

Claudio G. Segrè

Italo Balbo

Una vita fascista

il Mulino, Bologna 2000
pp. 516 euro 23,24

Un libro che ripercorre la vita di uno dei personaggi maggiormente caratterizzati



l'Italia fascista. Balbo organizzò lo squadristico ferrarese, fu quadrumviro della Marcia su Roma e divenne ministro dell'Aeronautica.

L'autore, anche con l'aiuto di documentazione inedita, getta luce, oltre che sulla vita di Balbo, sulle dinamiche interne del regime fascista.

Dino Grandi

25 luglio 1943

il Mulino, Bologna 2003
pp. XX-500 euro 24,50

Nuova edizione dell'opera, edita nel 1983 per la prima volta, in cui Dino



Grandi descrive le vicende che portarono alla caduta del regime fascista: la seduta del Gran Consiglio del 25 luglio '43, che di fatto depose Mussolini, e fu orchestrata da Grandi stesso.

Paolo Nello

Dino Grandi

il Mulino, Bologna 2003
pp. 352 euro 22,50

Nonostante sia stato il principale artefice della caduta del fascismo, Dino



Grandi fu a lungo mussoliniano. Il volume abbraccia l'intera vicenda politica di Grandi, che pare esemplare del rapporto frastagliato che molti italiani ebbero col duce. Grandi fu un "fedele disubbidiente": ministro degli Esteri, ambasciatore a Londra, prima del luglio '43.

Fiere e congressi

Alimentare, Natura, Benessere

Plovdiv Fair wins Ufi marketing trophy thanks to Vinaria

The 4th Ufi Marketing Trophy has been awarded to International Fair Plovdiv, (Bulgaria) for its outstanding Press and Media Relations Programme related to the Vinaria Exhibition (next edition: 16-20 February 2005).

The Bulgarian entry from International Fair - Plovdiv was selected for its clear problem definition and target objectives, effective solution proposals and successful results.

This annual Ufi competition brings together entries from among the global association of the exhibition industry's members located in 72 countries. In 2004, entries submitted to the Ufi Marketing Committee Jury were received from participants in countries as far ranging as Bogota and Kuala Lumpur, Doha and Helsinki.

The winning entry identified imprecise participation objectives as the key reason for decreasing participation among both exhibitors and visitors at their internationally renowned Vinaria Exhibition of Vine-Growing and Wine-Producing.

Despite its international recognition as a leading exhibition in its sector, the exhibition faced two recent year's of alarming decline in achieved goals among its participants. Both visitors and exhibitors showed a significant decrease in participation satisfaction. In order to increase awareness at all levels, a coordinated media campaign was implemented in the year preceding the 2004 event.

The two primary objectives were to overcome the confusion about the purpose of event attendance by providing expertise and resources for trade visitors in preparing their visit and increasing the percentage

of attendance by decision-makers and buying teams.

A concerted information and wine-tasting training programme for Bulgaria's media, aimed at both specialized and general press, encouraged the publication of detailed information about the Vinaria Exhibition programme and advice for trade visitors prior to their business visits.

Combined with a campaign to inform target media audiences of Vinaria's position as one of the most prestigious forums in the international world of

wine production and viticulture, the results were outstanding. Trade visitors to the 2004 Vinaria exhibition increased by 38% and exhibitors and visitors alike expressed a resounding 78% increase in their rate of participation satisfaction.

International Fair Plovdiv have already held a number of meetings with wine specialists in France and Italy and strengthened their ties within the oenological media, as they move to solidify their reputation in the lead-up to the next Vinaria in 2005.



Maria Todorova, Corporate Communications Director, receives the trophy

BioFach, spazio al vino biologico

Dal 24 al 27 febbraio il BioFach 2005 attende a Norimberga circa 1900 espositori e 30.000 visitatori professionali di tutto il mondo.

Per la prima volta ci sarà un padiglione dedicato esclusivamente al vino; per numerosi responsabili acquisti il segmento enologico rappresenterebbe da solo un motivo sufficiente per recarsi a Norimberga. L'avventura, iniziata con un pugno di produttori e commercianti di vino biologico, ha successivamente trovato un terreno fertile nel Villaggio del vino. Adesso, la nuova concezione del più grande salone del vino biologico al mondo garantisce un'offerta merceologica ancor più completa, tutta una serie di informazioni per addetti ai lavori e un attraente programma di contorno sul tema dei vini biologici, molto amato dai buongustai.

Saranno presenti circa 250 produttori e distributori di vini, spumanti e champagne, provenienti naturalmente dalle nazioni leader della viticoltura

biologica, Italia, Francia e Spagna, ma anche da Argentina, Cile, Germania, Grecia, Austria, Turchia ed Ungheria.

Nel Padiglione del vino, il numero 8, verranno inoltre presentati articoli complementari per negozianti specializzati, come bicchieri e caraffe. E saranno presenti, coi loro viticoltori e altri interlocutori, anche grossisti e associazioni di categoria dei produttori e dei commercianti.

Altra novità, l'ampia zona degustazione al centro del Padiglione del vino, dove tutti gli espositori del BioFach avranno la possibilità di presentare i loro vini a un pubblico di addetti ai lavori e dove anche i prodotti inseriti nell'elenco dei vini consigliati verranno vagliati dall'occhio critico dei responsabili acquisti in visita.

Ci sarà anche un Forum del vino, situato anch'esso in posizione centrale, che offrirà opportunità di aggiornamento professionale, con relazioni sulla coltivazione e commercializzazione del bio-vino.