

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.



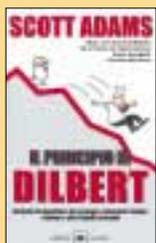
Con un approccio problematico, il testo collega i modelli teorici alla dimensione concreta del comportamento del consumatore.

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.

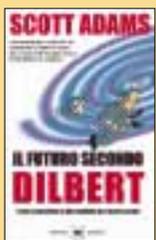
Il principio di Dilbert getta uno sguardo crudele e disincantato sul mondo manageriale, con intelligente ironia.

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-