intera gamma di servizi necessari a garantire il successo di manifestazioni ed eventi, in tutto il mondo. In qualità di sponsor della mostra internazionale Art Basel Miami Beach, Danzas gestisce il trasporto dei materiali d'allestimento e delle opere d'arte. Non solo: Danzas si occupa di tutte le operazioni di carico e scarico, imballaggio e disimballaggio, montaggio e smontaggio degli stand, e dell'eventuale stoccaggio di oggetti e allestimenti. Grazie a una rete globale, al personale multilingue altamente specializzato e all'esperienza pluriennale, Danzas è leader nei servizi logistici per il settore fieristico in Europa, America e Asia. In Italia, Danzas è Delegazione Ufficiale Trasporti della Fiera del Levante e Spedizioniere Ufficiale delle Fiere di Bologna, Padova e Verona.

Deutsche Post  World Net

MAIL EXPRESS LOGISTICS FINANCE

Art | Positions sponsored by Danzas

Danzas S.p.a. - Via Sommacampagna 63 - I-37137 Verona - Telefono +39 045 8621888 - Fax +39 045 8621880
Per conoscere i recapiti delle altre sedi consultate il sito www.danzas.com