

PRISMA

FIERE, CONGRESSI, TURISMO, BENESSERE, ENOGASTRONOMIA

Exhibitions
Congresses
Tourism
Wellness
Gourmet

Cibus 2006

La vetrina più importante
del Made in Italy alimentare.
Grandi novità per servire al meglio
le esigenze degli operatori

Vasto programma convegnistico
alle pp. 13-15



www.expofairs.com/prisma

SAREMO PRESENTI A:
IMEX • Francoforte 30/5-1/6/2006
Stand B650

Spedizione in a. p., art. 2, c. 20/b, legge 662/96 - Filiale di Torino - Tassa pagata / Taxe perçue - N° 1-2/2006 - Editore: PIANETA Srl - Via A. Sismonda 32 - 10145 Torino
In caso di mancato recapito si prega consegnare a Torino CMP per restituzione al mittente che si impegna a pagare la relativa tassa - Copia saggio/Campione gratuito

Torino:

medaglia d'oro nelle specialità congressi, convention, incentive



Piazza Castello, Medals Plaza dei XX Giochi Olimpici Invernali 2006

Incontriamoci

a Torino.

Se cercate nuovi record, portate qui il vostro evento.

La città delle Olimpiadi Invernali è pronta ad accogliere anche il vostro convegno.

Dopo aver organizzato un'Olimpiade sul ghiaccio e sulla neve, pensate cosa può fare Torino per voi, con accoglienza, strutture e servizi da record, e in più il piacere di visitare una città ricca di arte, di storia e di cultura, dove il gusto fa parte dello stile di vita.

Se volete portare il vostro evento sul podio, portatelo a Torino.



NOLEGGIO E VENDITA TENDOSTRUTTURE




EUROTEND
L'IMPORTANZA DI UNA SCELTA



**FIERE CAMPIONARIE, CONGRESSI,
CERIMONIE, SFILATE DI MODA,
MOSTRE SPECIALIZZATE, MAGAZZINI
DI STOCCAGGIO, COPERTURE SPORTIVE,
COPERTURE DI MANEGGI...**

Eurotend propone il noleggio, la vendita e il montaggio di tendostrutture in Italia e all'estero. La grande disponibilità di tende e maestranze qualificate garantiscono una rapida e puntuale consegna.

I tecnici Eurotend possono effettuare sopralluoghi per meglio assistere i clienti dalla fase progettuale alla realizzazione finale. Eurotend allestisce numerose fra le più importanti manifestazioni e conventions a livello nazionale e internazionale.

Eurotend srl

Via Piubega, 29 - Ceresara (Mantova)
Tel. 0376 878001 - Fax 0376 878003
www.eurotend.it
e-mail: eurotend@eurotend.it

KnowHow




FIERE di PARMA

Le tue idee, la nostra passione

Essere grandi non basta, quel che conta è "saperfare".

A Parma coniughiamo le aspirazioni con le competenze e la tradizione con l'innovazione, finalizzandole al tuo successo. Questa è la nostra specialità. Questa è la nostra passione.



Nicola Zingarelli

Lo Zingarelli 2006

Vocabolario della lingua italiana

Zanichelli, Bologna 2005, pp. 2176
euro 81,80 con cd-rom

Un dizionario col quale l'appuntamento è ormai diventato annuale.

L'opera è costantemente aggiornata non solo inserendo neologismi ma anche rivedendo voci e riscoprendo *corpora* di testi letterari antichi, e spogliando i *data base* dei periodici e l'internet.

Nello Zingarelli 2006 trovano così posto 7000 nuove voci, ma anche nuove accezioni di termini già in uso.

Pietro Giglio, Oriana Pecchio

Enciclopedia della Valle d'Aosta

Zanichelli, Bologna 2005, pp. 408
euro 34,00

L'enciclopedia intende far scoprire al lettore quanto è rimasto del mondo alpino valdostano, che non è fatto solo di Monte Rosa e alpinismo.

L'opera propone un viaggio lungo i luoghi e i personaggi cercando di cogliere il rapporto tra uomo e ambiente attraverso i secoli.

Alle otto voci di carattere generale della prima parte corrispondono, nella seconda, circa 700 voci corredate di box e tabelle.

Afonso Bosellini

Storia geologica d'Italia

Gli ultimi 200 milioni di anni

Zanichelli, Bologna 2005, pp. 184
euro 36,00 con cd-rom

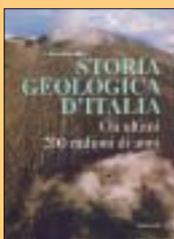
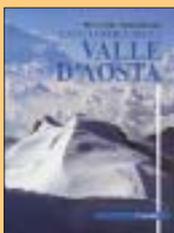
Opera divulgativa per guidare il lettore alla scoperta di quel museo di geologia a cielo aperto che è il nostro paese.

La trattazione è articolata in quattro punti: dapprima troviamo la spiegazione dei concetti di base della geologia: tempo geologico, fossili, età delle rocce, materiali.

Poi l'autore delinea la storia geologica italiana e spiega come il nostro paese è diventato come lo conosciamo oggi.

Segue una panoramica regionale: di cosa sono fatte le Alpi e come si sono formate, quali sono le caratteristiche degli Appennini, della Pianura Padana, ...

Infine una carrellata sui principali pericoli geologici che corriamo.



Crescono i congressi per la ricerca di partner con cui avviare utili collaborazioni d'affari internazionali
Focus on matchmaking conferences to start useful cooperation with international business partners

di/by Giovanni Paparo

La globalizzazione sta avendo un grande impatto sul settore fieristico. Stanno emergendo nuovi mercati e nuovi competitori, e stanno cambiando le richieste dei clienti delle fiere professionali.

Per quanto riguarda le pmi, esse hanno sempre più bisogno di collaborazioni internazionali al fine di cogliere le opportunità che i mercati esteri possono offrire, per superare così i limiti dei loro mercati nazionali e per compensare i rischi legati alle fluttuazioni cicliche locali.

“I metodi correnti per entrare in contatto, come la ricerca impersonale sul web o gli eventi di massa come “Europartenariat” o “Interprise” restano intatti – afferma Jürgen Schäfer nella sua introduzione al *Matchmaking Conferences Year Book 2006* –. D’altro lato, stanno diventando più importanti approcci innovativi come le ricerche orientate allo scopo, con l’aiuto di forum della collaborazione tenuti nell’ambito di fiere professionali internazionali.”

Nella nuova pubblicazione *Matchmaking Conferences Year Book 2006* – che segnaliamo con piacere ai lettori –, esperti, organizzatori e rappresentanti di fiere internazionali, come pure professionisti d’imprese operative, mostrano perché i congressi per la ricerca di partner siano un modo efficace di avviare collaborazioni d'affari internazionali. Inoltre diversi modelli di ricerca di partner d'affari mostrano come vengano organizzati gli incontri bilaterali. Un calendario con oltre 170 congressi per la ricerca di partner riporta gli eventi in programma in diverse sedi in Europa, Asia e America Latina.

Editore: local global GmbH
Prezzo: 25 €. Spedizione e trattamento: 1,50 € Germania, 4,50 € Europa, 10,00 € altri paesi
www.localglobal.de/matchmaking/yearbook2006/
Ordine per telefono o fax
Annina Gratzky
Tel: +49 (0)711 225588-24
Fax: +49 (0)711 225588-11



The globalization is having a strong impact on the exhibition industry. New markets and new competitors are emerging, and the requirements from the trade fair customers are changing.

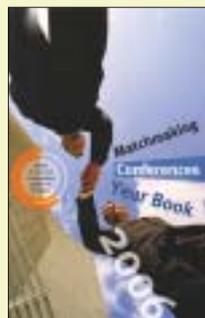
As far as the SMEs are concerned, they need more and more international cooperation to take advantage of the opportunities that foreign market can offer, so to overcome the limits of the domestic

market and to compensate for the risks due to local cyclical fluctuations.

“The usual methods of getting in touch, like the impersonal search over the web or previous mass events like “Europartenariat” or “Interprise” remain intact – says Jürgen Schäfer in its introduction to the Matchmaking Conferences Year Book 2006 –. On the other hand, innovative approaches are becoming more important: Goal-oriented searches with the help of cooperation forums at international trade fairs.”

In the new publication Matchmaking Conferences Year Book 2006 – which we mention with pleasure to our reader –, experts, organisers and representatives of international exhibitions, as well as practitioners from operating companies, describe why matchmaking conferences are an effective way to initiate cooperation with international business partners. Furthermore various matchmaking business models show how one-to-one meetings are organized. A calendar with over 170 matchmaking conferences lists upcoming events at different locations in Europe, Asia and Latin America.

*Publisher: local global GmbH
Price: 25 €. Shipping and handling: 1,50 € Germany, 4,50 € Europe, 10,00 € overseas
www.localglobal.de/matchmaking/yearbook2006/
Order by telephone or fax
Annina Gratzky
Tel: +49 (0)711 225588-24
Fax: +49 (0)711 225588-11*





Primo Piano

7 No Frills raddoppia
No Frills doubles
di/by Giovanni Paparo

Osservatorio

8 Sirmione lancia il congresso alle terme all'insegna del benessere
di Maria Luisa Negro

10 Vetrina

Copertina

13 Dai congressi del Cibus le strategie per il rilancio dell'alimentare italiano
di Giampaolo Squarcina

14 Cibus 2006: il Salone internazionale dell'alimentazione massima vetrina del Made in Italy
di Bernardino Marino

Fiere e congressi

16 Edil-show, la nuova fiera dell'edilizia a PiacenzaExpo

17 **Speciale Enogastronomia, Natura, Benessere, Horeca**

19 Iotti Frigoriferi, il punto di riferimento per il noleggio di attrezzature refrigeranti e per la ristorazione
di Massimo Marrone

21 Sana, l'evento naturale
Sana, the natural event
di/by Andrea Bigotti



22 Polagra-Food, la prima in Polonia
Polagra-Food, the first in Poland

23 Veronafiore, un sistema promozionale per l'agroalimentare e il territorio

23 Brau Beviale: l'incontro del mercato europeo delle bevande
Brau Beviale: the meeting of the European beverage market

24 Al via il secondo MiWine
Second MiWine ready to start

26 Nuovo record per Alimentaria
New record for Alimentaria

27 Ism, piattaforma mondiale per il settore della pasticceria
Ism, the global platform for the confectionery industry
di/by Lorenzo Paparo

28 BioFach 2006 vario come non mai
BioFach 2006 more varied than ever
di/by Luca Bianco

29 Debutta Tuttofood, il salone dell'alimentare di Fiera Milano

30 RiminiWellness: in forma fisico e affari / *RiminiWellness: to get body & business into great shape*

31 L'alimentare extradomestico cresce al Mia / *Eating out trade grows at Mia*

33 Fancy Food Shows: il marketplace dell'industria delle specialità alimentari / *Fancy Food Shows: the marketplace for the specialty food business*

35 Lungo i Sentieri del Benessere
Along the paths of wellness
di/by Caterina Bertone

36 Cosmoprof, evento mondiale
Cosmoprof: global event
di/by Corrado Scattolin

36 *Koelnmesse's aquanale: a magnet for the wellness sector*

38 Buone previsioni per Intersicop 2007 / *Good expectations for Intersicop 2007*

38 hogatec 2006 a Düsseldorf
hogatec 2006 in Düsseldorf

39 Fitness 2006: il mondo della palestra s'incontra a Madrid
Fitness 2006: the world of gym meets in Madrid
di/by Lorenzo Villa

39 Aliment&Attrezzature festeggia il ventennale

40 Al via la 15ª edizione di Exposanità

41 IH/M&RS amplia la sua offerta
IH/M&RS expands its offer

43 **Speciale Pianeta Itc&Tecnologie per fiere-congressi-eventi**

49 Libri

50 **Speciale Mice-Turismo**

51 Meeting firmati Maritim
Meetings made by Maritim

53 Select by Newtours: Firenze e l'Italia proposte online dal protagonista internazionale degli eventi nel Belpaese
di Alberto Guizzardi

55 Numeri in crescita all'Imex 2006
Growth in numbers at Imex 2006

56 Workshop dell'Ifema al Centro Congressi Ifema / *Ifema workshop at Ifema Convention centre*

56 Cresce il pubblico internazionale al Wtm / *International attendance soars at Wtm*

57 Globe, a Roma una fiera internazionale del turismo

57 Più visitatori ed espositori al Ttg Incontri e al Tti

58 Arriva da Torino il nuovo presidente di Meet in Italy

59 Torino è pronta a vivere il dopo Olimpiadi



60 Col contributo di Federcongressi l'Italia si presenta unita a Imex

60 Raddoppia l'offerta congressuale del Cosmohotel Palace di Milano

62 Aeroporto di Bologna: inaugurata la Marconi Business Lounge

62 *Lyon Convention Centre: a new name, a new identity*

63 *Amsterdam RAI Convention Centre, a top rank venue for meetings*

64 Fitur: specchio dell'industria turistica
Fitur: mirroring the tourism industry

64 Ici, il nuovo salone per il settore mice
Ici, the new show for the mice sector

65 Starhotels Terminus: fascino partenopeo e gusto mediterraneo
Starhotels Terminus: neapolitan charm and mediterranean taste

67 **Calendario Fiere**

PRISMA

FIERE, CONGRESSI, TURISMO, BENESSERE, ENOGASTRONOMIA

Editore:  **PIANETA Srl**

direzione, redazione, amministrazione:
via Angelo Sismonda, 32 - 10145 Torino
tel. 011 747.600, telefax 011 747.294
email: info@expofairs.com - http://www.expofairs.com
pubblicità: Pianeta Srl - Tel. 011 747.600

direttore responsabile: Giovanni Paparo
segreteria di redazione: Maria Luisa Negro
collaboratori: Jacopo Arena, Caterina Bertone, Gino Bertone, Luca Bianco, Andrea Bigotti, Alberto Guizzardi, Bernardino Marino, Umberto Marzolla, Mariella Milano, Lorenzo Paparo, Maria C. Paparo, Renato Paparo, Gianni Pisani, Corrado Scattolin, 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.

Quattro opportunità, un unico indirizzo: Rimini Fiera

Quattro distretti fieristici, quattro settori
in cui Rimini Fiera è leader.
Per creare le giuste opportunità di business
in rapporto ad aree specialistiche di interesse.

HOTEL & FOOD INDUSTRY

TRAVEL & TOURISM

TECHNOLOGIES & ENVIRONMENT

ENTERTAINMENT & LEISURE

HOTEL & FOOD INDUSTRY

SIGEP • www.sigep.it
Salone Internazionale di Gelateria, Pasticceria,
e Panificazione Artigianali
MIA • www.miabiera.it
Mostra Internazionale dell'Alimentazione
MSE • www.mediterraneanfood.it
Salone Internazionale delle Tecnologie e dei Prodotti
della Pesca per il Mediterraneo
FOOD & BEVERAGE LOGISTICS EXPO
www.fblogistics.com
Soluzioni, Modelli e Trend
PIANETA BIRRA - BEVERAGE & Co
www.pianetabirra.it
Esposizione Internazionale di Birre, Bevande, Snack,
Attrezzature e Arredamenti per Pub e Pizzerie
RTHEP • www.riminifiere.it
Fiera delle Tecnologie e Prodotti per la Gelateria e la
pasticceria (S. Paolo - Brasile)
SIA GUEST • www.siarimini.it
Salone Internazionale dell'Accoglienza

TRAVEL & TOURISM

FIRST ALTERNATIVE • www.firstalternative.it
L'unico salone a tutta mode
GLOBE - Roma, Quartiere Fieristico
www.globe07.it
Travel Exhibition in Rome
MONDO NATURA • www.mondonatura.it
Salone Internazionale del Camper, Caravan,
Campeggio, Turismo all'Arta Aperta
LUOGHI • www.mondonatura.it
Rassegna dedicata ai Turisti della Nuova Vacanza
SUN • www.sungiosun.it
Salone Internazionale dell'Arredamento
e Attrezzature per Esterni
T&T - TENDE & TECNICA • www.sungiosun.it
Biennale delle Tende, dei Tessuti, delle Tecnologie
per l'Arredamento e la Protezione Solare
TTG INCONTRI • www.ttgitalia.com
Fiera b2b del Settore Turistico
TTI • www.traveltradetalia.com
Workshop dedicato al Prodotto Turistico Italiano
BTC • www.btc.it
Borsa Internazionale del Sistema Congressuale ed
Incentive (Fortezza da Basso - Firenze)

TECHNOLOGIES & ENVIRONMENT

MY SPECIAL CAR SHOW • www.myspecialcar.it
Salone dell'Auto Spaziale e Sportiva / Tuning &
Racing - Car Audio & Video Parts & Components
AMICI DI BRUGG • www.amicidibrugg.it
Congresso dell'Associazione "Amici di Brugg"
EuroPA • www.euro-pa.it
Salone delle Autonomie Locali
TECNARGILLA • www.tecnargilla.it
Salone Internazionale delle Tecnologie e delle
Forniture all'Industria Ceramica e del Laterizio
SMANI • www.smani.it
Salone dei Trasporti
ECOMONDO • www.ecomondo.com
Fiera Internazionale del recupero di materia ed
energia e dello sviluppo sostenibile
ECOMONDO CHINA
Shanghai New International Expo Centre
www.ecomondo.com
R3 - Rigenere Ricerca Riuse • www.r3.it
Rassegna del a rigenerazione, ricarica e riuso dei
supporti di stampa, hardware e prodotti per
informatica e telematica
DESIGN SHOW • www.designshow.info
Innovazione, tecnologia & soluzioni su misura per chi
progetta
DOMUS LEGNO • www.domuslegno.net
Tutto il legno in edilizia, dal pavimento al tetto

ENTERTAINMENT & LEISURE

SIB • www.sibinternational.com
Mostra Internazionale Tecnologie per Eventi,
Spettacolo e Locali
ENADA PRIMAVERA • www.enadaprimevera.it
Mostra Internazionale degli Apparecchi da
Intrattenimento e da Gioco
ENADA ROMA • www.enada.it
Mostra Internazionale degli Apparecchi da Intrat-
tenimento e da Gioco (Roma, Quartiere Fieristico)
PLANET CREATIVITY • www.planetcreativity.com
Salone Professionale delle Arti Manuali
RIMINIWELLNESS • www.riminiwellness.com
Fitness, benessere e sport on stage
GIOSUN • www.sungiosun.it
Salone del Giocattolo e dei Giochi all'Arta Aperta

Produzione vendita e noleggio

di allestimenti fieristici completi
dal padiglione
preallestito e arredato
allo stand in valigia



ARVED SISTEMI MODULARI srl

Via Firenze, 5
20063 Cernusco S/N - Milano
Tel. +3902 92148210
Fax +3902 92147789

<http://www.arved.it>
E-mail: arved@arved.it

ARVED exhibition design

La terza NoFrills, Travel & Technology Expo (prima edizione di primavera) si è chiusa alla Fiera di Bergamo con grande soddisfazione dei visitatori, tutti professionisti, dei quasi 300 espositori, e degli organizzatori, che hanno già annunciato il raddoppio degli spazi per la quarta edizione del 29 e 30 settembre.

Dice Renzo Druetto, presidente della NoFrills Srl: "Abbiamo lanciato una campagna promozionale in Europa, da dove ci aspettiamo oltre 50 nuovi espositori e un numero importante di visitatori."

È chiara l'intenzione di sfruttare al massimo le grandi opportunità offerte dalla formula innovativa adottata e dal nuovo quartiere della Fiera di Bergamo, cui giova, tra l'altro, la fitta rete europea di voli a basso costo del vicino aeroporto di Orio al Serio.

"Si stanno affacciando sul mercato nuove manifestazioni legate al turismo, congressi, incentive - spiega Druetto -, nuovi grandi quartieri espositivi debbono riempire i padiglioni e diversi operatori cercano di cogliere le opportunità lasciate aperte da eventi "storici" che faticano a stare al passo coi tempi. La nuova dimensione europea e la crescente globalizzazione contribuiscono al rimescolamento delle carte. Penso che abbiamo buone probabilità di affermarci ai primi posti nella gara in corso."

La formula innovativa

Ho constatato di persona il gradimento da parte di numerosi agenti di viaggio in visita alla manifestazione e degli espositori. L'evento è aperto ai soli professionisti, gli stand sono tutti uguali, molto funzionali, senza fronzoli. Ci si può concentrare sul lavoro, senza distrazioni, senza stress da troppo affollamento, da rumore, da ambienti troppo grandi e dispersivi.

I costi della visita sono molto contenuti: parcheggi gratuiti, ingresso e guardaroba gratuiti,



No Frills raddoppia No Frills doubles

di/by Giovanni Paparo

navette col centro città e con l'aeroporto gratuite, collegamenti con pullman granturismo gratuiti da numerose città, colazione e buffet serale gratuiti. Insomma trattamento da *hosted buyer* per tutti. E questo senza gravare sui costi dell'espositore: con 5000 euro ha uno stand preallestito nei due eventi (primavera e autunno) con luce, internet, pulizie,... Per una sola manifestazione il costo è di 3000 euro.

La nuova Fiera di Bergamo

Come ci evidenzia il direttore tecnico di Promoberg Stefano Cristini, il nuovo complesso espositivo della Fiera di Bergamo, esteso su di un'area di 173.000 m², è dotato di strutture e servizi allo stato dell'arte, ed è già previsto il raddoppio dei padiglioni (www.promoberg.it).

La rete europea di voli a basso costo

"L'aeroporto di Bergamo-Orio al Serio, interno al grande bacino di traffico dell'area milanese, ha acquisito una rete di collegamenti a basso costo con tutta l'Europa che non ha uguali in Italia e offre alla città di Bergamo e alla sua Fiera un atout eccezionale (www.orioaeroporto.it).

The third edition of No Frills, Travel & Technology Expo (first Spring edition) closed at Bergamo fairground on March 25th, satisfying visitors (all of them professionals), 300 exhibitors and its organizers, who just announced a twofold increase in space for the fourth edition on September 29th and 30th, 2006.

No Frills Srl president Renzo Druetto says: "We launched a promotional campaign in Europe, from where we expect more than 50 new exhibitors and a huge number of visitors."

A clear goal is to take advantage of the innovative formula and of the new Bergamo fairground. The latter gains added value thanks to the low cost flights at the nearby Orio al Serio airport.

New exhibitions devoted to tourism, congresses, incentives are appearing on the market - explains Druetto -, new big expo centres need to make their pavilions full and many operators seek to get the opportunities which has been left from "historical" events, having trouble in moving with the times. The new European dimension and the growing globalization contributes in reshuffling the cards.



The innovative formula

I personally registered the satisfaction expressed by many travel agents visiting the show and by the exhibitors. The event is open to professionals only, and the stands are all the same, they are very functional and with no frills. You can concentrate on your job, without distraction or stress due to crowding, noises, too big and uneconomical spaces.

Visiting costs are very cheap, with free of charge parking, free of charge enter and wardrobe, free of charge bus shuttles to the city and to the airport, free of charge connections with many cities by coach, free of charge breakfast and buffet on evening. That is: an hosted buyer treatment for all. And this without bearing down on the costs for exhibitors: with 5000 euros, they get a schell scheme stand for two events (Spring and Fall editions), with light, internet, cleaning services,... For a single event, the price is 3000 euros.

The new Bergamo fairground

As Promoberg technical director Stefano Cristini points out, the new Bergamo expo centre, covering a 173.000 m² area, is endowed with state-of-the-art structures and services, and a twofold increase in pavilions is already foreseen (www.promoberg.it).

The European network of low cost flights

"The Bergamo-Orio al Serio airport, which is part of the Milan traffic area, gained a network of low cost connections all over Europe, having no equal in Italy and offers to Bergamo and to its exhibition venue a phenomenal atout (www.orioaeroporto.it).

No Frills Srl
Via Antonio Fabro 8
10122 Torino TO
tel. +39 011 5162062
Fax. +39 011 5063048
info@nofrillsexpo.com
www.nofrillsexpo.com

Eleanor Herman

A letto con i re

Piemme, Casale Monferrato 2006, pp. 384, euro 17,90

Costretti spesso a sposare donne che non amavano, i sovrani trovavano soddisfazione altrove.

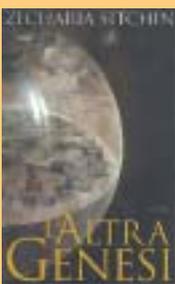


La Herman ripercorre un capitolo della trattazione storica finora poco esplorato, rievocando le figure delle favorite dei principali sovrani d'ogni epoca: amanti che in alcuni casi gestivano il regno.

Zecharia Sitchin
L'altra genesi

Piemme, Casale Monferrato 2006, pp. 400, euro 18,90

Secondo Sitchin non esiste separazione tra evolucionismo e creazionismo: i testi sacri

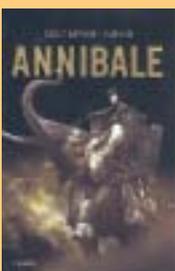


narrano in realtà un'altra storia, dove la memoria di un sapere tecnologico perduto, in grado di creare la vita artificialmente, è resa in forma metaforica. Un saggio dal vago sentore raeliano, ma di lettura affascinante.

David Anthony Durham
Annibale

Piemme, Casale Monferrato 2006, pp. 480, euro 19,90

La storia romanzata di Annibale, che riuscì a tenere testa a Roma.



Ma dopo la sconfitta, la civiltà cartaginese venne spazzata via dalla storia e la sua popolazione sterminata quasi del tutto.

Sirmione lancia il congresso alle terme all'insegna del benessere

Terme di Sirmione Spa offre pacchetti su misura ad aziende, gruppi di lavoro e privati che vogliono coniugare business e relax

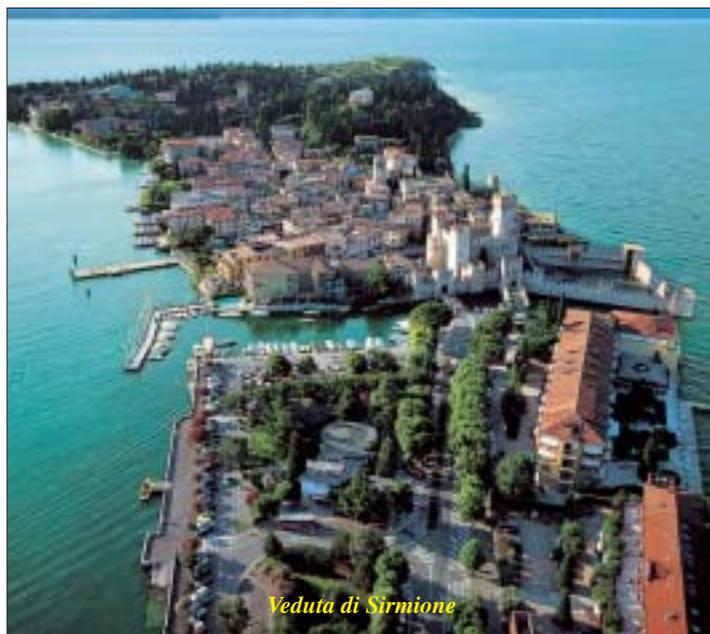
di Maria Luisa Negro

Sirmione fu cantata dal poeta latino Catullo come la perla di tutte le isole e penisole. Da allora ha ispirato per la sua rara bellezza altri poeti, come Foscolo, Carducci, Fogazzaro, Pound e Joyce.

Le terme di Sirmione

Al richiamo paesaggistico, a fine '800, si aggiunse anche il termalismo, quando un palombaro veneziano, di nome Procopio, si immerse nelle acque del lago di Garda, in prossimità delle Grotte di Catullo, per captare con un tubo, alla profondità di 20 metri, una sorgente di acqua termale sulfurea salsobromiodica che, portata alla superficie e da qui trasportata a riva con barche, permise l'avvio di una proficua attività di cure termali.

Nel 1900 venne inaugurato il primo centro termale, situato dove ora sorge il Gran Hotel Terme, e nel 1921 nacque la Società Terme e Grandi Alberghi di Sirmione che estese e perfezionò gli impianti. Oggi Sirmione accoglie ogni anno decine di migliaia di pazienti ed è il primo e il più importante centro italiano per la cura della sordità rinogena – per questo vi giungono molti



Veduta di Sirmione

bambini –, oltre a essere centro di broncopneumatologia, reumatologia e riabilitazione motoria.

Termalismo ma anche benessere

La Terme di Sirmione Spa è diventata il maggior polo termale privato italiano e dispone di due centri termali (le Terme Catullo e le Terme Virgilio) e di tre alberghi per l'ospitalità di turisti e pazienti: il Grand Hotel Terme, l'Hotel Sirmione e l'Hotel Fonte Boiola.

Nell'ottobre 2003 è stato aperto Aquaria, il centro benessere termale che ha aggiunto all'offerta le proposte benessere, salute e bellezza coniugando sapientemente l'uso di acqua e fango termali con la più moderna tecnologia. Per esempio l'acqua termale viene sterilizzata con ultravioletti senza uso di cloro e una speciale tecnologia controlla l'umidità dentro la struttura, per cui i vetri non sono mai appannati.

Aquaria, situata nel centro storico di Sirmione e affacciata sulle acque del Garda, offre tutto l'anno piscine termali, idromassaggi, lettini effervescenti, percorso vascolare, docce aromatiche-cromatiche, cabine benessere e una palestra, per oltre 10.000 m² tra superficie di acqua termale, spazi coperti e parco. Temperatura, umidità, musica e luci sono studiate per offrire il massimo relax.

E adesso anche congressi ed eventi

Nella struttura interna e nel giardino esterno Aquaria può



Idromassaggio ad Aquaria

ospitare eventi con fino a 250 persone, offrire proposte benessere personalizzate, cocktail di benvenuto, buffet e servizi catering, con possibilità di prenotare il centro per un'intera giornata o serata con tutti i servizi a disposizione.

L'idea innovativa di ampliare l'offerta termale al settore degli eventi privati o aziendali, dei convegni e congressi è venuta ai manager di Terme di Sirmione Spa nell'intento di ricavare un'ulteriore nicchia di ricavi, in tempi in cui l'Italia subisce la concorrenza estera anche nel turismo termale. L'idea è questa: fare delle terme di Sirmione, una delle principali realtà ricettive termali in Europa, anche un luogo di congressi ed eventi, dove unire l'utile al dilettevole offrendo ai convenuti non solo lavoro ma anche relax e benessere psico-fisico.

Detto fatto: Terme di Sirmione Spa offre pacchetti su misura ad aziende, gruppi di lavoro e privati che vogliono coniugare business e relax. In una posizione strategica, a metà strada tra Milano e Venezia, e a pochi chilometri da Brescia e Verona, Terme di Sirmione Spa propone, oltre ad Aquaria di cui abbiamo detto, tre strutture alberghiere per un totale di 219 camere, un booking prenotazione centralizzato, quattro sale congressuali più una convenzionata da 50 a 500 posti, tre reparti termali alberghieri, per un totale di 30.000 m² di immobili. Per fini-



Terme Virgilio

re, diamo una scorsa ai tre alberghi di Terme di Sirmione Spa.

Grand Hotel Terme

È un cinque stelle, dalla posizione bella e di prestigio, con 57 camere e una suite, un giardino affacciato sul lago, una piscina termale, le terrazze all'aperto e un ristorante – l'Orangerie – segnalato dal Gambero Rosso con due forchette, che propone una cucina raffinata e una carta dei vini di 400 etichette; nella sala affacciata sul lago di Garda è possibile organizzare cene di gala (100 coperti), momenti conviviali ed eventi privati.

L'hotel dispone di tre sale riunioni: la sala Catullo con 100/120 posti a platea e 40 a ferro di cavallo; la sala Virgilio, modulare e divisibile in tre parti, con 100 posti a platea; e la sala Castello con 40/50 posti.

Hotel Sirmione

Quattro stelle, situato di fronte al porticciolo turistico, nel centro di Sirmione, con 101 camere,



Sala Catullo, Grand Hotel Terme

di cui 8 singole, 84 doppie, 7 junior suite e due suite, piscina termale esterna, sauna, docce tropicali e un centro di salute e bellezza. Per le riunioni di lavoro più raccolte, l'albergo offre un'accogliente e confortevole sala meeting da 30 posti e un servizio di coffee break. Con

un'affascinante vetrata sul lago e un servizio accurato. Il *Ristorante dei poeti* ha 150 coperti con menu à la carte o buffet e un'ampia scelta di vini.

Hotel Fonte Boiola

Tre stelle, un taglio familiare, 60 camere di quattro diversi tipi, una piscina esterna aperta tutto l'anno, con acqua termale e idromassaggio, alla quale è possibile accedere dall'interno dell'hotel, e un bagno romano. A disposizione, per convegni, le sale dell'adiacente Grand Hotel Terme.

Infine, convenzionato con gli alberghi delle Terme di Sirmione, c'è il Palazzo Congressi con 500 posti fra platea e galleria, una cabina regia, due cabine di traduzione e una sala collaterale.

Noi pensiamo che l'esperienza di Sirmione possa servire da modello per altri centri termali, sempre all'insegna del motto "il business più attivo nasce dal comfort".



Hotel Sirmione



Disponibile il catalogo Rimini Exhibition Hotels

L'associazione Rimini Exhibition Hotels è nata per dare una risposta in ogni periodo dell'anno a ogni richiesta di soggiorno nella provincia di Rimini, offrendo un servizio superiore alle aspettative dei clienti. È ora disponibile, gratuitamente, il catalogo (lo si può richiedere dal sito www.rexhotels.it)



progetto del nuovo Palacongressi di Rimini

Il consorzio Rimini Exhibition Hotels è specializzato in soggiorni per la clientela d'affari e coinvolge le migliori strutture ricettive di Rimini, Riccione, Cattolica e Bellaria Igea Marina. A oggi sono 25 le imprese alberghiere che vi aderiscono, affiancandosi a Rimini Fiera con informazioni su eventi fieristico-congressuali.

Fini dell'associazione:

- Aggregare gli alberghi 3-4-5 stelle di qualità che vogliono sviluppare le presenze fieristiche;
- Costituire un club di prodotto fieristico-congressuale;
- Coordinare le politiche commerciali degli alberghi per il segmento fieristico;
- Rafforzare il concetto di rete;
- Creare un marchio di qualità degli alberghi d'affari da Bellaria a Cattolica;
- Conquistare la leadership dell'offerta alberghiera fieristica;
- Conquistare presenze in occasione delle principali fiere.

La riviera di Rimini infatti offre molteplici possibilità di business grazie a strutture attrezzate e all'avanguardia come il Palacongressi della Riviera di Rimini, il Palariccione e il Palaterme, il Teatro della Regina e il Centro Congressi Europeo. www.rexhotels.it

Arriva il "grana siciliano" prodotto a Siracusa e a Ragusa

Nascerà il formaggio "grana siciliano" e sarà prodotto nei caseifici di Palazzolo e Buccheri col latte proveniente dalle aziende agricole della zona montana iblea.

L'iniziativa è portata avanti dal Consorzio Allevatori di Siracusa, e a breve dovrebbe concretizzarsi con la distribuzione nei mercati.

"È un progetto ambizioso che dovrebbe rivoluzionare il mercato agricolo della zona montana iblea - spiega il presidente del Consorzio allevatori di Siracusa Carlo Giuliano - e riguarderà la produzione di un tipo di formaggio a pasta molle con bassissima percentuale di grassi. Sarà utilizzato solo latte proveniente dalle imprese zootecniche della zona montana iblea."

Sulle tecniche di lavorazione dei prodotti lattiero-caseari sono impegnate circa 300 aziende nei territori di Palazzolo, Buccheri, Rosolini, Noto e a cavallo coi comuni montani della provincia di Ragusa.

"La zona montana del siracusano e del ragusano - continua Giuliano - dispone del latte più buono della Sicilia. Da qui l'impegno degli operatori del settore per realizzare prodotti lattiero-caseari di alta qualità, a sostegno anche del flusso turistico in continua crescita nelle province di Siracusa e Ragusa, con alcuni Comuni della Val di Noto dichiarati dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità." Tutto ciò nasce per stimolare il mercato caseario locale, che attualmente è monopolizzato dalle aziende del Nord.

Il grana siracusano sarà lavorato nel nuovo caseificio di Palazzolo e in quello di Buccheri.

Sorge così una nuova filiera di produzione *Made in Sicily*, che ha un obiettivo ben preciso: lavorare il latte sul posto senza cederlo ai centri di raccolta settentrionali, come è avvenuto finora.

Roma: nasce l'Apicef, per professionisti degli eventi

Si è costituita lo scorso dicembre a Roma l'Apicef. Tra le principali attività, rappresentare e promuovere i profili professionali di organizzatori di fiere, congressi, eventi, e delle imprese di servizi afferenti alla filiera congressuale e delle fiere.

Tutti professionisti italiani con anni di esperienza i soci che fanno parte della nuova associazione, un team specializzato non solo per la promozione e lo sviluppo di contatti informativi e interscambi sia in Italia che all'estero, ma anche per la promozione della formazione, dell'aggiornamento e del confronto professionale attraverso la definizione di strategie e piani operativi.



Per incrementare lo sviluppo del comparto di settore, Apicef intende proporsi come interlocutore dei competenti Ministeri o delle autorità regionali. www.apicef.it



Hester Baljet

Amsterdam Rai: Hester Baljet appointed as marketing and sales manager

Hester Baljet has been appointed as Marketing & Sales Manager at Amsterdam Rai.

The core business of Amsterdam Rai involves both organizing events and offering space and services to third parties. The Marketing & Sales Department focuses on letting the convention centre and selling related services. As Marketing & Sales Manager, Ms. Hester Baljet will head a team of seven sales executives.

Hester Baljet has already spent eight successful years in the employ of Amsterdam Rai.

After four years in Account Management, she has worked as a Marketing & Sales executive for the last four years.

She graduated from the Maastricht Hotel Management School in 1994.

www.rai.nl

Antonio Piva è stato confermato presidente di

CremonaFiere. I risultati ottenuti (nel biennio 2003-2005 il fatturato è aumentato del 38%) hanno provato non solo l'impegno del gruppo dirigente di CremonaFiere, ma anche la validità delle scelte strategiche adottate, che hanno collocato - secondo il giudizio della stessa Regione Lombardia - il centro fieristico cremonese subito dopo Milano.

Infatti per estensione, strutture, servizi, capacità progettuale, CremonaFiere si è ritagliata in Lombardia uno spazio di grandissimo rilievo, segnalandosi quale punto di riferimento non solo sul piano nazionale ma anche su quello mondiale, in particolare nel comparto agroalimentare.

Il presidente Antonio Piva, nel ringraziare per la fiducia, ha sottolineato l'importanza ricoperta, nel perseguimento dei risultati, da una parte della coesione di tutte le forze rappresentate (private e pubbliche) e dall'altra dell'impegno intelligente dello staff della fiera, che ha sempre mostrato grande professionalità.

www.cremonafiere.it



Antonio Piva

ACQUARIO DI CATTOLICA



Acquario di Cattolica: un concorso di film e foto sub

L'Acquario di Cattolica, col Patrocinio della Regione Emilia-Romagna, della Provincia di Rimini e della Città di Cattolica, lancia il primo trofeo internazionale di fotografia e filmografia subacquea a livello amatoriale, dedicato agli appassionati e alle organizzazioni subacquee.

I partecipanti dovranno inviare il materiale secondo una delle seguenti categorie (area video): mare tropicale; mare Mediterraneo; Mare Adriatico. Il filmato dovrà essere presentato su un dvd e dovrà avere lunghezza massima di sette minuti, di cui il 70% dedicato a immagini subacquee.

Per l'area foto il tema è unico: l'acqua (libera interpretazione). Si potrà concorrere con un massimo di tre fotografie digitali ad alta definizione.

I lavori dovranno pervenire entro il 10 luglio 2006 all'Acquario di Cattolica Parco le Navi, Piazza delle Nazioni 1/A, 47841 Cattolica (RN).

Il verdetto sarà emesso il 29 luglio 2006 all'Acquario di Cattolica con un grande evento e concerto. Ospiti d'onore Lucio Dalla, il compositore Beppe D'Onghia, il soprano giapponese Hiroko Kouda, il quintetto d'archi Nu-Ork Quintet e l'attore Marco Alemanno.

Per informazioni e iscrizioni consultare il sito dell'Acquario o telefonare al numero 05418371. www.squaloanchio.com

Eibtm's Paul Kennedy takes prize in Mice awards

Paul Kennedy, Group Exhibition Director of Reed Travel Exhibitions portfolio of Meetings and Incentives Events, has been awarded second place in the prestigious C&IT Power 50 Awards, with London's Olympic bid leader, Lord Coe, taking first place.

Conference & Incentive Travel is the UK's leading publication for the meeting and incentive travel industry, *The Power 50* is C&IT's annual ranking of the great and the good in the multi billion pound C&I sector. As well as Paul Kennedy, it includes representatives from across the C&I sector, including client marketers, agencies, hotels, airlines, academia, exhibitions, national tourist organisations and suppliers.

The 2006 list was produced following consultation with the industry and a judging process that involved broad representation from the industry. Judges sought to identify the individuals who had made the greatest contribution to conferences and incentives. Mr. Kennedy has long been recognized as a champion of and a thoughtful commentator on the C&I sector.

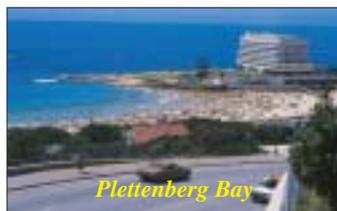


His current role at Eibtm cements his central position in the C&I industry and helps explain the high regard he is held in. Kennedy joined Reed Travel Exhibitions in November 2004 and is responsible for their global portfolio of meetings and incentive events including Eibtm, Aime, Lacime, the Icca Exhibition and Cbitm. He currently serves on the International Board of Mpi.

www.reedtravelexhibitions.com

Benessere e terme con Legend Lodges

Nella cittadina costiera sudafricana di Plettenberg Bay, con viste sull'oceano e anche sulle montagne Tsitsikamma retrostanti, Whalesong Hotel & Hydro del gruppo Legend Lodges offre una base ideale per esplorare la Garden Route.



24 stanze eleganti con propria terrazza sulla splendida baia e una grande varietà di attività a disposizione: *ocean safaris* per osservare balene, delfini, squali martello; escursioni avventurose nelle foreste costiere protette.

Whalesong Hotel & Hydro presenta anche un nuovo centro wellness, Whalesong Hydro Health, dall'approccio olistico. Combina grande varietà di terapie naturopatiche, trattamenti termali e di bellezza (kinesiterapia, fanghi marini, agopuntura, reiki, riflessologia); e poi massaggi a base di ritmi africani, terapie nutrizionali e prodotti di erboristeria.

www.legendlodges.co.za

New Flymar per programmare i viaggi d'affari in fiera

Organizzatrice di viaggi su misura, la New Flymar propone soluzioni per viaggi ad hoc.

Guidata da quindici anni da Luciano Miotto e Flavio Marani, New Flymar è specializzata nell'organizzare viaggi per fiere e congressi, all'estero e in Italia. È parte del network Uvet American Express Corporate Travel.

Inoltre, attraverso il settore dedicato alle fiere, **Fair Travel**, e grazie al ruolo di agenzia consigliata da alcune organizzazioni fieristiche, New Flymar ha contatti con le principali segreterie fieristiche all'estero e con alcuni rappresentanti di fiere estere in Italia, con cui lavora in partnership.



Questi contatti assicurano a New Flymar l'accesso facilitato alle migliori tariffe alberghiere e di volo connesse allo svolgimento delle manifestazioni. www.newflymar.com

È arrivato Dante Merlonghi alla presidenza dell'Erf,

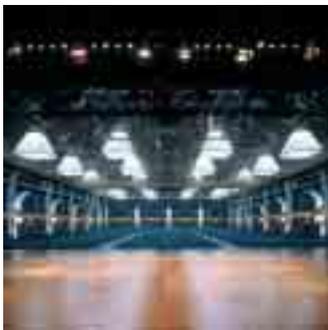
l'Ente Regionale Fieristico di Ancona: si troverà a gestire il passaggio della trasformazione societaria, che porterà alla costituzione di una Spa pubblico-privata con l'obiettivo di operare in modo più agile nel mercato fieristico.

Chiare le linee di indirizzo del nuovo presidente che, all'insediamento, ha lanciato un'ambiziosa sfida: diventare punto di riferimento di manifestazioni nazionali e internazionali dell'Italia centrale, con un occhio rivolto ai paesi dell'Est e ai mercati che vi potranno essere sviluppati.

Disponibilità anche a una piena collaborazione con la Fiera di Pesaro, in una logica di più contenitori entro un medesimo progetto. Dante Merlonghi è già al lavoro per programmare una serie di incontri istituzionali – a cominciare dal Consiglio Regionale delle Marche – per fare della nuova struttura fieristica marchigiana una realtà di pari livello delle fiere maggiori, attraendo operatori delle due sponde dell'Adriatico e non solo.

www.erf.it





spazi ad arte

*3500 posti, dotazioni e funzionalità
per eventi memorabili.*



FIERE DI PARMA S.p.A.
Via F. Rizzi, 67/a - 43031 Baganzola - Parma - Italy
Tel. +39 0521 9961 Fax +39 0521 996319
palacassa@fiereparma.it - www.fiereparma.it



L' Italia corre meno e una concorrenza sempre più agguerrita rende il confronto con gli altri paesi esportatori di prodotti agroalimentari sempre più difficile. Sono questi i dati di fondo che emergono da uno dei convegni nell'ambito del Cibus, curato da Federalimentare.

Negli ultimi anni siamo scesi dal settimo all'ottavo posto nella classifica dei paesi esportatori agroalimentari: resistono soprattutto i cibi e le bevande altamente specializzati. In realtà nel 2005 il fatturato del comparto è stato di 107 miliardi di euro (+1,9% sul 2004) e l'export italiano è cresciuto del 2,7%. Ma il settore non riesce a superare, da anni, la soglia del 14% di fatturato totale apportato dall'export: altre realtà corrono a medie del 18%, con punte anche del 22%.

“Le nostre imprese non sono andate male, ma alcuni vanno meglio di noi. Si tratta – spiega Luigi Rossi di Montelera, presidente di Federalimentare – di una situazione di affaticamento per il nostro export. L'ottima prestazione di formaggi, dolci, pasta, vino e salumi rappresenta sostanzialmente una tenuta di posizioni acquisite, ma altri paesi insidiano il primato italiano su questi prodotti. Solo dove la nostra specializzazione è maggiore, meno forti e numerosi sono i nostri concorrenti.

Sono i prodotti di marca a elevato contenuto di valori tradizionali a mostrare le prestazioni migliori rispetto ai prodotti indifferenziati di fascia bassa, dove la concorrenza su prezzi e costo del lavoro ci vede decisamente perdenti.”

Occorre quindi puntare non tanto su prezzi e precarietà del lavoro per essere competitivi nel mercato globale, bensì investire in qualità del prodotto e professionalità degli addetti.

Se le tendenze in atto non mutano, lo scenario dell'agroalimentare italiano nel 2015 è un aumento dell'export del 5-6%,

per un peso del 15-16% sul fatturato totale, distante quindi dai nostri concorrenti. Si dovrebbe rafforzare il mercato di vino, pasta, dolci e panetteria.

Occorre però prestare attenzione alla contraffazione: il mercato dei prodotti imitativi *Italian sounding*, rispetto al vero prodotto nostrano, vale quattro volte tanto: una ricerca Ice/Camera di Commercio di Parma evidenzia come in Nordamerica il 95% dei sughi per pasta, l'85% dei formaggi e dei salumi, il 99% degli affettati in vaschetta che si spacciano per italiani sono in realtà falsi.

Secondo Rossi di Montelera sono però altri due, oltre all'export che rallenta, i fattori critici che possono condizionare il futuro del settore: la perdita di competitività e la preoccupazione crescente dei consumatori per la sicurezza alimentare.

“La competitività del comparto è a rischio – afferma Rossi di Montelera – in primo luogo per la sua estrema frammentazione. Il 20% delle aziende supera i nove addetti, tutte le altre sono di dimensioni minime (3-9 addetti). Inoltre i costi esterni alla filiera (infrastrutture, logistica, energia, credito) sono saliti in dieci anni dal 6 all'11%, mettendo a rischio la sopravvivenza delle imprese più piccole.”

Lo snodo sicurezza alimentare

“Il consumatore, poi – continua il presidente di Federalimentare – appare oggi più disorientato e allarmato di una



Dai congressi del Cibus le strategie per il rilancio dell'alimentare italiano

Le proposte di Luigi Rossi di Montelera, presidente di Federalimentare
di Giampaolo Squarcina



Luigi Rossi di Montelera

volta: il 55% degli italiani si dichiara preoccupato della salubrità di ciò che mangia, anche se per fortuna resta alta la fiducia nei prodotti alimentari (74%).”

Di sicurezza alimentare tratta il convegno del Cibus: *Il valore della sicurezza alimentare*, organizzato da Federalimentare, Buonitalia, Ice e Fiere di Parma con la collaborazione dell'Efsa (European Food Safety Authority). Da uno studio Astra emerge che solo il 4% degli italiani ha mutato abitudini alimentari in conseguenza degli avvenimenti più recenti. Dato per certi versi sorprendente. Ma la vera sorpresa è un'altra: i connazionali si fidano soprattutto (80%) dei cibi e delle bevande prodotti in Italia secondo processi e ricette tipici. Insomma, il made in Italy è la migliore garanzia di sicurezza e qualità.

Occorre però non sottovalutare il problema e garantire cer-

tezze e serenità al consumatore. La proposta di Federalimentare al riguardo è chiara: “Piuttosto che istituire un Ministero dell'Alimentazione, come si ventila – argomenta Rossi di Montelera – occorre attribuire a un'apposita struttura, in seno all'Istituto Superiore della Sanità, la piena competenza sulla valutazione del rischio alimentare e affidare al Ministero della Salute la gestione e la comunicazione del rischio.”

L'importanza dell'accoppiata cibo-cultura

Sono anche altre le proposte che giungono dai tavoli di confronto interni al Cibus: per Federalimentare bisogna puntare sul binomio cibo-turismo e promuovere il sistema Italia per valorizzare all'estero l'*Italian Style*. Parlare di *Made in Italy* non basta più: per attrarre i quasi 500 milioni di nuovi consumatori che offriranno mercati emergenti come Cina, India, Russia e Brasile, serve una strategia per fare conoscere e apprezzare cibi e bevande nella cornice in cui da sempre sono inseriti: arte e bellezze naturali. Un'alleanza forte tra cibo, turismo e cultura per promuovere l'immagine italiana all'estero, dunque, da affidare a un organismo unico (oggi la promozione dell'alimentare italiano è divisa tra 22 soggetti diversi a livello nazionale, regionale e locale).

Per fare il punto sulla situazione, secondo Federalimentare urge anche convocare dei veri e propri “Stati generali” della filiera, per un confronto tra Governo e componenti del comparto.

“Senza dimenticare – conclude Rossi di Montelera – la necessità di consolidare un polo fieristico forte e riconosciuto anche all'estero, dato dall'alleanza tra Cibus e Vinitaly, che già rappresenta la vetrina del sistema agroalimentare italiano agli occhi dei buyer esteri.”

La grande cultura gastronomica italiana ha solide basi e grandi prospettive. Il piacere del gusto, l'amore per le tradizioni, la continua ricerca della qualità e la cura nella preparazione dei cibi, si completano idealmente con le più avanzate tecnologie produttive e le più moderne strategie di distribuzione. Non solo. Un tale patrimonio si rivela quanto mai attuale e vincente anche in termini di nutrizione, sicurezza e benessere, varietà, accessibilità economica e accettabilità universale.

I numeri parlano chiaro. Nonostante il progressivo apprezzamento dell'euro, l'esportazione di prodotti alimentari italiani in tutto il mondo è in crescita (+3,5% nel 2004 e +4,9% nel primo semestre del 2005). La Germania rimane il maggior importatore, ma si stanno facendo avanti anche gli Stati Uniti (+13,6%) e nuovi mercati come quello cinese (+16%).

Non a caso, l'industria alimentare italiana rappresenta oggi il secondo comparto produttivo del Paese (12% del valore aggiunto) e, a giudicare dal successo che il cibo italiano sta riscuotendo nel mondo, rappresenta anche uno dei patrimoni che rafforza maggiormente l'immagine dell'Italia



Cibus 2006: il Salone internazionale dell'alimentazione massima vetrina del Made in Italy

Ha chiuso bene la tredicesima edizione della biennale dedicata all'Italian Food, svoltasi a Parma dal 4 al 7 maggio scorsi. Buona l'affluenza di pubblico, che bissa il risultato della passata edizione, e il volume dei contatti commerciali. La mostra si conferma il principale strumento di promozione del Made in Italy alimentare in tutto il mondo, anche grazie a nuove alleanze

di Bernardino Marino

all'estero: vi sono buone ragioni per ritenere che ci siano margini di miglioramento ancora molto ampi.

Insomma, oggi più che mai lo stile alimentare italiano rappresenta l'eccellenza assoluta a livello mondiale. E l'eccellenza alimentare italiana trova nel Cibus una vetrina privilegiata.

Il made in Italy si presenta al mondo

Cibus non è soltanto un immenso paniere con migliaia di specialità alimentari che costituiscono il punto d'incontro tra tradizioni secolari e tecnologie d'avanguardia, ma anche un assortimento completo che ogni anno viene sottoposto all'apprezzamento di milioni di gourmet da tutto il mondo. È qui, infatti, che vengono proposte in anteprima le novità su scala industriale delle specialità gastronomiche nelle loro innumerevoli varianti, legate alla molteplicità delle ricette e ai diversi modi di fruizione: dal variegato mondo della ristorazione professionale a quello del consumo domestico, a sua volta diversificato tra chi ama cucinare e chi preferisce il pronto in tavola.

Come ha affermato il Presidente di Confindustria Luca Cordero di Montezemolo, in occasione dell'inaugurazione della fiera "Cibus 2006 ha un compito: continua-

re a testimoniare, come ha sempre fatto, l'alta qualità della tradizione alimentare italiana nel mondo." Montezemolo non ha dubbi sulla vocazione internazionale della rassegna, che dal 1985 promuove le "prime scelte" dell'industria alimentare italiana.

E durante la visita inaugurale ha citato l'intesa tra Cibus e Vinitaly - che porterà le due rassegne insieme a Shanghai nel novembre - come l'esempio da perseguire per "accrescere il valore del food italiano nel mondo accettando le sfide internazionali."

Sempre in tema di alleanze nel corso della giornata di apertura è stato annunciato anche un protocollo d'intesa commerciale tra la Fiera di Colonia, detentrica del marchio Anuga e Fiere di Parma (v. riquadro).

Risultati del Cibus 2006

Il clima rovente e polemico che si è creato attorno alla manifestazione parmense non ha impedito al Cibus di sfiorare le centomila presenze, anche



con una giornata in meno di apertura (la rassegna chiudeva tradizionalmente al lunedì). Un tale successo candida Parma a rimanere stabilmente la capitale dell'alimentare in Italia, nonostante le pressioni della concorrenza. Queste ultime hanno portato le Fiere di Parma a richiedere l'intervento della magistratura per stroncare un'illecita attività promozionale, svolta proprio all'interno di Cibus, da parte di una società facente capo a Fiera Milano.

Ma il Cibus 2006 ha significato, come sempre, anche una serie di eventi collaterali pensati per ottimizzare le potenzialità di una manifestazione di queste dimensioni. Molto ricco, in particolare, è stato il calendario congressuale che, nelle quattro giornate di apertura, ha proposto temi di scottante attualità quali la tutela del Made in Italy alimentare, la sicurezza del consumatore, il futuro delle industrie alimentari.



Successo anche per Dolce Italia, il salone del dolciario svoltosi in contemporanea col Cibus. Con oltre 300 espositori provenienti da 11 paesi, Dolce Italia è la più grande vetrina del settore dolciario, dove il made in Italy gioca un ruolo fondamentale, ma dove importanti sono le presenze e i contributi internazionali.

Infine, tra le manifestazioni collaterali al Cibus, la tre giorni *ilGustodi* ha proposto, nel cuore storico e artistico di Parma e tra le vie di Salsomaggiore, una

strana e affascinante fusione tra le provocazioni della cucina italiana e la musica, il cinema, la letteratura che da essa sono state ispirate. Le presenze sono state tra le 50 e le 55.000 in città e oltre 10.000 a Salsomaggiore.

Per Franco Boni, presidente di Fiere di Parma, "*ilGustodi* rappresenta una testimonianza concreta dell'attaccamento di tutto il territorio a Cibus e Dolce Italia e un esempio di ospitalità in occasione di un grande evento come questo".



Asse Colonia-Parma su alimentare e dolciario

Koelnmesse (organizzatore di Anuga ed Ism, le due manifestazioni leader rispettivamente nel settore del food e del dolciario) e Fiere di Parma (che insieme a Federalimentare ed Aidi gestisce ed organizza Cibus e Dolce Italia, le manifestazioni di riferimento per il Made in Italy alimentare e dolciario) stanno mettendo a punto un'importante intesa commerciale.

Come indica il progetto preliminare, finalità dell'accordo sarà "promuovere e supportare più efficacemente le fiere professionali nel settore Food e Beverage, focalizzando i rispettivi eventi nei loro Paesi d'origine e non..." In pratica il primo risultato della partnership sarà una "Partnership Preferenziale" che preveda benefici e servizi per i rispettivi espositori che

partecipano ad entrambe le manifestazioni fieristiche. Il che significa comarketing e promozione congiunta degli eventi, che si traducono con agevolazioni per gli espositori di Cibus e Dolce Italia in caso di partecipazione ad Anuga e viceversa.

Inoltre sono allo studio eventi all'estero, con l'obiettivo di sincronizzare e coordinare anche le attività già in essere, massimizzando in ritorno di business ed i risultati commerciali degli espositori. In una prima fase l'obiettivo territoriale individuato è il mercato asiatico.

Questo primo accordo lascia intravedere spiragli per un più ampio *embrasse* tra le due realtà fieristiche che operano, su scala differente, entrambe in una posizione leader all'interno dei propri mercati.

Leopoldo Elia
**La Costituzione
aggredita**
Forma di governo
e devolution al tempo
della destra

il Mulino, Bologna 2005,
pp. 216 euro 15,00

In vista
del refe-
rendum
di giugno
sulle
modifiche
alla
Costi-
tuzione in



tema di decentramento
amministrativo, è utile farsi
un'idea con questo saggio.

Elia ci spiega i rischi insiti
in una riforma che ha molte
più ombre che luci.

Giovanni Sartori

**Mala costituzione
e altri malanni**

Laterza, Roma-Bari 2006,
pp. 202 euro 12,00

Sartori
raccolge
in volume
questi
saggi
intorno al
tema del-
l'emergenza
costitu-



zionale e degli squilibri che
essa arreca alla democrazia.

Altri spunti interessanti
ruotano sulla tenuta della
laicità dello stato, in un
momento in cui le gerarchie
ecclesiastiche tornano alla
ribalta, e sui problemi che
pone la concorrenza cinese.

Peter Gomez,
Marco Travaglio

Inciucio

Rizzoli, Milano 2005,
pp. XVII-584 euro 11,00

Dopo
Regime,
questo
libro rac-
conta le
spartizioni
bipartisan
della
authority e
della Rai.



Una raccolta documentata
del trasformismo italiano
che getta luce anche sugli
errori della sinistra italiana.



Edil-Show: la nuova fiera dell'edilizia a PiacenzaExpo

Si è svolta dal 7 al 9 aprile
Scorsi la prima edizione di
Edil-Show, la nuova manifesta-
zione di PiacenzaExpo dedicata
all'edilizia e alle costruzioni.

Sono stati 70 gli espositori
presenti, provenienti da 20
province italiane, per un totale
di 106 marchi rappresentati.
Tra i visitatori, numerosi sono
stati i costruttori edili, progetti-
sti, architetti, ingegneri, geo-
metri e impiantisti che hanno
potuto visionare le novità del
settore in un contesto coerente
e non dispersivo, e contattare i
fornitori e i produttori che ope-
rano nell'area padana.

Tra le novità presenti in fiera,
sistemi, tecniche costruttive e
materiali per il risparmio ener-
getico, impianti e soluzioni per
i tecnici di settore e macchine
per la cantieristica.

Durante la manifestazione,
ha avuto spazio anche un
ampio calendario di incontri e
convegni dedicati a tutti i prin-
cipali temi del settore: bioedil-
zia, edilizia sostenibile, rispar-
mio energetico, normativa
sismica, climatizzazione, oltre
ad una sessione dedicata al set-
tore immobiliare.

Il contesto generale

La manifestazione si colloca
in un provincia, quella di
Piacenza, in cui il comparto del-
l'edilizia dà lavoro complessiva-
mente a circa 9000 addetti, con-
siderando gli impiegati, i diri-
genti, gli artigiani, i settori affini
e degli impianti. Le aziende
totali della provincia sono oltre
4500 di cui 2500 con almeno un
dipendente: dal 1997 ad oggi lo
sviluppo occupazionale del
comparto edile è stato superiore

al 25%, con una crescita che
non ha riscontro nelle epoche
precedenti. Complessivamente
si tratta di un settore il cui fattura-
to è stimato intorno a 1,1
miliardi di euro.

Nel piacentino, il settore è
sostenuto principalmente (la
stima è intorno al 60%) dall'at-
tività di lavoro riguardante il
patrimonio esistente. Un fatto
peraltro fisiologico se si consi-
dera che nei centri urbani la
maggioranza degli edifici ha
superato i quaranta anni di età
ed abbisogna pertanto di ade-
guamenti tecnici, funzionali e
di dotazione di servizi.

G. B.

Ikk Nürnberg: una fresca brezza dalla Germania - Ikk Nürnberg: fresh wind from Germany

Il mercato tedesco della
refrigerazione e del condi-
zionamento d'aria continua
ad essere leader in Europa.
Non a caso, dunque, l'Ikk
2006, il salone pilota mondia-
le della refrigerazione nonché
principale salone europeo
della climatizzazione e della
ventilazione, si svolgerà
ancora una volta a
Norimberga, dal 18 al 20
ottobre.

Gli organizzatori dell'even-
to, la Ikk Messe - Wirtschafts-
und Informations-dienste
GmbH e la NürnbergMesse
GmbH, contano sulla presen-
za di oltre 800 espositori
nazionali e internazionali.

*The German market for
refrigeration and air
conditioning equipment is
still the leading market in
Europe. It is natural, there-
fore, that Ikk 2006, the
world-leading exhibition for
refrigeration and key
European-wide exhibition
for air conditioning and ven-
tilation, will take place once
again in Nürnberg from 18-
20 October.*

*The Ikk promoter, Ikk
Messe - Wirtschafts- und
Informationsdienste GmbH,
and the organizing company
NürnbergMesse GmbH
expect over 800 national and
international exhibitors.*

www.ikk-online.com
www.ikk-tradefair.com



Fabrizio Pregliasco,
Giulio Divo

Influenza aviaria la grande paura

Sperling & Kupfer, Milano
2005, pp. XIV-144,
euro 8,80

Un *instant book* per informarsi sull'influenza aviaria. Siamo davvero di fronte

a una minaccia da cui non possiamo difenderci o piuttosto si tratta di esagerazioni e allarmismo?

Tom Peters,
Robert H. Waterman Jr.

Alla ricerca dell'eccellenza

Sperling & Kupfer,
Milano 2005, pp. XII-468,
euro 22,00

Come mai ci sono aziende dai risultati straordinari e altre condannate alla mediocrità?

Gli autori rispondono analizzando tecniche gestionali di successo e individuano otto fattori chiave.

Carole Cadwalladr

Alice nascerà domani

Sperling & Kupfer, Milano
2005, pp. 402, euro 17,00

Romano brillante di una esordiente inglese, è la storia di Rebecca Monroe,

cui è toccata in sorte una famiglia che nessuno vorrebbe avere.

Quando scopre di essere incinta, Rebecca decide di confrontare le proprie radici, sociali e non, per scoprire come si diventa ciò che si è. Dove finisce il dna e dove cominciano le emozioni?



SPECIALE

Enogastronomia, Natura, Benessere, Horeca

Più forte la concorrenza per le fiere italiane dell'alimentare – A stronger competition for the Italian food shows

di/by Luca Bianco

Delle tre principali manifestazioni dell'alimentare in Europa, Anuga, Sial e Alimentaria, quest'ultima è quella che nell'ultima edizione ha registrato la crescita più significativa. Sostanzialmente stabili gli altri due saloni: una stabilità che però conferma la loro leadership e segna, in fin dei conti, una ripresa rispetto alla lieve incrinatura verificatasi negli anni passati, specialmente per l'Anuga.

È queste manifestazioni in posizione trainante, sono anche quelle che spingono maggiormente verso l'internazionalizzazione. Già da tempo, infatti, i loro marchi godono di una politica di esportazione, che ha prodotto affermate fiere analoghe in diverse parti del mondo (basti pensare al Sial Montréal, ad Alimentaria Lisboa o ai World of Food organizzati da Koelnmesse), senza contare l'attenzione particolare che gli organizzatori dedicano per incrementare le presenze dall'estero, in crescita costante.

Questa spinta verso l'internazionalizzazione è in Italia sostenuta con particolare forza da Fiera Milano. Per questo, ha dato vita a Tuttofood (5-8/5/2007), con l'obiettivo di organizzare una nuova manifestazione in grado di competere a livello internazionale. Un evento che però inevitabilmente andrà a scalfire la leadership affermata del Cibus.

Se questo produrrà un indebolimento di quelle fiere come il Cibus, che pagano il forte radicamento nel territorio e la rappresentatività del settore con la minore apertura ai mercati mondiali, è difficile dire. Sicuramente si sta profilando uno scenario di concorrenza serrata: ad esempio alla sfida di Fiera Milano, Fiere di Parma risponde con una politica di accordi volti, da un lato, a preservare la territorialità delle manifestazioni organizzate, dall'altro, a rafforzarne la presenza sul mercato. Si vedano le partnership con Veronafiore (Vinitaly) e con Koelnmesse (Anuga e Ism) per la promozione dell'agroalimentare italiano su scala internazionale.

Riteniamo che, come anche per il settore congressuale, questa vivace concorrenza non possa che giovare al mercato fieristico italiano. Ma non è facile fare previsioni, anche perché nuovi protagonisti possono ancora entrare in scena, e modificare ulteriormente il quadro. Per esempio, la Fiera di Roma, col nuovo quartiere e con la sua collocazione strategica, si presenta come un candidato eccellente in grado di arricchire lo scenario. E sicuramente non resterà a guardare.

Among the three main food exhibitions on the European market, Anuga, Sial and Alimentaria, the latter is the one which registered the most important growth in its last edition. The other two are essentially stable: a stability, however, confirming their leadership and representing after all a recovery, if compared to the previous years, especially for Anuga.

These leading exhibitions represent also a very important driving force for internationalization. For many years, their brands has been exported throughout the world, thus bringing many similar shows (such as Sial Montréal, Alimentaria Lisboa or the World of Food exhibitions organized by Koelnmesse) to establish themselves on the market. Moreover, a special attention is deserved by the organizers to boost participations from abroad.

This drive towards internationalization is supported very strongly in Italy by Fiera Milano. To this end, it created Tuttofood (first edition taking place from May 5th to 8th 2007), with the intent to organize a new event, able to compete on an international level. An event, however, which will certainly damage the established leadership of Cibus.

It is difficult to tell if this will weaken those exhibitions, like Cibus, which are deeply rooted in their territory, but not very open to the world market. Surely we are going to face a strong competitive future: for instance, Fiere di Parma responds to Fiera Milano's challenge by means of cooperation agreements, aimed, on one hand, at maintaining the local roots of exhibitions, and on the other hand at strengthening their presence on the market. This is the case of the partnerships with Veronafiore (Vinitaly) and with Koelnmesse (Anuga and Ism), which intend to promote the Italian agro-food sector on a global scale.

We think that, like in the congress sector, this vivid competition cannot but help the Italian exhibition market. But it is not easy to forecast anything, since new players could make the scene yet and further modify it. For instance, the new Rome Fair, with its new expo centre and its strategic position, seems to be a perfect candidate to enrich this scenario. And surely it will not stand still.

Martino Ragusa,
Patrizio Roversi,
Syusy Blady

Golosi per caso

Promozione, gestione
Viaggio nel mondo
dei sapori

Calderini, Bologna 2005,
pp. X-438 euro 15,90

N a t o
come epi-
stolario, il
libro è
anche un
ricettario,
un prona-
rio di tra-
dizioni
regionali e un diario.



Una guida-romanzo da consultare viaggiando o semplicemente da gustare leggendo.

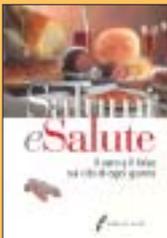
Giovanni Ballarini

Salumi e salute

Il vero e il falso sui cibi
di ogni giorno

Edagricole, Bologna 2005,
pp. X-190 euro 14,50

Ogni ita-
li a n o
acquista
circa venti
kilogrammi
di salumi
l'anno.



D a i
cenni sto-
rici delle preziose carni con-
servate col sale, al maiale da
salumeria; dalle tecnologie
salumiere alle caratteristiche
regionali italiane; dall'ac-
quisto alla conservazione;
dalla salute alla corretta ali-
mentazione ed al benessere.

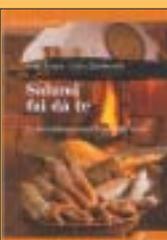
Luigi Grazia,
Carlo Zambonelli

Salumi fai da te

La lavorazione amatoriale
delle carni

Edagricole, Bologna 2006,
pp. VIII-143 euro 17,00

P e r i c u l t o r i
del
"fai da te"
nella pre-
parazione
dei cibi,
un ma-
nuale di
procedi-
menti per preparare in casa i
salumi ottenendo buoni
risultati sia sotto il profilo
gastronomico che salutistico
e igienico.



Slowfood: fiere per promuovere l'eccellenza alimentare italiana

Dal 26 al 30 ottobre 2006 Lingotto Fiere di Torino ospiterà la 6ª edizione del Salone Internazionale del Gusto, vetrina biennale dell'agroalimentare made in Italy, organizzata da Slowfood. Nella scorsa edizione circa 140.000 visitatori, di cui il 30% dall'estero, hanno partecipato alla manifestazione. Negli stessi giorni, Torino è sede di un'altra iniziativa Slowfood: Terra Madre, incontro mondiale tra comunità del cibo.

Ma l'attività di organizzazione di fiere operata da Slowfood non si limita agli eventi torinesi. Ogni due anni a Bra (Cuneo) è la volta del Cheese, la grande rassegna europea del formaggio di qualità, che nel 2005 ha accolto 100.000 visitatori. Prossima edizione nel 2007.

Fiera di Genova è invece la sede di SlowFish, una grande manifestazione a livello internazionale, totalmente dedicata al mondo ittico e alle sue problematiche.

La passata edizione (la seconda in assoluto) si è svolta dall'11 al 13 novembre 2005.



Tomato World alla terza edizione

Affermatasi come il principale salone professionale del sistema del pomodoro da industria, Tomato World, a Piacenza dal 23 al 25 novembre 2006, sarà la vetrina delle tecnologie per lo sviluppo produttivo e commerciale del comparto.

Si tratta di una mostra intersettoriale che abbraccia settori come l'agricoltura, l'industria della trasformazione e la distribuzione commerciale.

La terza edizione darà rilievo in particolare ai sistemi incentrati sulla modularità funzionale, facilmente adeguabili alle variazioni di produzione e alle richieste del mercato, in grado quindi di assecondare le esigenze degli operatori commerciali, dei produttori agricoli e dei trasformatori.

Suinitalia: prima iniziativa del polo fieristico zootecnico Cremona-Reggio Emilia

Tecnologia e marketing sono le linee guida della nuova edizione di Suinitalia (28-29/4/2006), concretizzazione dell'accordo tra CremonaFiere e Fiere di Reggio Emilia, che ha dato vita al primo polo fieristico zootecnico italiano.

Suinitalia riunisce per la prima volta l'intera filiera della carne suina, dall'allevamento al prodotto finito. Questa formula è stata studiata per rispondere all'esigenza di maggiore coordinamento e collaborazione tra le diverse componenti della filiera, soprattutto in un momento in cui è necessario esprimere fortemente la qualità e la sicurezza dei processi produttivi e dei prodotti italiani.

Suinitalia si pone tre obiettivi principali: mettere in contatto i diversi livelli della filiera, in modo da

Il gelato in mostra a Longarone

La 47ª Mig - Mostra Internazionale del Gelato Artigianale si svolgerà dal 26 al 29 novembre 2006. Dal 1959, anno della prima Fiera del gelato, Longarone richiama all'inizio dell'inverno gelatieri da tutte le parti del mondo, come stanno a testimoniare le oltre 30.000 presenze annuali, di cui quasi la metà costituite da operatori stranieri.

LongaroneFiere, organizzatore dell'evento, propone anche un'intensa campagna di promozione della fiera all'estero. In questo contesto, il 12 maggio si tiene la presentazione della Mig a Bucarest, iniziativa che s'inserisce nell'ambito della Festa del gelato italiano, che si svolge nella capitale magiara.

focalizzare e pianificare azioni congiunte per raggiungere obiettivi comuni; valorizzare tutte le componenti della filiera portandole ad affrontare il mercato con una visione più orientata al marketing e alla comunicazione; comunicare al meglio le caratteristiche che rendono eccellente la produzione italiana: allevamento, trasformazione, preparazione e controllo igienico-sanitario.

All'esposizione, Suinitalia affianca un calendario convegnistico-seminariale sui temi più cruciali del settore.



L'importanza della specializzazione diventa particolarmente sentita quando le necessità oggettive vanno al di là delle competenze relative al proprio settore merceologico, come la necessità di utilizzare attrezzature tecnologiche per il trattamento, la cottura o la conservazione di prodotti destinati all'alimentazione umana.

Aziende che propongono soluzioni temporanee possono essercene molte, poche possono però offrire soluzioni adeguate e la professionalità necessarie. In questo contesto la Iotti Frigoriferi Srl di Reggio Emilia è indiscutibilmente una capostipite, specializzata nel noleggio di attrezzature per eventi e fiere, vanta un'esperienza di oltre trent'anni.

Dinamicità, attenzione alle novità e alle esigenze del mercato, sono qualità che hanno permesso alla Iotti Frigoriferi di perfezionare i servizi offerti, recependo e soddisfacendo le esigenze dei clienti di ieri come di quelli di oggi.

L'affidabilità delle attrezzature e l'elevata qualità del servizio, hanno reso l'azienda una leader indiscussa del settore e ha permesso alla stessa di varcare i confini nazionali e di operare, con crescente successo, non solo in Italia, ma anche nei mercati europei (Sial di Parigi, Alimentaria di Barcellona, Anuga di Colonia).

Per la qualità dell'offerta, la competenza e l'affidabilità dimostrate in tanti anni di attività, l'azienda è oggi partner e fornitore ufficiale di importanti Enti Fiera.

Iotti Frigoriferi è in grado di proporre un'ampia e completa gamma di prodotti, sia per il noleggio che per la vendita, tutti visionabili nel salone espositivo di 1000 m² all'interno della sede di Reggio Emilia o valutabili attraverso il completo catalogo in versione cartacea e digitale o sul dinamico sito internet. Le attrezzature, sempre disponibili, comprendono: banchi frigoriferi, vetrine refrigerate con piani fissi e girevoli, isole, espositori, cantine per vini, frigoriferi tradiziona-



Iotti Frigoriferi, il punto di riferimento per il noleggio di attrezzature refrigeranti e per la ristorazione

di Massimo Marrone



li, armadi, tavoli, ... sia nelle versioni normali che supportano temperature da + 2°C a +18°C sia nelle versioni congelatore con gestione delle temperature da -12°C a -22°C.

Varcando il settore specifico della refrigerazione la Iotti Frigoriferi mette a disposizione della clientela anche attrezzature complementari come: fabbricatori di ghiaccio, forni, cucine elettriche, cuoci pasta, friggatrici, affettatrici, lavastoviglie e lavabicchieri, lavelli e banconi. Tutto ciò permette all'azienda di soddisfare appieno i propri clienti, che hanno così la certezza di affidarsi ad un partner che ha quello che serve nel momento che serve, vuoi per un semplice meeting o evento occasionale, vuoi in occasione di una impor-

tante fiera internazionale dove è indispensabile avere delle garanzie e quindi operare con la sicurezza che i prodotti che vengono esposti mantengano i livelli di freschezza e qualità necessari a una ottimale presentazione.

Il personale in forza all'azienda, sia esso tecnico o commerciale, è molto competente ed è sempre disponibile a risolvere in tempi brevi le problematiche che attraversano il complesso settore della somministrazione/vendita di prodotti destinati all'alimentazione, dove non è, per ovvi motivi, concesso sbagliare.

Sicuramente uno dei punti di forza della Iotti Frigoriferi è l'estrema pignoleria nella messa a punto e collaudo delle attrezzature noleggiate, operando oltre gli standard, già severi, imposti

dalle normative ISO 9001:2000 e Haccp.

Ogni attrezzatura noleggiata viene testata, collaudata e igienizzata, è dotata di un'apposita scheda che ne certifica lo stato, l'età e le caratteristiche tecniche.

Il servizio di noleggio comprende la consegna effettuata con mezzi e personale dell'azienda, il posizionamento delle attrezzature è effettuato direttamente nello stand del cliente e, eventualmente, è possibile richiedere anche il servizio di assistenza tecnica in loco.

L'azienda opera da anni in regime di qualità controllata e certificata TÜV Din En ISO 9001-2000, tutti i prodotti noleggiati o commercializzati provengono da aziende con certificazione di qualità e sono conformi alle normative Cee.

Iotti Frigoriferi Srl
Via Cafiero 31
I-42100 Reggio Emilia
tel +39 0522792240
fax +39 0522304887
www.iottifrigoriferi.it
info@iottifrigoriferi.it





La natura ha tutte le risposte

www.sana.it

- 16 padiglioni
- 85.000 metri quadrati
- 70.000 visitatori di cui 50.000 operatori
- 1.600 espositori di cui 400 esteri
- 70 convegni

(dati edizione 2005)

ALIMENTAZIONE/NUTRITION

Prodotti biologici e biodinamici - Prodotti tipici
Produzioni integrate - Prodotti dietetici - Prodotti con
specifiche qualità nutrizionali - Macchine, attrezzature
- Organismi di certificazione dei prodotti

SALUTE/HEALTH

Erbe, piante officinali ed essenze - Prodotti per erboriste-
ria e fitoterapici - Cosmesi naturale - Integratori - Medicina
non convenzionali - Terapie e discipline naturali - Centri di
benessere, terme.

AMBIENTE/ENVIRONMENT

Tecnologie e prodotti ecocompatibili - energie rinno-
vabili - Prodotti riciclati - Materiali, prodotti, tecnologie
ecocompatibili per la bioabitazione - Arredi ergonomici
ed ecologici - Abbigliamento naturale.



Bologna,
7-10 settembre 2006

Bologna (Italy), September 7-10, 2006

18° Salone Internazionale del Naturale - Alimentazione, Salute, Ambiente
18th International Exhibition of Natural Products - Nutrition - Health - Environment

Organizzatore/The organizer:

Segreteria operativa/Operative secretariat:

in collaborazione con/in co-operation with

SANA S.r.l.

 **FIERE**
COMUNICAZIONI associato IFOM

Fiere e comunicazioni Srl
Via San Vittore 14 - 20123 Milano
Tel. 02.86451078 - 02.86451187
Fax 02.86453506
info@sana.it - www.sana.it

 **BolognaFiere**

Sana, l'evento naturale

Sana, the natural event

Dal 7 al 10 settembre 2006, apre i battenti alla Fiera di Bologna il 18° Salone Internazionale del Naturale / From September 7th to 10th, 2006 the 18th International Exhibition of Natural Products opens its doors at Bologna Fairground

di/by Andrea Bigotti



Sana, il 18° Salone Internazionale del Naturale – Alimentazione, Salute, Ambiente, è la manifestazione fieristica di riferimento per il mercato internazionale dei prodotti biologici e tipici certificati, eco-compatibili e dei consumi sostenibili. Un evento commerciale, mediatico e culturale che ogni anno richiama a Bologna aziende, operatori specializzati, istituzioni, stampa da tutto il mondo e, nel fine settimana, anche il grande pubblico.

Quattro giornate di scambi commerciali, anteprime, novità, incontri di aggiornamento professionale, mostre e dibattiti. I punti di forza di Sana 2006 saranno l'internazionalizzazione e l'ulteriore razionalizzazione degli spazi: sono infatti previsti sia un incremento delle presenze estere (espositori, delegazioni, operatori, buyer), sia una nuova e più fruibile ridistribuzione merceologica.

Nell'edizione 2005, la fiera ha occupato un'area di 85.000 m². Circa 70.000 visitatori, di cui 50.000 operatori (3500 esteri),

hanno potuto visionare l'offerta dei 1600 espositori presenti, di cui 400 provenienti dall'estero.

Le merceologie

Sana si articola in tre macroaree: Alimentazione, Salute, Ambiente. Gli spazi espositivi godono di una distribuzione chiara e razionale e costituiscono il palcoscenico ideale per tutte le aziende che vogliono presentare i propri prodotti e servizi o lanciarne di nuovi. Un luogo di incontro unico per tutta la filiera dei prodotti eco-compatibili: dal produttore al buyer, dal distributore al consumatore.



Alimentazione: prodotti biologici, tipici, dietetici; macchine, attrezzature, imballaggio per alimentari; agricoltura eco-compatibile, agriturismo, parchi, enti.

Salute: erbe officinali, prodotti per erboristeria e fitoterapici; cosmesi naturale; integratori; omeopatia; centri benessere, terme.

Ambiente: prodotti eco-compatibili; ricerca, ecotecnologie, energie rinnovabili; prodotti riciclati; prodotti naturali per il tempo libero, hobby; bioabitazione; arredi, tessuti e complementi ecologici; abbigliamento naturale; laboratori artigianali.

Sana, the 18th International Exhibition of Natural Products – Nutrition, Health, Environment, is the reference show for the international market of organic and certified typical, environment-friendly products and of sustainable consumptions. A business, media, and cultural event attracting every year companies, operators, institutions, press representatives, and, on weekends, general public to Bologna.

Four days devoted to trade, previews, novelties, professional updates, shows, and debates. Internationalization and a further rationalization of the exhibiting spaces are the



strengths of Sana 2006, which will see an even stronger foreign attendance, as well as a new product display, in favour of an easier interpretation.

The 2005 edition occupied an area of 85,000 m². About 70,000 visitors, including 50,000 operators (3,500 foreign ones), appreciated the offer by 1,600 exhibitors, including 400 from abroad.

Exhibited products

Sana includes three macro-areas: Nutrition, Health, Environment. The exhibiting spaces are organized in a clear and rational way. Sana is the ideal stage for the companies that wish to introduce their products and services or to launch new ones. A unique meeting point for the whole environment-friendly products' supply chain: from producers to buyers, from distributors to end consumers.

Nutrition: organic, typical, diet products, products with special nutritional properties, machines, equipment, packaging for food products; environment-friendly agriculture; agro-tourist facilities, parks, institutions.

Health: officinal plants; herbal and phytotherapeutic products, natural cosmetics; homeopathy; fitness centres, spas.

Environment: environment-friendly technologies and products, research, environment-friendly fuels, eco-technologies, renewable energies; recycled products, natural products for leisure and hobbies; ecological furnishing, housing equipment, fabrics; natural clothing; craft workshops.

www.sana.it

Polagra-Food: la prima in Polonia *Polagra-Food: the first in Poland*

Polagra-Food è la più grande fiera per la lavorazione dei prodotti alimentari in Europa centro-orientale. L'obiettivo è promuovere l'industria polacca del settore, supportare le soluzioni innovative e facilitare lo scambio di know-how ed esperienze fra gli operatori professionali.

La prossima edizione si svolgerà dal 16 al 20 settembre, come sempre a Poznan. Quest'anno, la fiera durerà cinque giorni. Il fine settimana sarà dedicato alle medie imprese, e i tre giorni seguenti alle grandi imprese.

Nel 2005, 40.000 visitatori hanno potuto ammirare le numerose offerte degli oltre 1300 aziende espositrici da 37 paesi. L'area espositiva ha raggiunto quasi 28.000 m².

Particolarmente apprezzati sono stati i padiglioni nazionali, dove i visitatori hanno potuto conoscere meglio cultura e tradizioni di paesi come Belgio, Danimarca, Grecia, Portogallo, Spagna, Turchia ed altri più esotici come Brasile e Sri Lanka. I padiglioni tedeschi e francesi, oltre ai prodotti alimentari, hanno presentato anche numerosi macchinari e tecnologie per la lavorazione degli alimenti.

Molto ricco è stato anche il programma di eventi collaterali, con più di 40 conferenze, seminari, esposizioni, degustazioni e workshop.

Polagra-Food is the largest food processing fair in Central and Eastern Europe. Its mission is to promote the Polish food processing industry, to support innovative solutions and to facilitate the exchange of know-how and experience among professionals from the sector.

Next edition will take place from September 16th to 20th, as always in Poznan. This time, the fair will take 5 days. The weekend will be devoted to small and medium-sized companies and the following 3 days to large enterprises.

In 2005, the 40.000 visitors could admire various offers of over 1,300 companies from 37 countries. The exposition reached almost 28,000 m².

National presentations and stands were very popular among visitors, who could learn more about the culture and traditions of such countries as Belgium, Denmark, Greece, Portugal, Spain, Turkey, and more exotic countries including Brazil and Sri Lanka. German and French national stands presented not only food products, but also numerous food processing machines and technologies.

The programme of accompanying event was very rich, with over 40 conferences, seminars, shows, food tasting opportunities and workshops.



Si è chiuso il 15° Hotelex Shanghai *15th Hotelex Shanghai closed*

Dal 4 al 7 aprile 2006 Hotelex Shanghai (Shanghai International Hospitality Equipment & Supply Expo) ha celebrato la sua 15^a edizione allo Sniiec (Shanghai New International Expo Center). Su un'area di 48.000 m², Hotelex ha accolto 30.000 visitatori professionali da oltre 70 paesi e regioni. La fiera è stata un'occasione importante per generare nuove opportunità di vendite qualificate, creare collaborazioni con nuovi partner e rafforzare quelle esistenti, e per monitorare il mercato asiatico dell'hotellerie.

Prossima edizione nel 2007.

From April 4th to 7th 2006 Hotelex Shanghai (Shanghai International Hospitality Equipment & Supply Expo) celebrated its 15th edition at the Sniiec - Shanghai New International Expo Center. Covering 48,000 sqm of exhibition space, Hotelex Shanghai 2006 welcomed 30,000 hospitality decision-makers from over 70 countries and regions. It provided an unrivalled opportunity to generate qualified sales leads, to network with old and new partners, to monitor Asian market trends, and to build brand awareness for your products.

Next edition in 2007.

Bruno Barberis, Massimo Boccaletti

Nel nome della Sindone **La Confraternita del SS. Sudario** **dalla fondazione (1598) ad oggi**

Effatà, Cantalupa (TO), 2006,
pp. 96, euro 9,00

La storia della Confraternita del SS. Sudario, fondata nel 1598 per onorare la Sindone dopo il suo trasferimento a Torino da Chambery (1578).

Si illustra in particolare l'attività di culto, di promozione e salvaguardia del Telo nei secoli, attraverso drammatiche peripezie. Viene inoltre descritto lo sviluppo avuto nel secolo scorso dalla confraternita grazie allo sviluppo impresso allo studio della Sindone dalle prime foto scattate nel 1898 da Secondo Pia. Immagini celebri che infittirono, anziché risolverli, i misteri che tuttora circondano il Telo (natura e formazione delle macchie, il negativo fotografico che si comporta come positivo, la datazione, ...)

Alcune filiazioni della confraternita sono descritte puntualmente: il centro internazionale di sindonologia, la rivista *Sindon*; il Museo della Sindone, che vanta circa 12 mila visitatori l'anno (in maggior parte esteri). E Casa Bordino, uno dei centri più avanzati, non solo in Italia, per la lotta al disagio psichico.





Momento congressuale al Vinitaly

Veronafiere, un sistema promozionale per l'agroalimentare e il territorio

Recentemente, insieme alla Fiera di Parma, Veronafiere ha sottoscritto un accordo strategico per il marketing, la comunicazione e la promozione unitaria sulle piazze internazionali, dove Vinitaly e Cibus si alleano per far conoscere il territorio italiano e le sue grandi specialità. Le due strutture rappresentano il 60% dell'offerta fieristica nazionale del comparto agroalimentare e costituiscono un supporto signifi-

cativo per capacità di penetrazione e di relazione con i grandi buyer internazionali che operano negli Stati più dinamici.

L'Ente veronese ha siglato una partnership operativa anche con l'Unione italiana vini e Federvini, che si propone non solo di promuovere il vino nazionale, ma anche di favorire la formazione e l'internazionalizzazione delle imprese. L'accordo si traduce in un patto per lo sviluppo di servizi nell'ambito fieristico, per crea-

re un sistema unitario e rendere più competitivi i prodotti.

Sviluppi congressuali

Veronafiere sta investendo anche nel congressuale. Il suo Centro congressi è composto da otto sale attrezzate per 1400 posti, da una sala polifunzionale di 2300 m² e da una grande area di 10.500 m² da allestire a seconda delle necessità. Le sale attrezzate, invece, vanno da 30 a 600 posti. Preparando ad hoc gli spazi poli-

funzionali, si può arrivare a oltre 1500 persone in un unico spazio. Numerose le attività che si possono realizzare: dal convegno tradizionale alla sfilata di moda, dalla convention aziendale alla mostra, dalla cena di gala al concerto.

Anche nel settore congressuale debbono prevalere le logiche della sinergia e del marketing territoriale. Veronafiere si è fatto promotore e sostenitore, col Consorzio di promozione turistica Verona Tuttintorno, di un gruppo di lavoro che coinvolge soggetti pubblici e privati, al fine di promuovere la città e il territorio veronesi come destinazione congressuale. È nato così il marchio Veronacongressi e sono sorte le prime iniziative di promozione unitaria della città.

Una scelta che nel 2005 ha condotto a 25.000 presenze per 260 incontri. E nei primi mesi del 2006, i convegni sono già stati 130.

Brau Beviale: l'incontro del mercato europeo delle bevande - Brau Beviale: the meeting of the European beverage market

L'industria europea delle bevande si incontrerà ancora una volta a Norimberga dal 15 al 17 novembre per l'appuntamento biennale con Brau Beviale 2006. Nel 2004, 36.933 visitatori (2003: 37.908) hanno partecipato alla fiera, e 1477 espositori (2003: 1420) hanno presentato una gamma completa di prodotti.

A quest'edizione parteciperanno ben 1400 espositori con una vasta gamma di materie prime, tecnologie, soluzioni logistiche e idee per il marketing. Si prevede inoltre l'afflusso di oltre 37.000 visitatori. La scorsa edizione, i visitatori avevano raggiunto Norimberga da numerosi stati, tra cui Germania, Austria, Svizzera, Belgio e Francia, nonché dai paesi dell'Europa orientale e centro-orientale.

Una mostra speciale dedicata alla logistica si incaricherà

di esaminare attentamente la filiera dei trasporti, dal produttore di bevande fino alla vendita al consumatore, al fine di mostrare i potenziali di ottimizzazione che si celano in questo comparto.

Il concorso European Beer Star, assegnato anche quest'anno nel corso della Brau Beviale, è ancora una volta specchio dell'enorme varietà delle birre europee: obiettivo degli organizzatori è di battere il record di partecipanti registrato nella scorsa edizione, cui avevano preso parte 400 birre di 23 nazioni.

The European beverage industry meets again in the Exhibition Centre Nuremberg from 15-17 November for Brau Beviale 2006. In 2004, 36,933 visitors (2003: 37,908) participated, together with 1,477 exhibitors (2003: 1,420), who presented a comprehensive range of products.

On board this time are a good 1,400 exhibitors with raw materials, technologies, logistics and marketing ideas. Over 37,000 visitors are expected, who travelled to the last event from Germany, Austria, Switzerland, Belgium, France and the coun-

tries of Central Eastern and Eastern Europe.

A special show for the logistics segment closely examines the supply chain from beverage producer to sales to show the optimization potentials here. The variety of European beers is reflected once again by the European Beer Star, which will also be awarded at the coming Brau Beviale. It is hoped to beat last year's record number of entries of 400 beers from 23 nations.



Stephen Hawking
**La grande storia
del tempo**

Rizzoli, Milano 2005,
pp. 210 euro 16,50

Hawking presenta riflessioni sull'origine e il destino dell'universo, indagando gli sviluppi della teoria delle superstringhe, i progressi nella ricerca di una teoria unificata della fisica, l'affascinante questione dei viaggi nel tempo.

Numerosi gli esempi, le illustrazioni, i diagrammi esplicativi.

Leonardo Borgese
**L'Italia rovinata
dagli italiani**

Rizzoli, Milano 2005,
pp. 342 euro 19,00

Gli articoli pubblicati da Borgese su *Il Corriere della Sera* sono vere e proprie campagne giornalistiche contro il proseguimento degli sventramenti del ventennio fascista, gli interventi mediocri della ricostruzione post-bellica, le speculazioni e l'abbattimento degli alberi.

La raccolta si rivela il preciso spaccato di un'epoca.

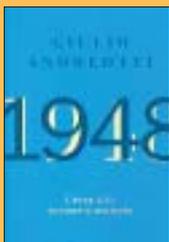
Giulio Andreotti

**1948
L'anno dello scampato
pericolo**

Rizzoli, Milano 2005,
pp. 182 euro 16,00

Il quinto governo di De Gasperi, Luigi Einaudi presidente della Repubblica, l'attentato a Togliatti.

Il diario di un testimone d'eccezione, un prezioso ritratto del nostro passato politico.



Al via il secondo MiWine Second MiWine ready to start



Dopo il lancio del 2004, MiWine, l'esposizione professionale del vino e dei distillati di qualità, si prepara alla sua seconda edizione, che si terrà dal 12 al 14 giugno 2006 a fieramilano. Organizzata da Sifa, società nata dalla collaborazione tra Fiera Milano e Unione Italiana Vini, l'esposizione si propone come vetrina ideale per le aziende che vogliono far conoscere la fascia alta della loro produzione.

Confermando la propria vocazione a promuovere vini di qualità, MiWine segna una svolta nell'attività fieristica di settore: è un'esposizione prevalentemente business oriented e dal carattere fortemente internazionale.

MiWine prosegue oltre i 3 giorni di fiera: buyer e giornalisti della stampa estera continueranno la loro visita con gli Enotours, intense giornate di incontri, degustazioni e confronti finalizzate alla ricerca di nuove opportunità commerciali e all'avvio di concrete e fruttuose relazioni d'affari. In programma dal 14 al 20 giugno, gli Enotour rappresentano un'occasione unica nel panorama fieristico mondiale, di verifica in loco della qualità dei prodotti presentati in fiera e di consolidamento dei rapporti commerciali con le aziende produttrici.

Following its 2004 launch, MiWine, the professional exhibition of quality wine and spirits, is preparing for its second edition which will be held in fieramilano from 12th to 14th June 2006. The event, organized by Fiera Milano Spa

in collaboration with Unione Italiana Vini, is reserved for professional operators only. Though it is deeply rooted in the quality wine-making tradition of Italy, MiWine has a strong international slant; though the trade fair is business-oriented, it is capable of attracting visiting customers and wine connoisseurs by combining business with entertainment and cultural activities.

MiWine will be followed by an exclusive programme of guided visits to wineries called "Enotour", busy days involving meeting, tasting and comparison aimed at seeking out new business opportunities and the start up of concrete profitable business relationships.

Scheduled from 14 to 20 June, Enotours are a unique opportunity on the world trade fair programme, a chance to personally check out the quality of the products promoted at the fair and to consolidate business relationships with the producers.

Vinexpo e Ice segnano un nuovo accordo

Nel marzo scorso, Vinexpo e l'Ice (Istituto Nazionale per il Commercio Estero) si sono incontrati a Parigi, sotto gli auspici dell'Ambasciata italiana in Francia, per stabilire un nuovo accordo di collaborazione. In conseguenza di questo accordo, per la prossima edizione di Vinexpo che avrà luogo a Bordeaux (giugno 2007), sono già state riservate delle aree espositive riservate al padiglione italiano. In tal modo entrambi i partner avran-

no modo di prepararsi all'evento nelle migliori condizioni.

Inoltre, l'Ice prenderà parte anche al prossimo Vinexpo Asia Pacific di Hong Kong con uno stand di 350 m². Sarà la sesta edizione di Vinexpo oltreoceano. Il salone costituisce un'importante opportunità per le aziende del settore che intendono rivolgersi ad un mercato in espansione, che sta vivendo un momento di particolare crescita nel consumo di vini e alcolici.





Via dell'Industria, 14 - Z.I. - 35040 BOARA PISANI (PD)
Tel. 0425 485606 / 049 9600673 - Fax 0425 486857
e-mail: info@nordestvetrine.com

www.nordestvetrine.com

**PRODUZIONE
VENDITA
NOLEGGIO**



Questi sono solo alcuni esempi. Richiedi i cataloghi vendita e noleggio gratis.

David Begg,
Stanley Fischer,
Rudiger Dornbusch

Economia

Seconda edizione

McGraw-Hill, Milano 2005
pp. XX-626 euro 40,00

Nuova edizione, ampia e rivista, di un famoso manuale.



Facendo ricorso a fatti economici di attualità il manuale mostra la rilevanza dell'economia rispetto ai problemi quotidiani.

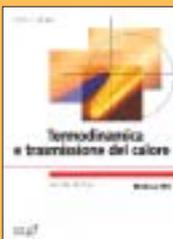
Yunus A. Çengel

Termodinamica e trasmissione del calore

Seconda edizione

McGraw-Hill, Milano 2005
pp. XVIII-646 euro 39,00

Un testo caratterizzato da una efficace scelta didattica: in un solo volume si trattano la termodinamica e la trasmissione del calore.



L'esposizione si concentra sugli aspetti concettuali ma sottolinea le applicazioni pratiche dei concetti esposti, grazie a un nutrito corredo di esempi.

Cleveland P. Hickman Jr.,
Larry S. Roberts,
Allan Larson,
Helen l'Anson

Fondamenti di zoologia

McGraw-Hill, Milano 2005
pp. X-326 euro 39,00

Manuale modellato sulle esigenze del nuovo ordinamento universitario, caratterizzato da corsi brevi e compatti.



Le basi della zoologia sono espone chiaramente e con vasto repertorio iconografico.

Nuovo record per Alimentaria
New record for Alimentaria

Alimentaria 2006 ha chiuso battenti il 10 marzo scorso a Barcellona, conquistando il migliore risultato della propria storia: 122.000 visitatori professionali, 152.000 m² occupati e 5000 aziende espositrici. Questi dati consolidano la posizione della fiera al secondo posto a livello mondiale, e fungono da forza motrice per crescere ancora nella prossima edizione, prevista per il 2008.

Alimentaria 2006 ha rafforzato inoltre la propria internazionalità: il 30% degli espositori proveniva dall'estero, il che significa un +6% rispetto all'edizione precedente. Inoltre anche i visitatori internazionali (21,7%) proseguono la loro tendenza alla crescita.

Alimentaria, organizzata da una joint-venture tra Fira Barcellona e Reed Exhibitions, è presente non solo in Spagna, ma anche nel resto del mondo. Alimentaria Messico (6-9 giugno a Città del Messico), per esempio, è giunta alla sesta edizione, unica esposizione nel paese che riunisce tutti i settori dell'industria alimentare; Alimentaria Lisboa si terrà invece per l'ottava volta dal 27 al 30 maggio 2007.

Alimentaria 2006 closed its doors in Barcelona on 10 March with the best figures in its history: 122,000 m² occupied, 152,000 professional visitors and 5000 participating companies. These data consolidate the exhibition in the second position in the world ranking and serve as a driving force to continue growing in the next edition, scheduled for 2008.

Alimentaria 2006 strengthens also its position as an international business centre: 30% of the exhibitors came from abroad, that is +6% with respect to the previous edition. Also the number of international visitors (21.7%) follows an increasing trend.

Alimentaria, organized by a joint venture between Fira Barcelona and Reed Exhibitions, is present not only in Spain, but also around the world. Alimentaria Mexico, for instance, is preparing for its 6th edition (June, 6-8 2006 in Mexico City) as the only trade show in the country bringing together all sectors of the food industry; while Alimentaria Lisboa is being held for the 8th time from May 27th to 30th, 2007.



Dal 29 gennaio al 1 febbraio, 34.000 visitatori professionali da oltre 150 paesi hanno partecipato alla 36^a edizione dell'Ism, Internazionale Süßwarenmesse, di Colonia, la principale piattaforma commerciale al mondo per prodotti di pasticceria e snack. 1634 fornitori hanno esposto i loro prodotti, focalizzandosi in gran parte su articoli di elevata qualità.

Per la seconda volta, l'Ism si è svolto nei nuovi padiglioni est di Koelnmesse, occupando un'area lorda di 110.000 m². I padiglioni sono stati organizzati in maniera semplice, in modo da garantire un flusso uniforme di visitatori nelle varie zone della mostra.

I mondiali di calcio Germania 2006 sono stati un tema portante per molti dei prodotti esposti, dai dolci al cioccolato agli snack. E il settore della pasticceria vede nei mondiali un'occasione importante per ampliare il proprio giro d'affari. Inoltre, anche il 250° anniversario della nascita del Mozart è stato fonte d'ispirazione per molte aziende, che hanno saputo trovare nuove idee legate al grande compositore per arricchire i loro prodotti.

“L'Ism è l'unica fiera che riunisce la domanda e l'offerta in maniera così mirata” ha detto Wolfgang Kranz, vice presidente esecutivo di Koelnmesse, organizzatore della manifestazione. “E questo vale sia per il mercato domestico che per quello internazionale.”

Circa il 60% dei visitatori proveniva dall'estero, una percentuale stabile rispetto agli



Ism, piattaforma mondiale per il settore della pasticceria – *Ism, the global platform for the confectionery industry*

di/by Lorenzo Paparo



anni precedenti. Oltre ai numerosi ospiti dai paesi dell'UE, come al solito ottimamente rappresentati, la fiera ha attratto soprattutto compratori dall'Europa orientale. Tuttavia, un leggero calo è stato registrato riguardo ai visitatori provenienti dall'Asia orientale.

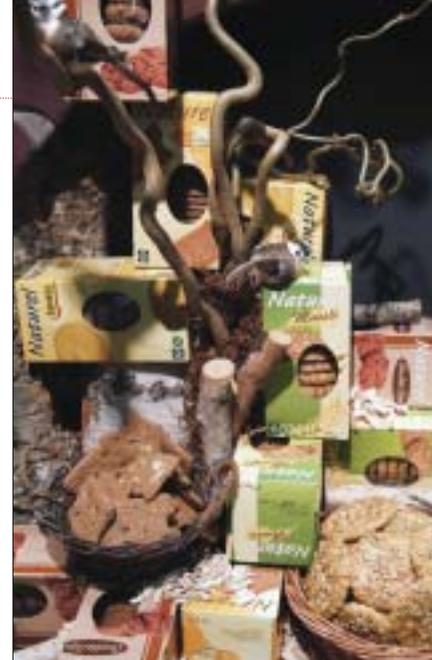
La 37ª edizione dell' Ism si svolgerà sempre a Colonia dal 28 al 31 gennaio 2007.

From January 29th to February 1st, 34,000 trade visitors from over 150 countries attended the 36th Internationale Süßwarenmesse (Ism) in Cologne, the world's largest platform for confectionery and snacks. 1,634 suppliers exhibited their products, many of them focusing on high-quality items, which was greatly appreciated by the buyers.

Ism was held in Koelnmesse's Eastern Halls for the second time, occupying 110,00 m² of gross exhibition space. The halls were clearly structured in order to ensure a uniform flow of visitors in the various exhibition areas, allowing the visitors to quickly find their way about.

The football theme was an important feature of many of the products in all segments, from sugar confectionery and chocolate products to snack items. The confectionery sector hopes that the 2006 World Cup will help boost turnover. What's more, the 250th anniversary of Mozart's birth has inspired the sweets sector to come up with a number of new ideas related to the great composer.

"Ism is the only fair that brings together supply and demand in such a targeted man-



ner" said Wolfgang Kranz, Executive Vice President of Koelnmesse. "It does so for both the domestic and the global business with confectionery and snack items."

60% of the visitors came from outside Germany. The share of visitors from abroad therefore remained at the same high level as in previous years. In addition to the usual large number of visitors from EU countries, the fair particularly attracted buyers from eastern Europe. However, a slight drop was recorded in the number of visitors from East Asia.

The 37th Ism will take place always in Cologne from 28th to 31st January 2007.

L'industria alimentare di tutto il mondo al Sial di Parigi

Ogni due anni il Sial è la vetrina completa dell'offerta agroalimentare mondiale, in grado di valorizzare al meglio il dinamismo dell'industria francese ed internazionale. La prossima edizione, dal 22 al 26 ottobre al centro espositivo Paris Nord Villepinte, sarà un'importante occasione per incontrare oltre 136.000 decision maker e circa 5300 aziende espositrici da tutto il mondo che partecipano abitualmente la manifestazione.

Il Sial è anche l'osservatorio delle tendenze di consumo mondiali, che permette di rispondere alle grandi sfide attuali del mercato con sezioni

specializzate, come ad esempio il Villaggio della nutrizione, vero e proprio trampolino di comunicazione per i prodotti innovativi.

Nel 2005, Sial ha lanciato In-Food, un nuovo salone dedicato

ai prodotti semilavorati per l'industria alimentare. Recentemente si è conclusa la seconda edizione (dal 14 al 15 marzo al Cnit-La Défense di Parigi), con un totale di 2496 visitatori, che hanno potuto visionare l'offerta degli 82 espositori presenti, tutti operatori dei settori dei semilavorati, degli ingredienti e della fornitura.



Giovanni Pettinato

I sumeri

Bompiani, Milano 2005, pp. 464 euro 10,00

I Sumeri costruirono la prima città, inventarono la scrittura, istituirono l'insegnamento scolastico, il sistema bicamerale, lo Stato sovrano.

Pettinato offre l'analisi delle strutture sociali, politiche ed economiche dell'antico popolo con una ricchissima documentazione.

Leonardo Borgese

Storia della Corea

Dalle origini ai giorni nostri

Bompiani, Milano 2005, pp. 414 euro 12,00

La Corea occupa un posto fondamentale nello scacchiere geopolitico dell'Estremo Oriente. Il volume avvicina il lettore a questo paese avanzato dal punto di vista tecnologico e industriale, ma ancora vittima di giochi politici internazionali.

Il più completo trattato di storia coreana mai scritto da un occidentale.

Michael Cunningham

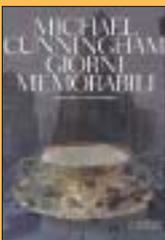
Giorni memorabili

Bompiani, Milano 2005, pp. 420 euro 18,00

Le vicende di un uomo, una donna e un bambino ambientate a New York tra la fine dell'800, il presente e il futuro.

I protagonisti sono legati dalla poesia di Whitman, che li travolge in un gioco di rimandi e misteri dove si lotta per la sopravvivenza.

Un romanzo sulla vita, la morte, l'amore e la bellezza.



BioFach 2006 vario come non mai

BioFach 2006 more varied than ever

La fiera registra tassi di crescita notevoli per il bio-mercato. Visitatori sempre più attenti alle novità
The fair shows a notable growth in organic market. Visitors more and more looking for new products

di/by Luca Bianco



Anche nel 2006 il BioFach si è rivelato come il principale appuntamento mondiale del settore bio, con 37.426 visitatori (+13% sul 2005) e 2.089 espositori (2005: 2.045). Il 34% dei visitatori proveniva dall'estero, in prima linea da Austria, Polonia, Paesi Bassi, Italia, Francia, Svizzera, Gran Bretagna e Spagna, in tutto 116 nazioni.

L'aumento degli espositori (+2%) è stato di natura quasi esclusivamente nazionale ed è testimone del prosperante mercato del biologico tedesco. Gli espositori sono arrivati per due terzi dall'estero (73 paesi) ed hanno occupato 35.574 m² netti (2005: 33.259 m²).

Al gradito aumento del 7% della superficie espositiva hanno contribuito in parte leggermente maggiore gli espositori internazionali, provenienti principalmente da Italia, nazione dell'anno del BioFach 2007 (273), Spagna (189) e Francia (110).

Visitatori ed espositori

L'88% degli espositori ha valutato positivamente la propria partecipazione e si attende un buon giro d'affari grazie ai contatti avuti. Ben oltre la metà (54%) è inoltre riuscito ad allacciare nuove relazioni.

Conformemente alle aspettative, più di un quarto dei visitatori era composto da dettaglianti. Maggiormente rappresentati erano il commercio specializzato, i negozi di generi alimentari, i supermercati e le grandi drogherie. Tuttavia il salone ha attirato anche numerosi coltivatori, rivenditori diretti, prestatori di servizi, ristoratori.

Al centro degli interessi dei visitatori è stata l'informazione sulle novità (53%). Altri obiettivi sono stati: orientarsi sul mercato (43%), scambiare esperienze (42%), allacciare nuove relazioni d'affari (38%), aggiornarsi (37%).

Infine, BioFach è anche la fiera dei vini biologici più grande del pianeta: 777 vini da tutto il mondo hanno partecipato al Concorso vinicolo internazionale. La giuria ha premiato 60 vini d'eccellenza con l'oro e, per la prima volta, 13 vini di grande annata col grande oro.

Appuntamento per l'edizione 2007 dal 15 al 18 febbraio.

Also in 2006 BioFach showed itself as the first global get-together of the organic industry, with 37,426 trade visitors (+13% compared to 2005) and 2,089 exhibitors (2005: 2,045) to the organic industry's global get-together in Nürnberg. 34 % of the visitors came from abroad, mainly from Austria, Poland, the Netherlands, Italy, France, Switzerland, Great Britain and Spain, altogether 116 nations.

The growth in the number of exhibitors (+2%) was virtually national, which indicates a prospering German organic market. Two thirds came from abroad and companies from 73 countries booked 35,574 m² of net space this time (2005: 33,259 m²).



International exhibitors accounted for a slightly larger share of the 7% more space. Italy (273), the Country of the Year at BioFach 2007, Spain (189) and France (110) were strongly represented.

Visitors and exhibitors

88% of the exhibitors rate their overall success as positive and expect lively follow-up business. Well over half of them (54%) also made new business connections.

As expected, a good quarter of the visitors came from the retail trade. The organic retail trade, the conventional retail food trade, supermarkets and drugstores were represented more strongly this time. Many farmers and direct marketers, service providers, caterers also took a look round the exhibition.

Visitors' interest is focused on information about new products (53%). The visitors also want to obtain market orientation (43%), exchange views (42%), prepare the ground for business contacts (38%), obtain training (37%).

Finally, Biofach 2006 was also the world's biggest organic wine exhibition: 777 wines from all over the world were tasted for the International Wine Award. The jury presented Gold awards to 60 top wines and, Gold Extra to 13 "wines of the century."

Next BioFach in Nuremberg, from February 15th to 18th, 2007.



Debutta Tuttofood, il salone dell'alimentare di Fiera Milano

Dal 5 all'8 maggio 2007 nasce un nuovo evento, con l'obiettivo di fornire al settore alimentare una piattaforma veramente internazionale, in grado di confrontarsi con la concorrenza europea

Le manifestazioni fieristiche Litaliane del settore alimentare mostrano, secondo un'analisi di Fiera Milano, indici di internazionalità bassi e dimensioni modeste in rapporto ai maggiori saloni europei del comparto. Quelle con le più alte percentuali di espositori e visitatori esteri sono quelle specializzate su specifici segmenti, che hanno però dimensioni contenute, anche in virtù della loro natura di mostre di comparto.

La manifestazione italiana di riferimento "non specializzata" e che abbraccia quindi il settore nella sua globalità, Cibus, registra nella media 1996-2004 un 11% di espositori esteri, un 9% di visitatori esteri e una superficie media di 48.000 m² netti (fonte Auma).

In Europa emergono tre saloni "non specializzati" che distanziano di molte lunghezze l'Italia: Anuga di Colonia, leader di mercato, malgrado segnali di arretramento negli ultimi anni; Sial di Parigi, in crescita e con ottimi tassi di internazionalità; Alimentaria di Barcellona, in forte sviluppo. Il tasso medio di internazionalità di Anuga e Sial, nel periodo 1998-2004, è tra il 70 e l'80% delle aziende espositrici e tra il 40 e il 50% per i visitatori; per Alimentaria il primo valore si colloca tra il 20 e il 30% ed il secondo intorno al 20%. Le ultime edizioni di queste tre manifestazioni hanno tutte superato i 100.000 m² netti.

Una fiera internazionale

Proprio in risposta all'esigenza di poter contare su una manifestazione a forte vocazione internazionale anche in Italia, Sifa, società del gruppo Fiera Milano, ha dato vita a Tuttofood, la nuova manifestazione che debutterà a fieramilano dal 5 all'8 maggio 2007.

Tuttofood sarà una manifestazione fieristica strettamente b2b, dove aziende, consorzi, importatori, buyer della grande distribuzione e vendita al dettaglio troveranno un appuntamento fieristico in grado di rappresentare in modo completo e professionale la migliore offerta alimentare italiana e internazionale.

La manifestazione sarà suddivisa per aree di prodotto e proporrà una gamma merceologica completa, attenta non solo all'offerta più tradizionale ma anche alle tendenze emergenti dei consumi e ai nuovi segmenti del mercato, come i prodotti salutistici, i piatti pronti, le delicatessen e i cibi etnici.

Inoltre, la collocazione nel nuovo quartiere di Rho-Pero garantisce i migliori spazi espositivi e servizi oggi offerti dal mercato fieristico.

Marchi privati e qualità

Tuttofood riserverà una speciale attenzione al mondo del private label. Senza dimenticare infatti il negozio di specialità, che è sempre più punto di riferimento per i consumatori, la marca commerciale ha infatti

ormai assunto una rilevanza che giustifica una posizione centrale in un moderno salone dell'alimentare, che intenda cogliere il mercato nella sua globalità. In Italia, ad esempio, il private label vale il 12,4% del totale delle vendite, circa tre miliardi di euro.

Tuttofood darà anche vita all'iniziativa "Top dei Dop", una selezione curata da una giuria di esperti appositamente costituita che valuterà i prodotti Dop, segnalando quelli giudicati migliori in una speciale classifica. A essi verrà assegnato il marchio di qualità di Tuttofood, che le aziende segnalate potranno riportare sul loro packaging.



Tuttofood: conferenza stampa di presentazione

Deepak Chopra,
David Simon

Le sette leggi spirituali dello yoga

Sperling & Kupfer, Milano
2006, pp. XIV-202
euro 16,00

Spesso lo yoga in Occidente è ridotto a mera sequenza di posizioni.

Chopra e Simon illustrano come esso sia invece collegato alla ricerca di risposte alle domande fondamentali dell'esistenza.

Vilayanur S. Ramachandran

Che cosa sappiamo della mente

Gli ultimi progressi
delle neuroscienze
raccontati dal massimo
esperto mondiale

Mondadori, Milano 2006,
pp. 162 euro 8,80

Problemi dibattuti un tempo solo dalla filosofia trovano oggi spunti interessanti dalle neuroscienze.

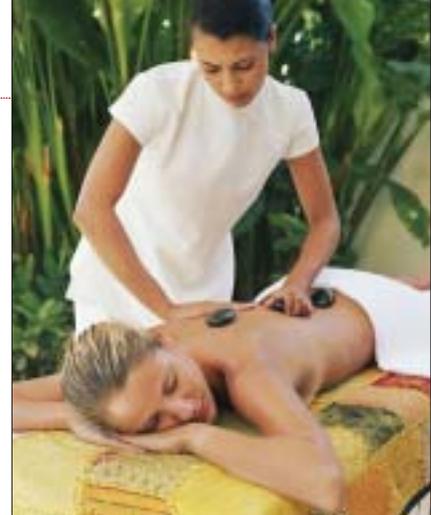
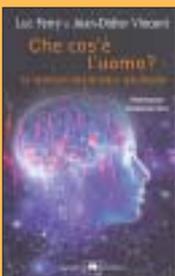
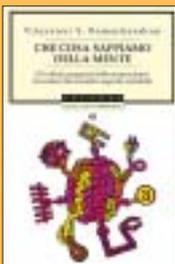
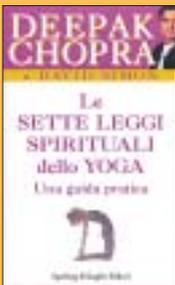
Un saggio per comprendere come lo studio del cervello conduca al cuore della nostra identità.

Luc Ferry,
Jean-Didier Vincent

Che cos'è l'uomo? Sui fondamenti della biologia e della filosofia

Garzanti, Milano 2005
pp. 288 euro 10,00

Un filosofo e un biologo dialogano intorno a un tema attuale: la biologia ha delle implicazioni etico-filosofiche (basti pensare ai problemi bioetici) e nessun filosofo può ignorare gli esiti delle scienze positive.



RiminiWellness: in forma fisico e affari – RiminiWellness: to get body & business into great shape

RiminiWellness è la nuova manifestazione di Rimini Fiera, che si svolgerà nel quartiere fieristico e nella Riviera della città romagnola dal 18 al 21 maggio 2006.

La manifestazione si concentrerà non solo sui tradizionali settori del fitness, abbigliamento e attrezzi sportivi, ma anche su nutrizione ed estetica, moda, cultura, turismo, design, ed anche sugli aspetti medicali del benessere, vere e proprie frontiere del wellness. Tutto questo per venire incontro all'evoluzione del settore, indirizzato sempre più verso una concezione di armonia tra benessere fisico e mentale, tra attività fisica e sport.

La manifestazione sarà articolata in macroaree: W-Pro, sulle tematiche espositive commerciali; Forum, riservata agli operatori; W-Fun, con eventi e spettacoli, Market, con vendita di prodotti di qualità. Inoltre, "con RiminiWellness on the beach – dice Marco Borroni consigliere d'amministrazione di Rimini Fiera, delegato per Rimini Wellness – la manifestazione si estenderà sul territorio circostante, città, darsena e spiaggia, con centinaia di iniziative."

"Abbiamo dato vita ad un modello unico di fiera – anticipa il direttore commerciale Patrizia Cecchi – dove l'offerta per gli operatori e quella per il pubblico si completeranno a vicenda. Il gestore di una palestra potrà in tutta tranquillità scoprire le novità dell'anno e provare la macchina che gli interessa nell'area professionale, e valutare l'utilizzo e il

gradimento del prodotto da parte dell'utente nell'area spettacolare."

Sono 100.000 i visitatori attesi, fra i quali 40.000 operatori professionali, mentre circa 200 saranno le aziende espositrici (dirette e rappresentate) su 60.000 m² indoor. Inoltre, 90.000 m² outdoor occupati dagli eventi.

RiminiWellness is the new Revent organized by Rimini Fiera, which will be held in the Rimini Expo Centre and on the Riviera from May 18th to 21st 2006.

The show's format will not concentrate only on fitness, sports wear and equipment, but also nutrition, body and beauty care, reaching into the fashion, culture, tourism and design sectors, and also on the medical aspects of wellness, real frontiers of wellness. This is done to pace with the sector's evolution, heading increasingly towards a concept of harmony between movement and health, physical and mental wellness, physical activity and sport.

The expo will be divided into macro areas: W-Pro, reserved for business expo issues; Forum, with access limited to trade members; W-Fun, with events and shows, and Market with the sale of quality products. "Thanks to RiminiWellness on the beach – says Marco Borroni, of the Rimini Fiera management board and delegate for Rimini Wellness – the show will also involve the surrounding area, the town, marina and beach, with hundreds of initiatives and events.

Sales manager Patrizia Cecchi anticipates, "We have launched a unique type of expo, where the offer for trade members and the public are complementary. In the professional area, gym owners will be able to calmly discover the year's innovations and try out the machines they are interested in; and in the spectacular area, assess the use and enjoyment of the product on behalf of end users."

100,000 visitors are expected, including 40,000 trade members, and 200 (direct and represented) firms occupying 60,000 m² indoors. An additional 90,000 m² will host events outdoors.



L'alimentare extradomestico cresce al Mia - Eating out trade grows at Mia

Agli inizi di febbraio di ogni anno, il quartiere fieristico riminese si trasforma in un grande polo espositivo orientato all'horeca e alla grande distribuzione organizzata. Questo grazie allo svolgimento in contemporanea di quattro importanti manifestazioni di settore: la Mia, Mostra Internazionale dell'Alimentazione, Pianeta Birra Beverage & Co., Mse Seafood & Processing e Food & Beverage Logistics Expo, in programma per il 2007 dal 10 al 13 febbraio.

Per l'edizione 2006, i visitatori totali sono stati 80.239 (+1,6% rispetto al 2005), di cui 2725 esteri. I dati sono certificati dal neonato Isf - Istituto di certificazione dei dati Statistici Fieristici.

La decisa attenzione al mondo della grande distribuzione organizzata, teatro di riferimento sempre più accentuato del mercato delle imprese operanti nell'alimentare extradomestico, è stata una delle novità più interessanti della Mia di quest'anno. Come tradizione, alla Mia un preciso rilievo hanno avuto anche prodotti e imprese che operano nel mercato del biologico.

L. B.

At the beginning of February, the Rimini expo centre becomes every year a huge expo hub addressing the horeca and large-scale distribution trades. This is due to the simultaneous staging of four important specialized exhibitions: the Mia, International Food Show, Pianeta Birra Beverage & Co., Mse Seafood & Processing and the Food & Beverage Logistics Expo. The next editions will take place from February 10th to 13th 2007.

In 2006, on the basis of the figures audited by the recently created Isf (Trade Fair Data Auditing Institute), visitors totalled 80,239 (1.6% more than 2005), of whom 2,725 were foreign.

One of the most interesting new aspects of this year's edition of Mia was its close attention to the large-scale distribution world, an increasingly important reference area on the market of companies involved in the eating out trade. Moreover, as is the tradition, Mia highlighted also products and companies involved in the organic market.



Sia Guest: l'innovazione nell'ospitalità - Sia Guest: innovation in hospitality

Sia Guest, il Salone Internazionale dell'Accoglienza, giunto alla 56ª edizione, si configura ormai come un appuntamento importante per gli operatori del settore alberghiero che desiderano mantenersi aggiornati sulle novità e le tendenze dell'arredo, dell'hotellerie e dell'impiantistica.

L'edizione 2005 ha messo in vetrina i prodotti di 600 aziende, disposte su un'area di 70.000 m² articolata in otto settori merceologici. 31.639 sono stati gli operatori che hanno visitato la fiera.

L'appuntamento per la prossima edizione è dal 25 al 28 novembre 2006 nel quartiere fieristico di Rimini.

Sia Guest, the International Hospitality Exhibition, which is now in its 56th year, confirms itself as an important meeting point for all operators in the hotel sector, aiming at keeping themselves up-to-date with the latest trends in furniture, hotel trade and plants.

The 2005 edition spotlighted products from 600 companies, occupying an exhibit area of 70,000 m², which was divided into eight trade sectors.

The 55th Sia Guest was visited by 31,639 trade members.

Next edition will be held at Rimini Fiera from 25th to 29th November 2006.

L. P.

Ottavio Salvadori del Prato

Tecnologie del latte

Burro, yogurt, gelato, latte alimentare

Edagricole de Il Sole 24 Ore, Bologna, 2005, pp. XVIII-476, euro 65,00

Una trattazione aggiornata e completa per gli operatori del settore lattiero utile anche a nutrizionisti, docenti, studenti o a consumatori desiderosi di conoscere i processi produttivi di questi alimenti.

Il professor Salvadori del Prato, docente alla Scuola di specializzazione in tecnologia lattiero-casearia di Lodi, esamina la materia prima "latte" per poi illustrare le sue tecnologie di trasformazione, i problemi che si incontrano nella produzione, la legislazione vigente e i controlli da effettuare.

Il testo offre anche esempi pratici, ricette e riferimenti ai procedimenti adottati all'estero, oltre che informazioni sul funzionamento degli impianti. Un'opera di studio e consultazione particolarmente utile per un mercato, quello dei prodotti del latte non caseari, che in Italia e nel mondo rappresenta una realtà importante ma i cui operatori, talora, sono poco propensi a seguire le frequenti evoluzioni tecnologiche.





UNIVERSAL MARKETING

MANIFESTAZIONI FIERISTICHE INTERNAZIONALI

SWEETS CHINA

SALONE DEI PRODOTTI DOLCIARI – PROMOSSO DA ISM
4-6 SETTEMBRE 2006 SHANGHAI, PRC



WORLD OF FOOD CHINA

SALONE DI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE IN CINA - PROMOSSO DA ANUGA
4-6 SETTEMBRE 2006 SHANGHAI, PRC



WORLD OF FOOD INDIA

SALONE DI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE IN INDIA - PROMOSSO DA ANUGA
1-3 NOVEMBRE 2006 MUMBAI, INDIA



INTERNATIONAL HOTEL/MOTEL & RESTAURANT SHOW

11-14 NOVEMBRE 2006
JACOB K. JAVITS CONVENTION CENTER, NEW YORK, USA



MANIFESTAZIONI FIERISTICHE INTERNAZIONALI 2007 SETTORE ALIMENTARI E BEVANDE

WINTER FANCY FOOD

21-23 GENNAIO 2007
MOSCONE CENTER, SAN FRANCISCO, USA



SPRING FANCY FOOD

6-8 MAGGIO 2007
McCORMICK PLACE, CHICAGO, USA



SUMMER FANCY FOOD

8-10 LUGLIO 2007
JACOB K. JAVITS CONVENTION CENTER, NEW YORK, USA



TEMA

25-28 FEBBRAIO 2007
BELLA CENTER, COPENHAGEN, DANIMARCA



SIAL MONTRIAL

28-30 MARZO 2007
PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL, QUÉBEC, CANADA



SIAL MERCOSUR

21-24 AGOSTO 2007 (data da confermare)
LA RURAL EXIBITION CENTER OF BUENOS AIRES, ARGENTINA



Fancy Food Shows: il marketplace dell'industria delle specialità alimentari

Fancy Food Shows: the marketplace for the specialty food business

Dal 1955, la National Association for the Specialty Food Trade organizza i Fancy Food Show, le principali manifestazioni professionali statunitensi dedicate all'industria delle specialità alimentari.

Le più recenti edizioni hanno attratto dai 19.000 a 32.000 visitatori operanti in diversi settori, quali specialità alimentari, vini, articoli regalo e grandi magazzini, supermercati, negozi di alimenti naturali, ristoranti, e inoltre importatori, distributori, intermediari, società di ordinazione per corrispondenza e attività affini.

Winter Fancy Food Show

L'ultima edizione, il 31° Winter Fancy Food Show, svoltasi a San Francisco dal 22 al 24 gennaio, ha accolto 1100 aziende espositrici e circa 16.500 buyer, su di un'area di 16.800 m². Oltre alla fiera vera e propria, Nasft organizza anche la Focused Exhibits Showcase, un'area dedicata, che fornisce una panoramica di prodotti e settori di particolare importanza. Due rinnovate sezioni (Asian Foods, and Natural & Organic Foods) si aggiungono alle tre ormai consolidate: What's New? (dedicata alle novità in termini di prodotti e confezioni),

Gift Avenue (sugli articoli regalo) e Foodservice Spoken Here (articoli in stock o monoporzione per uso istituzionale).

Inoltre Nasft ha creato anche i programmi educativi, presenti in ogni Fancy Food Show, che uniscono temi attuali ad altri più tradizionali, in grado di aiutare i partecipanti a gestire al meglio la propria attività.

Spring Fancy Food Show

A maggio, è la volta dello Spring Fancy Food Show di Chicago, quest'anno dal 7 al 9. Anche per questa edizione, la fiera si svolge insieme ad altri quattro eventi: Fmi Show, All Things Organic, United Produce Expo and Conference, e la US Food Export Showcase, per un'affluenza di circa 30.000 visitatori. "Questo svolgimento simultaneo consente di aiutare l'industria alimentare a soddisfare i propri bisogni in cinque mercati diversi ma interconnessi" dice Ron Tanner, Vice Presidente Nasft.

Con circa 5000 m² di spazio espositivo, occupati da 400 aziende (di cui circa un quarto espone per la prima volta in quest'area), lo Spring Show è divenuto la più grande vetrina delle specialità alimentari nel Midwest.

Il 52° Summer Fancy Food Show aprirà i battenti a New York dal 9 all'11 luglio, mentre il prossimo Winter Fancy Food Show si terrà ancora a San Francisco dal 21 al 23 gennaio 2007.

Since 1955, the National Association for the Specialty Food Trade, organizes the Fancy Food Shows, the premier marketplace for the specialty foods industry.

Recent Fancy Food Shows have attracted from 19,000 to 32,000 attendees from specialty food, wine, gift and department stores, supermarkets, restaurants, mail-order and other related businesses.

Winter Fancy Food Show

Last edition, the 31st Winter Fancy Food Show, held in San Francisco from January 22nd to 24, 2006, hosted 1100 exhibiting companies and almost 16.500 attending buyers, on a 181.000 total square footage. Besides the exhibition, Nasft also organized the Focused Exhibits Showcase, a convenient display area that provides an overview of products and important categories being highlighted at the Show. Two new and/or expanded sections, Asian Foods, and Natural & Organic Foods, join three other

popular categories, that is What's New? (showcasing the newest specialty food products and packaging), Gift Avenue (items that can be stand-alone gifts or included in gift baskets) and Foodservice Spoken Here (Bulk and single-portion items ideal for foodservice/institutional use).



Moreover, the Nasft creates educational programs at each Fancy Food Show that combine current issues with classic topics that will interest and assist attendees and manufacturers in running their businesses smoothly with maximum potential for increased profits.

Spring Fancy Food Show

In May, the Spring Fancy Food Show takes place annually in Chicago (this year from May 7th to 9th). Joining the Spring Fancy Food Show 2006 is the Annual FMI Show, All Things Organic, United Produce Expo and Conference, and the U.S. Food Export Showcase, with a projected 30,000 trade professionals in attendance. "This collocation allows us to help the food industry meet their buying needs in five separate yet connected markets" says Ron Tanner, Nasft VP of communications & education.

With 55,000 square feet of exhibit space filled by 400 companies, with about one-fourth of those displaying for the first time in the Midwest, the Spring Show has become the biggest and best showcase of specialty foods in the Midwest.

The 52th Summer Fancy Food Show will open its doors in New York from July 9th to 11th,, while next Winter Fancy Food Show will take place in San Francisco from January 21st to 23rd, 2007.

I Fancy Food Show sono rappresentati in Italia da:
Universal Marketing Sas
Viale Palmiro Togliatti 1663
00155 Roma, Italy
Tel. +39 06 40802404
Fax +39 06 40801380
universal@universalmarketing.it
www.universalmarketing.it



Evento fieristico sul mondo del Benessere

17-20 novembre 2006

Fiera di Vicenza



BENÉ
SENTIERI DI
BENESSERE

LUOGHI

METODI E TRATTAMENTI

PRODOTTI NATURALI

ARCHITETTURA E DESIGN

ATTREZZATURE

ALIMENTAZIONE

SPORT

Organizzato da

STUDIO EVENT Contrà SS Apostoli, 22 36100 - Vicenza Tel. 0444.230119
info@sentieridibenessere.it www.sentieridibenessere.it Fax 0444.544850



FIERA DI VICENZA

Lungo i Sentieri del Benessere

Along the paths of wellness



In fiera a Vicenza la terza edizione di BENÉ: la fiera-evento (17-20 novembre) / Third edition of "BENÉ, Sentieri di Benessere", the fair where wellness becomes an event (Vicenza, 17-20 November)

di Caterina Bertone

Il mondo del benessere abbraccia trasversalmente diversi segmenti, dall'alimentazione al design, dalla tecnologia alle medicine naturali. Negli ultimi anni la richiesta per soluzioni di benessere è aumentata in modo tangibile, in tutti i campi.

Del turismo italiano, solo il comparto benessere è in forte crescita; le imprese del settore, escluse quelle all'interno delle strutture ricettive, sono 24 mila per un giro d'affari di 10 miliardi di euro l'anno, che interessa almeno 18 milioni di clienti l'anno (fonte Aiceb). 14 milioni di persone tra i 18 e i 75 anni si sono dimostrate interessate ai pacchetti benessere (indagine Censis), crescono i consumi di cibi biologici, si intensificano l'attenzione verso la bio-edilizia e il ricorso a medicine alternative per la cura del corpo.

Sempre più, infine, il benessere è inteso in senso olistico, come equilibrio psico-fisico.

Un mercato vivace e ampio, perché tocca la persona nei suoi molteplici aspetti. Il target di riferimento si estende, interessando uomini, donne e i giovani, accomunati da una crescente attenzione alla cura di sé.

In questo contesto si inserisce la manifestazione BENÉ, Sentieri

di Benessere, ideata e realizzata a Vicenza da Tiziano Marchetto, come spazio di incontro per gli operatori. "Con l'aumentare della domanda del mercato verso il benessere – spiega l'organizzatore – si è creato lo spazio per una manifestazione di qualità dedicata in maniera mirata a questi temi. BENÉ ha esordito due anni fa, con l'intento di essere una fiera nuova, che dà un quadro completo del settore. Intende dare risposte a quanti desiderano conoscere diverse soluzioni per un'armonia e un equilibrio di mente, corpo e spirito."

Benessere come ricerca, che nasce dagli intrecci dei sette Sentieri di Benessere, rappresentati nelle corrispondenti aree commerciali: Luoghi, Metodi e Trattamenti, Prodotti Naturali, Architettura e Design, Attrezzature, Alimentazione, Sport.

La linea scelta dagli organizzatori è quella di interessare gli operatori con importanti momenti di aggiornamento e con eventi innovativi. Un grande valore aggiunto di BENÉ, che garantisce visibilità alla manifestazione su un target fortemente selezionato.

Dopo la BENÉ SPA, il primo centro benessere funzionante mai realizzato in un salone, quest'anno il clou della manifestazione sarà il BENÉ Wellness Resort: un

intero padiglione della fiera diventa un albergo funzionante, dove ogni ambiente, dalle suite alle aree comuni, è ideato da designer sul tema delle *Seduzioni*. BENÉ 2006 lancia inoltre ExpoTè, il primo evento italiano dedicato a questa bevanda, ideato e organizzato da ADeMaThè, l'Associazione Italiana Degustatori e Maestri di Thè, che porterà in fiera prodotti, cultura e idee di business relative al prezioso "liquore di giada".

La formazione professionale prevede, tra altre iniziative, *Progettazione di centri benessere*, una serie di seminari proposti dalla rivista *Wellness Design* sulle tendenze nella progettazione di terme e centri benessere, e "Spa Manager Expertise", la prima convention nazionale dedicata ai professionisti delle terme e agli operatori dei centri benessere.

Gli eventi di BENÉ sono molti di più. L'elenco completo è sul sito www.sentieridibenessere.it.

The universe of wellness includes different market sectors, from food to design, from technology to natural medicines. In these last years the demand of wellness has been noticeably increasing, in each segment.

The wellness tourism industry, in Italy, shows a constant positive trend. Moreover, 24,000 wellness firms are active, excluding those working inside the hotels beauty centers. The total business generated is estimated to be around 10 billion euros per year, referred to 18 million customers.

Use of organic food is growing, and there is an increasing attention towards natural techniques and building materials, as well as for the alternative medicines. Wellness is intended as the harmony of body and mind, according to a holistic concept.



The target of this wide and dynamic market is rapidly expanding, including men as well as women, and the younger generations.

In this background the fair "BENÉ – Sentieri di Benessere" was launched two years ago, organized in Vicenza by Tiziano Marchetto to give the professionals a marketplace where they could enhance their business.

"The growing demand of the market required a fair specialized in wellness", says Mr. Marchetto. "BENÉ wants to be a new kind of fair, that gives answers to all the people that are looking for their personal solutions to find a balance of mind, body and spirit."

Wellness as a quest, through the "Seven Paths of Wellness" of the fair, connected to the corresponding industries: Destinations, Methods and Treatments, Natural Products, Architecture and Design, Amenities, Food, Sport. The fair presents different education and training meetings and special events as well.

Last year BENÉ launched the BENÉ SPA, the first beauty center made in a fair in Italy. This year it presents the BENÉ Wellness Resort: a pavilion of the fair is turned into a design hotel, perfectly working, where all the rooms, the suites and the common areas are designed by architects on the theme of Seductions. BENÉ will introduce then ExpoTè, the first Italian event dedicated to this marvelous beverage.

Among other events, available on the website www.sentieridibenessere.it, there will be the First Convention of spa Manager and interesting meetings on interior design of spa and wellness centers.



Cosmoprof, evento mondiale Cosmoprof: global event

di/by Corrado Scattolin



Si è conclusa con un aumento di presenze internazionali la 39^a edizione del Cosmoprof (7-10 aprile 2006), il salone leader mondiale nel settore della bellezza, una fiera che vede anno dopo anno consolidati i propri numeri: ben 84.360 i m² di superficie espositiva netta quest'anno.

Il numero degli espositori è aumentato rispetto all'edizione precedente: 2140 di cui 1191 stranieri, provenienti da 52 paesi diversi, cinque in più rispetto al 2005. Un dato reso ancora più significativo dallo sviluppo delle collettive nazionali estere, salite a 21. A dimostrare la vitalità e la sempre maggiore internazionalità del Cosmoprof anche il dato relativo ai visitatori: 138.411 il totale, in incremento rispetto all'edizione precedente. In particolare aumento il numero dei visitatori esteri: +12% rispetto alla manifestazione 2005.

La formula espositiva del Cosmoprof 2006 ha mantenuto alcuni punti di forza che già nella passata edizione avevano dimostrato tutta la loro efficacia, integrandoli con importanti novità. Il padiglione 16-18 ha ospitato le aziende della profumeria selettiva, con uno spazio esclusivo dedicato e caratterizzato da stile e attenzione per i dettagli.

Il Cosmoprof non è però solo spazio espositivo, ma si conferma anche occasione di formazione e di cultura. Come negli anni passati, durante la fiera si sono tenuti convegni che hanno fotografato lo stato dell'arte nel mercato della bellezza, ne hanno illustrato i trend economici e sociali attraverso gli interventi di qualificati sociologi e ricercatori, oltre che delle più importanti associazioni di categoria.

Il Cosmoprof 2006 si chiude quindi ancora all'insegna di un ampio successo, accresciuto dal respiro internazionale di altissimo profilo. L'appuntamento è con la 40^a edizione che si terrà a Bologna dal 29 marzo al 2 aprile 2007, nel segno dello slogan *40 Years in Beauty*.

The doors have closed on the 39th edition of Cosmoprof (7-10 April 2006), the world's premier beauty industry event, a trade fair whose vital statistics are consistently consolidated and outstripped year after year: 84,360 m² of net display surface were sent this year.



The number of exhibitors was also up on last year's edition: 2,140 in total, with 1,191 foreign exhibitors coming from 52 different countries, five more than in 2005: a factor that looks even more solid considering the number of country pavilions: up to an unprecedented 21. The visitor statistics also demonstrate Cosmoprof's sheer vitality and increasingly international flavour: a total of 138,411, also up from 2005 with a significant increase of over 12% in the number of foreign visitors.

The formula behind the 2006 edition of Cosmoprof maintained some of the strong elements that had already proved their worth in the previous edition, while also adding important new features. Hall 16-18 housed the famous names of selective perfumery in an exclusive, dedicated space featuring understated style and care for detail.

But Cosmoprof is far more than a trade fair: it is also a confirmed venue for continuous professional development and culture. As in previous years, the fair provided the framework for a series of conferences that photographed the state of the art of the beauty market, illustrating its economic and social trends through the speeches made by qualified sociologists and researchers, as well as by the leading trade associations and social partners.

Once again in 2006, Cosmoprof closes after scoring a sweeping success, enhanced by its high profile international flavour. Those in the know have already reserved their appointment with the 40th edition, which will take place in Bologna from 29th March to 2nd April 2007, with the slogan "40 Years in Beauty".

The 2nd aquanale — International Trade Fair for Sauna, Pool, Ambience — led to record results and high praise from Germany and abroad.

The trade fair's premiere in 2003 was a resounding success that was significantly topped by aquanale 2005: 231 companies from 24 countries (2003: 164 from 18 countries) exhibited the latest trends and innovations for swimming pools, whirlpools/spas, saunas, steam baths and supplies for commercial and non-commercial operators.

"The number of trade visitors increased by around 20 per cent to 16,000 from 61 countries, demonstrating the success of aquanale," states Oliver P. Kuhrt, Executive Vice President of Koelnmesse GmbH. "Other factors that made the trade fair so strong were its international scope and the high decision-making quality of its visitors. What's

Piscina Bcn sfiora i 20.000 visitatori

Successo per l'edizione 2005 del Salone int. della piscina di Barcellona, Piscina Bcn. Dal 5 all'8 ottobre scorsi sono stati 19.353 i visitatori della 7^a edizione della manifestazione, con un aumento del 7% rispetto all'edizione 2003.

Aumentano anche gli espositori, che salgono a 485 per un aumento percentuale del 32,51%, e gli spazi venduti (28.329 m², +31,24% sul 2003).

Durante la fiera sono stati assegnati anche due premi. Il premio *Piscina* per l'innovazione tecnologica è andato alla statunitense *Pentair Waterpool And Spa* (www.pentair.com), mentre l'italiana *Teuco* (www.teuco.it) ha vinto il premio per il miglior progetto di stand. La prossima edizione è prevista dal 17 al 20/10/2007. www.salonpiscina.com

Koelnmesse's aquanale: a magnet for the wellness sector

The second edition of the exhibition scored a resounding success: 231 exhibitors from 24 countries, 16,000 trade visitors from 61 countries. Next edition: 31/10-3/11/2007

more, the levels of supply and demand were outstanding."

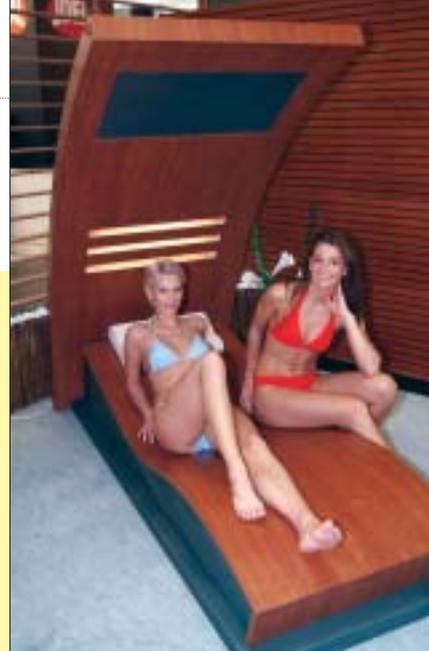
Representatives of associations and exhibiting companies agreed. Dieter C. Rangol from the Association for Swimming Pools and Wellness (bsw) called aquanale a "magnet for

the wellness sector" saying: "The importance of aquanale for the sector has been clearly shown. It's the perfect platform for future growth in the wellness market."

Approximately 16,000 trade visitors from 61 countries were

registered at aquanale, representing a clear increase compared to 2003 (13,000 from 42 countries). Many of the visitors at Fsb and Solaria took advantage of the overlapping scheduling of the trio of trade fairs for the entire leisure and wellness industry and attended aquanale as well.

The visitors came primarily from Germany and other European countries, with 36 per cent coming from abroad. The Netherlands, Austria, Belgium, Switzerland, Spain and France were strongly represented. An especially encouraging development was



the large number of visitors from eastern Europe, in particular from Hungary, Poland, Russia, the Czech Republic, Slovenia and Ukraine.

J. A.



Tutte le tendenze della piscina in mostra a Piscine 2006

Spazio di sogno e seduzione, *Piscine* (Lione, 14-17/11/06) è un appuntamento unico che riunisce in un solo luogo tutto il mondo della piscina.

La Francia nel 2004 ha registrato un volume d'affari di 1,4 miliardi di euro; il settore conta 28.000 posti di lavoro, di cui 3000 creati tra il 2003 e il 2004: il mercato francese della piscina privata è dunque uno dei primi in Europa. La manifestazione lionese si colloca in questo contesto.

Dopo aver accolto 18.000 visitatori nel 2004, *Piscine 2006* resta un riferimento internazionale e attende 630 espositori e 20.000 visitatori.



Il salone sarà organizzato in quattro aree: **Piscine**, dedicato alla struttura privata, ai rivestimenti, agli accessori, alla sicurezza; **Centri acquatici e Piscine pubbliche**;

Sistemazioni esterne ed illuminazione (novità del 2006): quest'area raccoglie tutto ciò che contribuisce a valorizzare il bacino per le piscine private e pubbliche. Dal pavimento, ai mobili passando per la cucina d'esterno e l'illuminazione, la sistemazione completa della piscina prende forma; **Forma e wellness**: terme, sauna, solarium, fitness, attrezzi sportivi. www.piscine-expo.com

Dal Mepse segnali di sviluppo in Medio Oriente per l'industria di terme e piscine

Trans Continental Fairs Management, organizzatrice del Mepse – Middle East Pool and Spa Exhibition, ritiene che il mercato delle piscine in Medio Oriente sia uno dei più ricchi del mondo.

Si stima che l'area generi un giro d'affari annuo di 25 milioni di dollari tra piscine, terme e accessori per centri benessere.

La seconda edizione del Mepse, svoltasi dal 20 al 22 marzo scorso, ha radunato oltre 120 protagonisti locali e internazionali dell'industria della piscina e delle terme. La prima edizione, tenuta nel 2004 ad Abu Dhabi, ha riscosso un successo tale da dover cercare, quest'anno, spazi maggiori al Dubai World Trade Centre.

Il salone si è concentrato sulle tecnologie di costruzione delle piscine e sui relativi materiali. Gli espositori, giunti dal Medio Oriente ma anche da Europa e Asia, hanno mostrato un'ampia gamma di soluzioni, compresi i servizi di tipo architettonico e paesaggistico, l'abbigliamento da mare, le piscine

riabilitative e da svago, le piastrelle. "Le attrezzature per piscine hanno fatto passi da gigante negli ultimi anni e la competizione nel settore si sta intensificando" afferma Jyothi Joseph, curatrice del salone alla Trans Continental Fairs Management.

"Abbiamo avuto 2500 m² di spazi, venduti a ditte molto note, e quasi 4000 visitatori", aggiunge. "L'evento ha attirato un pubblico professionale, creando nuove e proficue opportunità d'affari per espositori e visitatori."

Tra i visitatori del salone, albergatori, gestori di centri termali e benessere, membri di amministrazioni pubbliche e di organismi turistici ma anche proprietari di appartamenti, ville e palazzi, oltre che aziende immobiliari, compagnie finanziarie, imprese edili e architetti.

"Siamo molto soddisfatti del risultato e se la domanda continua a crescere così, potremmo anche rendere il salone annuale" conclude la signora Joseph.

www.mepool.com

Buone previsioni per Intersicop 2007 - Good expectations for Intersicop 2007

Dalla prima assegnazione degli spazi per Intersicop 2007, la mostra internazionale per panetteria, pasticceria e industrie affini, che si svolgerà dal 10 al 14 marzo 2007 a Madrid, le previsioni positive dell'Ifema, organizzatore della manifestazione, sono state confermate. Con quasi un anno di anticipo, infatti, circa 160 aziende, a cui se ne aggiungeranno presto altre 40, già hanno riservato oltre 20.000 m² di area espositiva netta. Il che significa già un'area pari a due dei quattro padiglioni destinati alla manifestazione.

Alla luce di questi dati, il comitato organizzatore dell'Intersicop è ottimista, dal momento che i target commerciali fissati sono stati raggiunti.

Per la preparazione di questa ottava edizione, Intersicop può ancora una volta contare sul supporto delle principali associazioni di settore, come la Ficop, la federazione delle industrie per confetteria, panificazione e simili, così come di altre associazioni.

All'Intersicop 2007, l'industria internazionale della panificazione avrà modo di mostrare il suo volto più innovativo, con una vasta gamma di forni, mezzi di trasporto refrigerati, accessori da forno, pasta surge-lata, attrezzature e servizi.

After the first awarding of space for Intersicop 2007, the International Exhibition for Bakery, Confectionery and Similar Industries, to be held between 10th and 14th March 2007 at Parque ferial Juan Carlos I in Madrid, the positive forecasts made by the organizer Ifema have been confirmed. Still a year to go before the show, about 160 companies, to which another 40 will soon be added, have already reserved over 20,000 net square metres of exhibition area. That is to say, two of the four halls where the exhibition will take place.

In view of these figures, the management of Intersicop is optimistic as it observes how the commercial targets that had been fixed are being fulfilled

During the preparations for this eighth edition, Intersicop once again is relying on the sponsorship of the main business associations within the sector, Ficop, the Federation of Industries for Confectionery, Bakery and Similar Products, as well as other associations.

At Intersicop 2007, the baking industry will be able to show its most innovative face, with a wide-ranging exhibition of ovens, refrigerated means of transport, accessories for bakery, frozen dough, equipment and services.



hogatec 2006 a Düsseldorf hogatec 2006 in Düsseldorf

La comunità internazionale degli hotel, dei servizi alimentari e del catering si sta preparando per l'hogatec di Düsseldorf dal 24 al 28 settembre 2006. Più di 500 espositori presenteranno una panoramica rappresentativa delle tendenze e degli sviluppi più recenti dell'industria.

La visita sarà resa particolarmente interessante anche dai numerosi parchi tematici, dalle sezioni specializzate e da un attraente programma di eventi collaterali, che arricchiranno l'esposizione vera e propria.

Ancora una volta il Salone internazionale per hotellerie, gastronomia e catering si terrà insieme alle fiere InterMopro/InterCool/InterMeat (dedicate a latticini, surgelati, gelati, tecnologie, carni e insaccati).

Confermata la presenza tra gli espositori di nomi prestigiosi, come il gruppo Metro, Mkn, Enodis, Neubert, Melitta o Saeco. Le sezioni dedicate alle tecnologie e ad arredi e decorazioni saranno quest'anno ospitate nei padiglioni 9 ed 11, in modo da permettere ai visitatori un colpo d'occhio complessivo sull'intero spettro dei prodotti esposti fin dal loro ingresso alla fiera.

Infine, lo svolgimento parzialmente simultaneo di Interbad (27-30/9), fiera internazionale per piscine, tecnologia per piscine e bagni, saune, fisioterapia e benessere, offrirà un notevole valore aggiunto per molti gruppi target di visitatori di entrambi gli eventi.

The international world of hotels, food service and catering is focusing on Düsseldorf from 24 to 28 September 2006. More than 500 exhibitors invite visitors to gather a representative overview of current trends, tendencies and developments in the industry at hogatec 2006.

Diverse theme parks, special topics and an attractive supporting programme promise an effective trade fair visit and round off the offers on display at the exhibition buildings. The International Trade Fair Hotels, Food Service and Catering is being held again concurrently with the food fairs InterMopro/InterCool/InterMeat (for Dairy Products, Frozen Foods, Ice Cream, Technology, Meat and Sausages).

Renowned exhibitors such as Metro group, Mkn, Enodis, Neubert, Melitta or Saeco know of hogatec's competencies and have already confirmed their participation. The technology and furnishing/decoration sections will be equally represented in halls 9 to 11. This will offer visitors a comprehensive overview of the entire topic spectrum directly upon entering hogatec.

In addition, the partially concurrent staging of interbad, International Trade Fair for Swimming Pools, Pool and Bath Technology, Saunas, Physiotherapy and Wellness will offer an enormous value-added for many visitor target groups of both events.



Fitness 2006: il mondo della palestra s'incontra a Madrid - Fitness 2006: the world of gym meets in Madrid

di/by Lorenzo Villa

Fitness, il grande appuntamento dell'industria della palestra a Madrid, ha registrato anche quest'anno cifre record di partecipazione. Dal 7 al 9 di aprile, 19.650 visitatori (+12% rispetto alla precedente edizione) e 160 espositori hanno partecipato alla decima edizione della manifestazione organizzata da Ifema.

Lungo un percorso di 10.000 m² sono state presentate le ultime novità tra le attrezzature per palestre e impianti sportivi. Protagoniste della mostra sono state le tecniche di relax orientali, come Pilates, Yoga e Tai-Chi, insieme con i centri termali urbani più innovativi.

Inoltre, lo sviluppo tecnologico del settore è stato rappren-



tato da numerose ditte d'avanguardia in informatica e controllo degli accessi, così come in macchinari d'ultima generazione cardiovascolari, isotonici e di muscolazione. Un'offerta che si completava con le nuove linee di moda sportiva e i più recenti prodotti di dietetica e nutrizione, oltre alle innovative apparecchiature per estetica e abbronzatura.

Prossima edizione dal 27 al 29 aprile 2007.

Fitness, the grand event for the fitness industry in Madrid, once again witnessed some record attendance figures. From 6th to 9th April, 19,650 visitors (that is +12% compared to the previous edition) and 160 exhibitors took part in the 10th edition of the exhibitions, which was organized by Ifema.

Throughout an area measuring some 10,000 m², the latest innovations in equipment for gyms and sports centres were presented. Oriental relaxation techniques such as Pilates, Yoga and Tai-Chi shared space alongside the most innovative urban spas.

The technological development of the industry was represented through many leading computer and access-control companies, not to mention enterprises that market the latest generation of cardiovascular, isotonic and body-building equipment and machinery. The exhibition was complemented by new sports fashion lines and the latest products in dietetics and nutrition, in addition to innovative beauty and bronzing equipment.

Next edition will take place from April 27th to 29th, 2007.



Grandi novità sono attese per l'edizione 2007 di Aliment&Attrezzature, la rassegna dedicata ad agroalimentare ed attrezzature professionali, proposta da Centro Fiera del Garda di Montichiari e Staff Service. Dal 18 al 21 febbraio 2007 i riflettori si accenderanno sull'edizione del ventennale: la mostra si presenterà rinnovata e sempre più in linea con le esigenze del mercato, oltre ad essere caratterizzata da tanti eventi unici e di forte richiamo.

Ne citiamo solo alcuni, come la Cena di Gala, con ospiti speciali e la consueta consegna del Premio della Brescianità, open house specifici, Viaggi nel gusto, aree e promozioni dedicate a hotellerie e wellness. Aliment&Attrezzature presenterà inoltre un settore legato ai prodotti specifici per le vacanze all'aria aperta, in particolar modo per caravan e camper e

un grande Concorso nazionale dedicato al gelato artigianale.

Importante corollario tecnico saranno i laboratori di degustazione, uniti a convegni di alto livello ed incontri con gli autori, dedicati a temi specifici, con la partecipazione dei migliori esperti nazionali. Un focus su fasi produttive, teorie sulla nutrizione, tendenze gastronomiche, con dimo-

Aliment&Attrezzature festeggia il ventennale

strazioni dal vivo e partecipazione di grandi nomi e veri artisti della cucina.

Ancora più spazio al settore "food": questo sarà uno dei temi ricorrenti della 20^a edizione di Aliment&Attrezzature, sostenuta dalla Provincia di Brescia e dalla Regione Lombardia. Con gli Enti pubblici parteciperanno anche le varie associazioni di



categoria ed i consorzi presenti sul territorio. Questa sensibile adesione è una risposta concreta alla necessità di incentivare sempre più divulgazione e conoscenza. Una "politica del fare" che viene costantemente premiata da pubblico ed espositori, come per il Commercial Market Expo, salone dedicato alle ultime novità per gli ambulanti, ormai stabilmente alla leadership nazionale.

Mantenendo fede al proprio slogan "La Passione, la Tradizione", Aliment&Attrezzature si conferma luogo speciale d'incontro tra antichi patrimoni culturali e tecnologia d'ultima generazione. Una serie di plus che faranno di Aliment&Attrezzature una vetrina autentica e completa, capace di rispondere alle necessità degli operatori, degli imprenditori e dei professionisti della ristorazione.

L. P.

Alessandro Bassetti,
Stefano Sala

Il grande libro dell'aloè
Storia, botanica,
composizione
e aspetti farmacologici
di una pianta leggendaria

Zuccari, Trento 2003,
pp. 192 euro 18,00

Il testo indaga le strabilianti proprietà terapeutiche dell'Aloe.

Il lettore troverà tradizioni e miti, fino all'analisi scientifica che evidenzia l'efficacia e la versatilità di questa famosa pianta carnosa.

Gayla J. Kirschmann,
John D. Kirschmann

Almanacco della nutrizione
Quarta edizione

Alfa Omega, Roma 1999,
pp. VI-470 euro 23,75

Il processo della nutrizione nell'arco della vita è il punto di partenza con quale il libro si approccia alle meraviglie della natura.

L'importante pubblicazione sulla medicina alternativa fornisce tutte le informazioni nutrizionali indispensabili, le nozioni e i dosaggi di integratori, erbe e fitoterapici. Indaga inoltre trattamenti alternativi quali omeopatia e aromaterapia.

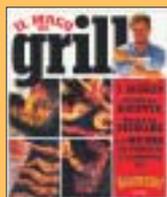
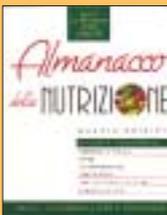
Steven Raichlen

Il mago del grill

Piemme, Casale Monferrato (AL) 2003,
pp. VIII-143 euro 17,00

Una guida al barbecue completa e illustrata con tante ricette e tutte le tecniche.

Dalle carni al pesce, dal pollo ai gamberi, dalla frutta alla pizza, tanti suggerimenti e consigli per diventare professionisti del grill.



Al via la 15ª edizione di Exposanità

Imminente a Bologna Exposanità 2006, che si svolgerà dal 25 al 27 maggio e avrà, per la prima volta, una coda domenica 28, in cui rimarranno aperti i saloni Emergenza sanitaria e Horus. 70 i convegni



Fin dalla prima edizione del 1982 (allora si chiamava Hospital), Exposanità ha svolto un ruolo fondamentale per lo sviluppo del sistema sanitario del nostro paese.

Il contributo di Exposanità alla sanità italiana è indirizzato soprattutto all'individuazione degli obiettivi, alla soluzione delle problematiche gestionali e organizzative, all'analisi dei ruoli e delle responsabilità professionali in un'ottica di servizio ai cittadini.

Punto di riferimento per il mondo sanitario

Exposanità si è affermata grazie alla capacità di costituire un punto di riferimento fondamentale per chi opera nel mondo della sanità, non solo sotto l'aspetto del business, ma

anche del suo progresso strutturale e culturale, evolvendosi fino a costituire il momento di aggregazione di tutte le componenti della sanità e assolvendo alla funzione di evidenziare i diversi aspetti della realtà sanitaria del nostro paese, che l'hanno portata a diventare la seconda fiera del settore dell'Unione Europea.

Se nel corso delle passate edizioni Exposanità si è affermata come punto di riferimento per tutti coloro che operano nel complesso settore della sanità e della salute, ciò è avvenuto grazie a una proposta culturale ricca di contenuti e alla capacità di prefigurare risposte valide alle sollecitazioni emerse dal sistema sanitario.

Anche quest'anno la Mostra internazionale al servizio della



sanità e della salute si propone di favorire lo sviluppo delle condizioni culturali, organizzative ed economiche della sanità italiana e dedicherà particolare attenzione alla convergenza sempre più evidente di sanità e assistenza, rispondendo al fondamentale criterio etico che pone al centro dei problemi e delle soluzioni la persona umana.

70 convegni

Coerentemente col passato, la 15ª edizione di Exposanità presenterà numerosi e significativi convegni (oltre 70) che tratteranno le principali tematiche relative alla sanità e alla salute; inoltre, le aziende avranno a disposizione degli spazi per l'organizzazione di seminari e workshop.

A questo scopo saranno utilizzati il Palazzo dei Congressi adiacente al quartiere fieristico, le sale del Centro Servizi e numerose sale inserite nei padiglioni espositivi.

I dieci saloni

Exposanità si articola in dieci saloni tematici per consentire al visitatore una più facile lettura e per garantire una panoramica complessiva del settore:

- Hospital – Salone delle tecnologie e prodotti per ospedali;
- Diagnostica 2000 – Salone delle apparecchiature e prodotti per la diagnosi;
- Sistem – Salone dell'informatica sanitaria e della telemedicina;
- Salute amica – Rassegna dei progetti e delle realizzazioni per la qualità del servizio sanitario;
- Horus – Handicap, ortopedia, riabilitazione, umanizzazione sanitaria;
- Mit – Medical innovation & technology;
- Sanità animale – Organizzazione, tecnologie, soluzioni per la sanità animale;
- Healthy dental – Prodotti, tecnologie e soluzioni per la salute dentale;
- Anni d'argento – Idee, prodotti e servizi per la terza età;
- Emergenza sanitaria – Salone dell'emergenza sanitaria.

A. G.

IH/M&RS amplia la sua offerta IH/M&RS expands its offer

Un'offerta gastronomica ampia e diversificata: questo è quanto offrirà il prossimo novembre l'IH/M&RS - Salone internazionale per alberghi/motel e ristoranti. Ciò è possibile grazie alla collocazione con altre quattro importanti esposizioni culinarie: All Asia Food Expo, Expo Comida Latina e il Koshersfest, tutti al Jacob K. Javits Convention Center di New York.

L'evento, che sarà la più grande vetrina nordamericana del settore, porterà complessivamente circa 2000 espositori e

45.000 compratori. Ogni esposizione manterrà la propria identità specifica, a cui la partnership tra gli organizzatori George Little Management e Diversified Business Communications consente di aggiungere un accesso trasversale a più mercati.

Inoltre, l'IH/M&RS si svolgerà ancora una volta insieme ad Ex*tracts, Essentials for spa, home and travel, vetrina di più di 200 linee di prodotti dedicate ad impianti termali per l'industria dell'ospitalità. In programma anche seminari centrati su temi e tendenze della gastronomia.



A new access to expanded and diverse culinary resources will be offered next November by the IH/M&RS - International Hotel/Motel & Restaurant Show. This is due to the collocations with other four culinary shows: All Asia Food Expo, Expo Comida Latina and Koshersfest, at New York's Jacob K. Javits Convention Center.

The total market experience will feature nearly 2,000 exhibitors and is expected to draw more than 45,000 buyers, representing the largest showcase of its kind in North America. Each show will maintain its unique brand identity,

with show organizers George Little Management and Diversified Business Communications partnering to provide attendees with cross-market access.

In addition, the IH/M&RS once again will co-locate with Ex*tracts, Essentials for spa, home and travel, representing more than 200 product lines focused on spa-related resources for the hospitality industry. Seminars focused on culinary topics and trends will also highlight the event schedule

L'IH/M&RS è rappresentato in Italia da Universal Marketing Sas
www.universalmarketing.it



Nuovo salone Ife in Russia New Ife show in Russia

Ife Fresh Produce 2006 (Mosca, 21-23/11) è la prima ed unica fiera russa dedicata ai prodotti alimentari freschi. L'organizzatore londinese Montgomery International ha unito le forze con la Cee-Cev Exhibitions (gruppo Expomedia) per lanciare questo nuovo salone, col fine di diffondere ulteriormente il marchio Ife. Il marchio è ampiamente riconosciuto a livello mondiale per i qualificati saloni alimentari in Ungheria, India, Polonia e Regno Unito.

Ife Fresh Produce 2006 (Moscow, 21-23 November) is Russia's first and only dedicated fresh produce trade fair. London based trade fair pioneers, Montgomery International, have joined forces with Expomedia's Cee-Cev Exhibitions to launch this show, in a further roll out of the internationally respected Ife brand. The brand is internationally recognised for providing top quality food exhibitions in Hungary, India, Poland, and the UK.

Gulfood più grande nel 2007 A bigger Gulfood in 2007

L'11° Gulfood, Gulf Food, Hotel and Equipment Exhibition, e Salon Culinaire, svoltosi a Dubai dal 19 al 22 febbraio, ha raggiunto le più alte cifre nella sua storia. Il salone ha riunito 2173 aziende da 70 paesi, inclusi 46 padiglioni nazionali. I visitatori sono stati 32.022 da 146 paesi, di cui il 58% proveniente dall'estero.

“La manifestazione è passata da biennale ad annuale e, nonostante, gli spazi espositivi e la domanda delle aziende continuano a crescere” commenta Helal Al Marri, direttore generale del Dubai World Trade Centre, organizzatore della manifestazione.

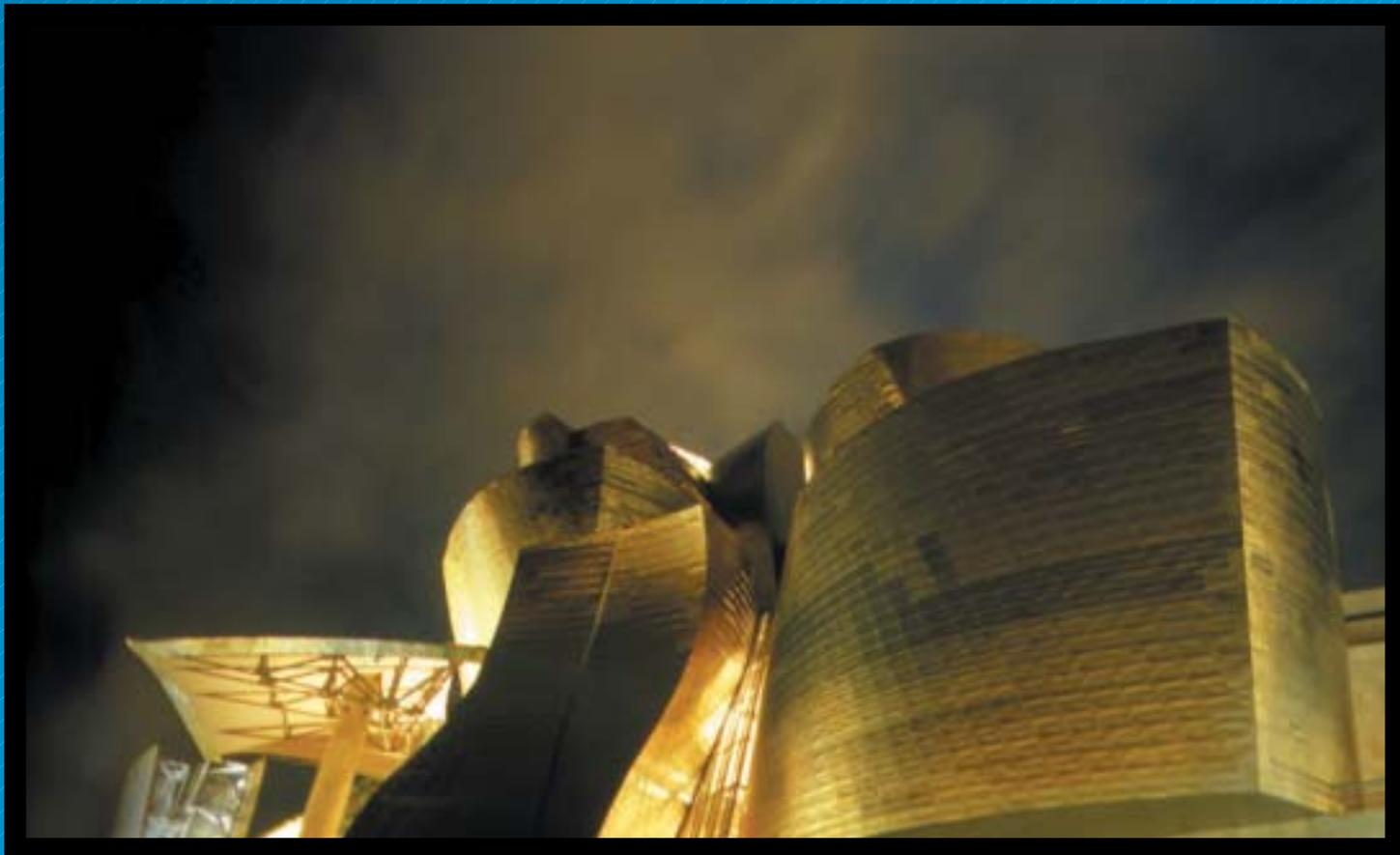
In risposta alla crescente domanda, Gulfood 2007 (sempre dal 19 al 22/2). sarà ampliato di 10.000 m², in modo da fornire una piattaforma più grande per compratori e venditori.

The 11th Gulfood, Gulf Food, Hotel and Equipment Exhibition, and Salon Culinaire, held from February 19th to 22nd in Dubai, recorded an all time high in the level of transactions and business activity. The show brought together 2173 companies from 70 countries and featured 46 national pavilions. Visitors were 32,022 from 146 countries, 58% coming from abroad.

“It is unprecedented for an exhibition to go from a biennial to an annual format and actually experience an increase in floorspace and demand” explains Helal Al Marri, Director General of the organizer Dubai World Trade Centre.

In response to the great demand from industry, Gulfood 2007 (always from February 19th to 22nd) will expand by 10,000 m² to provide a bigger platform for buyers and sellers.

NOI L'AVREMMO FATTO TRASPORTABILE



Belli da vedere, ma anche funzionali, pratici, adattabili. I nostri stand sono studiati e realizzati per rispondere ad ogni specifica esigenza, pratica ed estetica.

Mano d'opera specializzata, materiali di prima qualità, finiture di pregio, ci hanno portati ad essere per le aziende un punto di riferimento a livello europeo.



PUBLISTAND

CAPOLAVORI FORMATO FIERA

PIANETA ITC & TECNOLOGIE PER FIERE-CONGRESSI-EVENTI

44

Riccione è la capitale
dei congressi con Expocon

45

L'innovazione nel settore
congressuale è premiata
con *Le Vele d'Oro*

45

Un convegno Federcongressi
per valorizzare
il peso del congressuale
nell'economia italiana

46

Voicecom, l'evento
che fa luce sul front office

46

Da Apple
il MacBook Pro 17"

47

Gestire fiere, congressi
e turismo con i siti web
firmati Ciao Soft
*Exhibition, congress
and tourism management
with the web sites
designed by Ciao Soft*
di/by Lorenzo Paparo

48

Adobe Creative Suite 2
Premium: un ambiente
completo per stampa, web
e dispositivi mobili
*Adobe Creative Suite 2
Premium: a complete design
environment for print, web
and mobile publishing*
di/by Giampaolo Squarcina

IL PUNTO

Orlando: ad agosto sviluppatori FileMaker a congresso

La FileMaker Developer Conference si terrà dal 13 al 17 agosto 2006 negli spazi del JW Marriott Grande Lakes Resort a Orlando in Florida

Il tema dell'edizione 2006 della *FileMaker Developer Conference* è "Portare le Soluzioni FileMaker sul Web".

Sono attesi a Orlando più di 1200 sviluppatori e clienti FileMaker appartenenti al mondo degli affari, dell'istruzione, della pubblica amministrazione, del non-profit, provenienti da oltre 30 paesi diversi.

I relatori alla conferenza, tutti grandi esperti di FileMaker, esploreranno le innovazioni in termini di integrazione web, facilità d'uso, personalizzazione delle soluzioni e produttività di sviluppo apportate dalla gamma di FileMaker 8.

"La crescente popolarità di FileMaker ha attirato una nuova generazione di sviluppatori che, con le loro soluzioni, contribuiscono a diffondere le applicazioni di FileMaker in nuovi ambiti." - dichiara Dominique Goupil, presidente di FileMaker - "La maggior parte dei nostri sviluppatori guarda alle potenzialità web di FileMaker come il modo per accrescere la propria competitività e capacità di fornire prestazioni di valore ai propri clienti."

L'edizione 2006 della *FileMaker Developer Conference*, giunta al suo undicesimo anno, comprenderà più di 60 sessioni ripartite in quattro corsi principali: Corso Base, Corso Avanzato, Corso di Web Publishing e Workshop. Oltre a un'ampia gamma di sessioni tecniche, la



Grande Lakes Resort, Orlando

conferenza offrirà uno spazio espositivo con soluzioni e prodotti FileMaker di terze parti, incontri con gli ingegneri di FileMaker, i responsabili di prodotto e membri del team di supporto tecnico, incontri speciali su temi di particolare interesse, la premiazione

dei *FileMaker Excellence Awards 2006*, e numerosi altri eventi sociali e di svago. Il presidente di FileMaker Dominique Goupil terrà la sessione d'apertura.

Ecco un elenco non esaustivo delle sessioni in programma:

- Costruire un content management system in dieci passaggi usando FileMaker Pro e Php;
- Ripensare lo Script Design;
- Utilizzare FileMaker Pro 8 in ambiente Web 2.0;
- Tecniche avanzate;
- Data modeling gratis per tutti;
- Portare la propria soluzione FileMaker Pro 8 in un mercato verticale;
- Creare interfacce grafiche dinamiche con FileMaker, Xml e Flash;
- Costruire un'interfaccia multi-lingua con FileMaker Pro;
- Accedere a servizi web da FileMaker Pro;
- Uno sguardo approfondito all'uso di Php con FileMaker;
- Gli sviluppatori FileMaker condividono quel che bolle in pentola.

Giampaolo Squarcina

Christopher Andrew,
Vasilij Mitrokhin

L'archivio Mitrokhin

Una storia globale
della guerra fredda
da Cuba al Medio Oriente

Rizzoli, Milano 2005,
pp. 608 euro 26,00

Gli inediti retroscena delle attività segrete del Kgb, basati sui documenti che Mitrokhin, capoaichivista del Kgb, consegnò agli inglesi nel '92.

Dal Medio Oriente all'America Centrale, dal Mediterraneo al Pacifico, mezzo secolo di storia.

Marco Zatterin

Trafalgar

La battaglia
che fermò Napoleone

Rizzoli, Milano 2005,
pp. 464 euro 22,00

Per il bicentenario della celebre battaglia navale, un libro che ne ripercorre le fasi.

L'epica sfida in cui Nelson pose fine al sogno di Napoleone di invadere l'Inghilterra e di conquistare la supremazia sui mari.

Andrew Parker

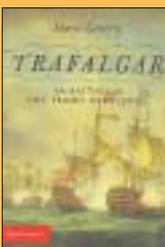
In un batter d'occhio

La causa
del più spettacolare evento
nella storia della vita

Zanichelli, Bologna 2005
pp. 322 euro 28,00

Durante l'esplosione cambriana i tipi di animali passarono da tre a trentotto e poterono muoversi velocemente.

La causa individuata da Parker riguarda l'evoluzione dell'occhio: ciò avrebbe portato all'inizio della predazione attiva, alla comparsa di zampe articolate e gusci duri.



Riccione è la capitale dei congressi con Expocon

Il 18 e 19 maggio 2006 a Riccione la nuova edizione della "manifestazione delle manifestazioni", arricchita quest'anno da un prestigioso premio giornalistico

Il 18 e il 19 maggio Riccione si apre nuovamente, come ogni anno, al mondo dei congressi, degli eventi e delle manifestazioni, ospitando Riccione Expocon.

Expocon è una manifestazione interassociativa promossa da Palariccione Spa (società mista pubblico-privata, nata per la realizzazione e la gestione del nuovo Palazzo dei Congressi), dedicata agli addetti del mondo congressuale, fieristico ed espositivo. Un'opportunità per confrontarsi su nuovi progetti, trovare sinergie, dibattere dei problemi comuni e partecipare a momenti formativi e informativi.

Collaborano all'organizzazione dell'evento Italia for Events, Federcongressi e le associazioni di categoria nazionali del settore degli eventi congressuali, aziendali e incentive.

Nato per facilitare l'accesso all'informazione su tutto ciò che è innovazione nel mondo della convegnistica, Riccione Expocon è diventato un momento imprescindibile per il confronto e l'aggiornamento per chi opera nel settore congressuale.

L'ottimo riscontro di Expocon negli anni precedenti ne ha fatto un punto di riferimento importante per il sistema convegnistico italiano ed internazionale, e per la sua edizione 2006 la manifestazione si rinnova e si amplia.



Nell'ambito della manifestazione si svolgerà, come ogni anno, il concorso internazionale *Le Vele d'Oro* (vd. articolo nella pagina seguente).

Nasce il premio giornalistico

La grande novità di Expocon 2006, in un'ottica di innovazione che ben si sposa con i suoi fondamenti, è l'istituzione di un nuovo e importante riconoscimento: la prima edizione di un premio giornalistico che vedrà protagonisti i giornalisti che hanno saputo dare, nel corso del 2005, il miglior contributo professionale al turismo congressuale, distinguendosi per completezza e correttezza dell'informazione.

L'obiettivo del premio è di sostenere l'industria italiana dell'ospitalità e dei congressi,

in un'ottica di sviluppo che coinvolga congiuntamente il settore congressuale e i media, che hanno il ruolo di creare visibilità e informazione sui processi di sviluppo e sulle tematiche in atto nel comparto congressuale.

Saranno attribuiti quattro premi tecnici, suddivisi per settore di riferimento: carta stampata, televisione/radio, stampa tecnica di settore e on line.

È previsto inoltre un premio speciale da destinarsi a una personalità di spicco del mondo dell'informazione congressuale, indipendentemente dallo specifico ambito di provenienza.

La premiazione dei cinque vincitori si svolgerà alla fine del convegno *Obiettivi, strategie e azioni per la promozione dell'Italia Congressuale* promosso da Palariccione e organizzato da Federcongressi nella seconda giornata della manifestazione Riccione Expocon 2006, alla presenza di personalità del mondo del giornalismo (vd. riquadro in pagina a fianco).

Tutte le informazioni sul premio, dal regolamento al modulo per l'iscrizione, sono disponibili sul sito internet www.palariccione.com alla sezione news, e sul sito www.riccioneexpocon.it.



Expocon celebra, anche nel 2006, le innovazioni nel mondo congressuale, e lo fa col premio internazionale *Le Vele d'oro*.

Nato con lo scopo di individuare e premiare tutti i produttori di innovazioni tecnologiche, metodologiche e di sistema per gli eventi aziendali, congressuali e incentive, il riconoscimento, giunto alla terza edi-

L'innovazione nel settore congressuale è premiata con *Le vele d'oro*

Anche quest'anno, in occasione di Expocon 2006 che si terrà il 18 e 19 maggio a Riccione, sarà assegnato il premio per le innovazioni congressuali che, negli anni passati, ha visto la partecipazione di aziende da tutto il mondo

candidature ricevute e a selezionare quelle più meritevoli e significative per il comparto congressuale, aziendale e incentive.

Come per ogni edizione *Le vele d'oro* permetterà a coloro che saranno selezionati di disporre di un proprio stand durante i giorni di Expocon 2006 per poter presentare le proprie innovazioni a profes-



zione, è diventato un appuntamento fisso per chiunque desideri proporre interessanti novità e invenzioni da applicare al settore convegnistico.

Un evento che raccoglie adesioni da ogni parte del mondo e che può già vantare, nel corso degli anni, la partecipazione di molti concorrenti esteri tra cui Stati Uniti, Inghilterra, Svizzera e Spagna che parteciperanno anche a questa edizione.

Anche per *Le Vele d'oro* 2006 saranno vari e differenti gli ambiti nei quali saranno assegnati i riconoscimenti:

- Audiovisivi e interattività;
- Soluzioni allestitive (flessibilità, modularità, funzionalità, ottimizzazione degli ingombri);
- Software per la gestione congressuale, controllo accessi, *customer relationship management*;
- Internet e convegni;
- Accesso all'intera gamma delle diversità umane ai servizi congressuali;
- Innovazione nelle dinamiche congressuali: interazione e coinvolgimento dei partecipanti;
- *Green meeting*.

Il premio è aperto a coloro che hanno realizzato prodotti,

sistemi o metodologie innovative per il mondo congressuale e possono partecipare aziende, studi, semplici professionisti e

privati artigiani. Un Comitato Scientifico, formato da autorevoli esperti internazionali, provvederà a valutare tutte le

sionisti del settore, esperti e giornalisti che intervengono al gran completo durante i due giorni della manifestazione.

Un convegno Federcongressi per valorizzare il peso del congressuale nell'economia italiana

Riccione Expocon ospita, durante la seconda giornata, il convegno *Obiettivi, strategie e azioni per la promozione dell'Italia congressuale* promosso da Palariccione e organizzato da Federcongressi: un approfondito confronto tra protagonisti politici, privati ed istituzionali sul peso economico del settore congressuale per l'economia turistica italiana.

Il convegno si terrà venerdì 19 maggio 2006 alle 9.30. All'evento, che gode della collaborazione di Italcongressi, Meet in Italy, Mpi Italia Chapter, Pco Italia e Site Chapter Italy, e del supporto di Palariccione Spa, parteciperanno rappresentanti delle istituzioni, esperti del mondo congressuale e giornalisti.

Dedicato a un settore in piena espansione come quello congressuale, che a oggi rappresenta una delle fonti di maggiore introito per l'industria turistica italiana coi suoi 23 milioni di fatturato annui, il convegno si pone gli obiettivi di elaborare e discutere le migliori soluzioni per promuovere il nostro paese nel mondo e valorizzare la qualità dell'offerta italiana nel settore del turismo congressuale e degli affari.

Dopo i saluti del sindaco di Riccione Daniele Imola e del presidente di Palariccione Spa Giorgio Montanari, seguirà un'introduzione ai temi del convegno a cura di Adolfo Parodi, presidente di Italcongressi. Gli interventi tecnici su *Il brand nella promozione*

della destinazione congressuale saranno a cura di: Giacomo Del Chiappa (dotto- re di ricerca in Marketing e Gestione delle Imprese – Università degli Studi di Milano Bicocca), Henri Cérán (presidente Efect–European Federation of Conference Town e direttore del *French Riviera Convention Bureau*).

Seguirà una tavola rotonda su esigenze, ruoli, strutture nella promozione del congressuale italiano moderata da Massimo Fabio, presidente Italcongressi e vice presidente Federcongressi, alla quale sono stati invitati, tra gli altri, Susanna Bellandi, Ettore Bianchi dell'Enit, Stefania Agostini, Nino Leanza, Rodolfo Musco e Alan Pini.

www.federcongressi.it

Daniele Luttazzi
Bollito misto
con mostarda

 Feltrinelli, Milano 2005,
 pp. 376 euro 12,00

Luttazzi ci ha abituato a una satira senza mai termini.

In questo libro prende in esame vizi e ipocrisie della società italiana, con particolare riguardo alla classe politica e al mondo dell'informazione.

Gian Antonio Stella

Tribù S.p.a.
Foto di gruppo
con cavaliere bis

 Feltrinelli, Milano 2005,
 pp. 272 euro 17,00

Una serie di ritratti irriverenti dei politici di centrodestra: da Baget Bozzo a Gabriella

Carlucci, da Daniela Santanché a Iva Zanicchi, l'affresco di una stagione politica mai vista prima.

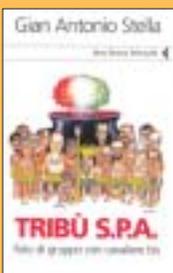
Loretta Napoleoni

Al-Zarqawi
Storia e mito
di un proletario giordano

 Marco Tropea Editore,
 Milano 2006 pp. 256
 euro 16,50

Una ricostruzione documentata e obiettiva di una figura per certi versi ancora misteriosa.

Un libro utile per discernere la verità dall'immagine mediatica, che svela anche la complessità dei conflitti interni al mondo islamico e il tentativo statunitense di usare la guerra per ridisegnare le geografie politiche.


A Villa Erba
di Cernobbio arriva
Touristech

Wireless organizza un nuovo e innovativo evento B2B internazionale completamente dedicato alle tecnologie informatiche e multimediali per l'ospitalità e l'intrattenimento: Touristech (19 maggio 2006). Tra i temi spiccano le nuove tecnologie che stanno cambiando il volto a musei, mostre, strutture sportive, culturali, aziendali e spesso fanno la differenza.

Spazio anche a strumenti hardware e software che permettono agli operatori turistici di offrire servizi online ai clienti. L'evento si pone come forum europeo con spettacoli e demo dimostrativi e con relazioni specifiche all'interno di una conferenza di alto livello.

www.touristech.com
Voicecom, l'evento
che fa luce sul front office

Torna l'appuntamento con VoiceCom, l'evento che fa luce sul front office. Esso si appresta ad andare in scena il 30 e 31 maggio all'hotel Executive di Milano (www.iter.it/voicecom).

Una manifestazione che ogni anno si rinnova mantenendo inalterato il proprio dna: fornire ai partecipanti le strategie e le soluzioni per liberare tutte le potenzialità della comunicazione digitale al servizio del business. Potenzialità che, pur crescendo di anno in anno a ritmi esponenziali, nel nostro Paese rimangono in larga misura inesprese: le applicazioni di front office vengono ancora troppo spesso percepite più come un costo che come un'opportunità, specialmente per quanto riguarda le Pmi. In particolare, nelle aziende italiane la gestione

delle relazioni col cliente rimane nella maggior parte dei casi una pratica relativamente giovane, che risente di una visione strategica nel lungo periodo ancora limitata.

Il Crm, per esempio, viene considerato quasi esclusivamente nella sua dimensione tecnologica e operativa, trascurando il fatto che esso rappresenti principalmente un tema organizzativo e strategico: un'opportunità, quindi.

È per questo che VoiceCom (che quest'anno celebra i primi dieci anni di attività) prosegue nell'intento di rendere l'eterogeneo mondo del front office sempre più accessibile e comprensibile, specialmente per chi ritiene tali applicazioni appannaggio esclusivo delle aziende di grandi dimensioni.


Da Apple il MacBook Pro 17"

Un portatile spesso 2,59 cm, fino a cinque volte più veloce del suo predecessore PowerBook G4 e con un display luminosissimo. Per soli tre chilogrammi di peso

Il MacBook Pro è basato sul rivoluzionario Intel Core Duo, che racchiude la potenza di due processori (fino a 2,16 GHz) in un unico chip.

È dotato di 2Mb di Smart Cache, cioè una cache L2 condivisibile da entrambi i core secondo necessità, e regala prestazioni superiori nella grafica 2D e 3D, nell'editing video e nella codifica musicale.

Ma il nuovo motore è solo la punta dell'iceberg. MacBook Pro ha un bus frontside e una memoria che, a 667 MHz, corrono più veloci di qualsiasi Mac portatile precedente. Ed è il primo notebook Apple con Pci Express, disco rigido serial

Ata e Ati mobility Radeon X1600, per grafica mozzafiato.

Con iChat lanciatevi in videoconferenze da una parte all'altra del pianeta. Anche se si nota appena, c'è una webcam integrata nella sottile cornice che sovrasta lo schermo, così potrete tenere videoconferenze coi colleghi di giorno e chattare coi vostri cari la sera.

MacBook Pro include anche Photo Booth, applicazione Apple che consente di scattare autoritratti con effetti degni di Andy Warhol. Grazie alla nuova suite iLife '06 (inclusa nel prezzo), potete registrare filmati con iSight direttamente in iMovie e poi servirvi di iWeb, l'ultimo

nato nella famiglia iLife, per inserire il video in un blog o creare un podcast in pochi clic.

MacBook Pro consente di mettere in mostra i vostri ultimi "capolavori" in modo ancora più semplice e spettacolare! Che siate nell'ufficio di un cliente, sul set o in una camera d'albergo, non dovrete far altro che mettere mano a Apple Remote per controllare i vostri video, la musica, i filmati e molto altro ancora. Grazie a Front Row potrete navigare velocemente all'interno del vostro progetto e riprodurlo da qualsiasi angolo della stanza. Apple Remote vi consente anche di scorrere all'interno delle presentazioni Keynote.

I costi: la versione con schermo a 17" costa € 2.415,83 + iva, quella a 15" parte da € 1.799,17 + iva.

Ciao Soft è una piccola, ma professionalmente molto preparata software house con sede a Genova in Via Brigata Liguria 63R (tel 3356451245, email dir@ciao-soft.com). Creata nel 2001 da un webmaster professionista, Bruno Damonte, da un giovane con l'hobby dell'informatica, Davide Galleri, e da suo padre grande esperto del settore turistico e congressuale, con l'apporto di *free lance* nell'area caraibica e orientale, l'azienda si è subito messa in mostra per i suoi prodotti ad alta tecnologia e creatività.

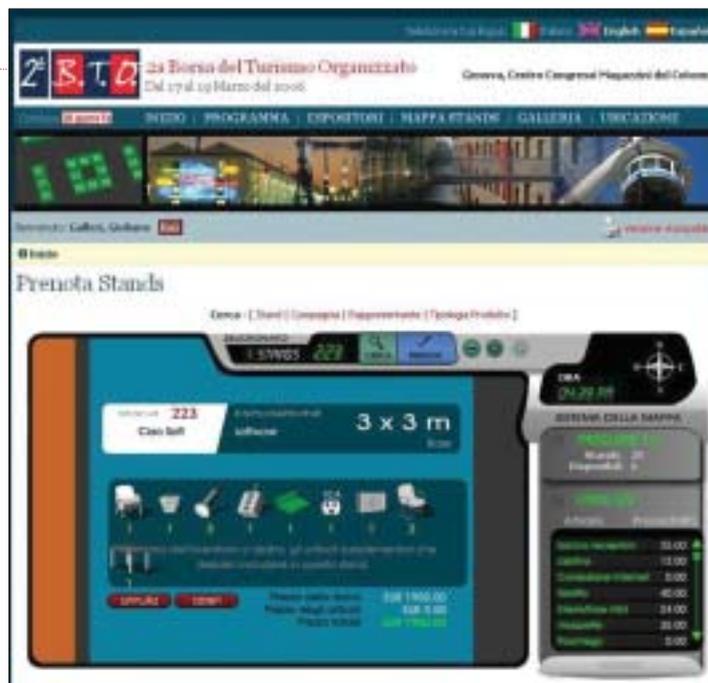
La specializzazione è sicuramente il turismo, ma la maggior parte delle applicazioni realizzate si possono utilizzare nei più svariati settori. Due esempi su tutti: il software per creare e amministrare siti web, e quello per la vendita di prodotti turistici col Drag & Drop come un "carrello della spesa" tradizionale.

Ciao Soft si pone sicuramente ai vertici del settore turismo, per la originalità, professionalità e globalità dei servizi fruibili. Col software **DiDi** per esempio, che integra un'applicazione Flash con Php, e, attraverso il Drag & Drop on line, permette una realizzazione grafica che affascina per la modernità, velocità e semplicità d'uso.

I prezzi accessibili a tutti rappresentano il fattore prioritario del successo, prevalentemente sul mercato internazionale (90% del giro d'affari), di questa software house orientata in un mondo, quello del turismo, che per i bassi margini di profitto non potrebbe altrimenti permettersi sofisticate tecnologie.

Prodotti potenti ma semplici da usare

Fiere e congressi: sito e software con parte Admin e Client per gestire on line siti di fiere, saloni, congressi, meeting, con prenotazione alberghiera, transfer, meeting plan, iscrizione espositore o visitatore e invio automatico di accredito e badge via email. Ma la vera esclusiva è la tecnologia per prendere un'opzione o prenotare on line lo stand



Gestire fiere, congressi e turismo con i siti web firmati Ciao Soft

Exhibition, congress and tourism management with the web sites designed by Ciao Soft

di/by Lorenzo Paparo

preferito e gli accessori, disponibile col sistema Drag & Drop. Realizzato con MySQL e Php.

TourSoft 2.0: siti dinamici con Content Management System (Cms): i siti creati da questo software sono tutti di alto livello qualitativo e permettono la gestione autonoma e indipendente, sia in versione standard che personalizzata.

I siti vengono forniti con un Cms che consente il caricamento diretto on line, da parte del cliente, di ogni testo, foto, link eccetera. Con questo software è possibile gestire alcuni minisoftware integrati come le news, home page items, analisi di mercato, newsletter, faq, staff presentation, blog, ...

Tutti i servizi sono abbinabili a un **Pacchetto Marketing** che include un software newsletter (con email sia prelevabili direttamente dalle iscrizioni al sito, sia importabili da altre mailing list), iscrizione e indicizzazione a tutti i motori di ricerca, consulenza per lo scambio banner e la promozione pay per click.

Ciao Soft is a little but professionally well prepared software house with head office in Genoa (via Brigata Liguria 63R, tel +39 3356454245, email dir@ciao-soft.com).

Founded in 2001 by the professional webmaster Bruno Damonte, by a young man whose hobby is information technology, Davide Galleri, and by his father which is experienced in the congress/tourism industry, the company shown off its skills thanks to its hi-tech products.

Tourism is certainly their specialization but most of the software produced can be used in every product sector. Among all, two examples: the software to design and manage web sites and the software to sell touristic products thanks to a drag&drop system that one can use as a common shopping cart.

Ciao Soft is certainly the top in the touristic industry software thanks to the originality, pro-

fessionalism and globality of their services. With **DiDi** software for example, integrating a Flash application with Php and, thanks to a drag&drop online tool, creating amazing graphics combined with modernity, quickness and ease of use.

Affordable prices are the success of this software house, especially on international markets (90 per cent of their turnover), since Ciao Soft is touristic industry oriented and this sector could not afford hi-tech expensive technologies due to its poor margins of profit.

Powerful and easy products

Fiere e congressi: web site and software with Admin and Client tools to manage online exhibition, trade shows, congresses and meetings web sites. You can manage hotel bookings, transfers, meeting plans, exhibitor/visitor applications with automatic sending of admission tickets and badges via email. But the real exclusive is a technology to choose an option and book on line your favourite stand and its accessories, made with a drag&drop tool. The software is made using MySQL and Php.

TourSoft 2.0: database-linked web sites with Content Management System (Cms): the web sites made with this software are high-quality ones and they allow you to manage them autonomously in the standard version as well as in the customized one.

The sites are built with a Cms allowing the upload of texts, pictures, links. It is also possible to manage news, home page items, market analysis, newsletter, faqs, staff presentations, blogs, ...

Each service is available with a **Marketing Pack** including a newsletter software (email addresses are available via web site subscriptions and importable from other files, too), search engines referencing, banner exchange consulting and pay per click promotion.

Adobe Creative Suite Premium 2 è un ambiente di progettazione unico che comprende le versioni complete di Photoshop CS2, Illustrator CS2, InDesign CS2, GoLive CS2 e Acrobat 7 Professional. Comprende anche strumenti quali Version Cue CS2, Adobe Bridge e Adobe Stock Photos.

Le nuove caratteristiche di Photoshop CS2 e Acrobat 7 Professional sono state recensite su PRISMA 84/2005, pp. 34 e 36.

Il vantaggio della suite completa sta nella possibilità di condividere immagini prodotte da qualunque software con un'altra applicazione della suite.

Questo compito è agevolato da Adobe Version Cue 2.0, un programma di gestione dei file che deriva dal precedente File Browser di Photoshop. Quando è usato insieme ad Adobe Bridge (un nuovo file manager visuale basato su miniature), Version Cue 2.0 traccia la storia dei file prodotti da programmi Adobe e non, fornisce viste di file pdf basate sul web, cerca i file usando i metadati e aiuta a condividere i file coi colleghi che stanno lavorando su altri computer.

Le caratteristiche avanzate di Version Cue 2.0 consentiranno ai progettisti di gestire le opzioni di protezione dei file e di fare periodici back-up dei progetti sui quali si sta lavorando. Si possono anche impiegare procedure batch per eliminare le vecchie versioni dei progetti.

Adobe Bridge è invece una nuova applicazione che permette agli utenti di sincronizzare i settaggi dei colori attraverso i programmi della suite e di vedere anteprime delle immagini da qualunque programma della suite.

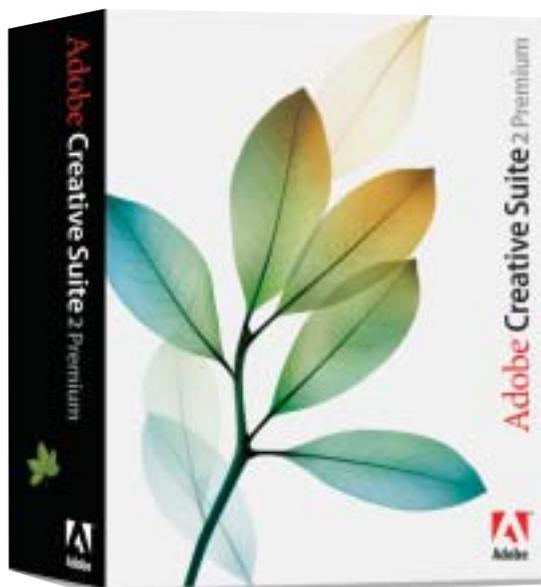
Va detto che i programmi sono un po' lenti su macchine non recenti e quindi per apprezzare appieno l'eccellenza dei software occorreranno computer nuovi e potenti.

Grazie al nuovo servizio Adobe Stock Photos, poi, si potrà cercare foto esenti da diritti d'autore da varie agenzie specializzate, importarle e gestire senza bisogno d'uscire

Adobe Creative Suite 2 Premium: un ambiente completo per stampa, web e dispositivi mobili

Adobe Creative Suite 2 Premium: a complete design environment for print, web and mobile publishing

di/by Giampaolo Squarcina



dalla suite. Alcune aziende leader nella distribuzione di immagini, quali Getty Image, Image Source, Ipn Relay e Masterfile lavorano direttamente con Adobe per fornire contenuti visivi professionali ai grafici.

Prezzi iva compresa (Windows): € 2158,80; aggiornamento da Photoshop 7/CS € 1378,00; da Adobe CS 1.6 o precedenti € 898,80.

Adobe Creative Suite 2 Premium is a unified design environment that combines full new versions of Photoshop CS2, Illustrator CS2, InDesign CS2, GoLive CS2 and Acrobat 7 Professional. It also includes tools as Version Cue CS2, Adobe Bridge and Adobe Stock Photos.

Photoshop CS2 and Acrobat 7 Professional new features

were reviewed on PRISMA 84/2005, pages 34 and 36. The advantage of the whole suite is its ability to share images produced with one software with another software.

This task is helped by Adobe Version Cue 2.0, a file management application which is a revision of former Photoshop's File Browser. When used alongside Adobe Bridge, a new thumbnail-based visual file manager, Version Cue 2.0 tracks file histories produced by Adobe and non-Adobe applications, provides Web-based visuals of Pdf files, searches files via metadata, and helps sharing files with colleagues working on other computers.

Version Cue's advanced file management features will allow designers to manage the security options as well as to make recurring back-ups of the projects one is working about. It is also possible to delete older project versions via useful batch processes.

Adobe Bridge is a new application which allows users to synchronize color settings throughout the suite and preview images from within any Creative Suite 2 application.

However, since the software is a bit low on older machines, you will need a fast new computer in order to appreciate the excellence of the programs.

Thanks to the new service Adobe Stock Photos, you will be able to browse royalty-free pictures from various stock photo agencies and to import and manage them with no need to exit the suite.

Leading image distribution companies such as Getty Image, Image Source, Ipn Relay and Masterfile Corporation work directly with Adobe in order to provide professional visual contents to designers.

Prices VAT included (Windows versions): 2.158,80 euros; upgrade from Photoshop 7/CS 1.378,00 euros; upgrade from Adobe Creative Suite 1.6 or older versions 898,80 euros.





a cura di Sandro Fontana
Il comunismo nella storia del Novecento
Il caso sovietico e quello italiano

Marsilio, Venezia 2005
 pp. 248, euro 20,00

Il volume raccoglie gli atti di un convegno tenuto nel 2003 a Milano.

Il crollo dell'Urss e lo scioglimento del Pci non hanno incrementato le ricerche sul comunismo, anzi: la ricerca storica su questo tema incontra ostacoli e difficoltà. Nei contributi, studiosi come Bertelli, Courtois, Service e Strada dibattono su questioni aperte e nodi irrisolti.

Raffaele Molinelli
Sui totalitarismi del secolo ventesimo

Marsilio, Venezia 2005
 pp. 196, euro 18,00

Il libro parte dalla considerazione che i totalitarismi siano stati il fenomeno politico più rilevante del XX secolo.

Attraverso vari saggi si individuano analogie e differenze tra totalitarismi di destra e di sinistra, sul loro percorso storico, sulle conseguenze da loro arrecate negli scenari mondiali.

Amintore Fanfani
Cattolicesimo e protestantesimo nella formazione storica del capitalismo

Marsilio, Venezia 2005
 pp. XXXVI-288, euro 21,00

Fanfani pubblicò questo saggio nel 1934; in esso contesta la tesi di Weber e sostiene che il capitalismo non è il risultato dell'affermazione del calvinismo ma frutto di mutamenti avvenuti tra Medioevo e Rinascimento.

Le forme assunte dal capitalismo sono incompatibili con una corretta concezione cristiana delle attività economiche.



a cura di Gianfranco Pasquino
Capi di governo

Il Mulino, Bologna 2005
 pp. 376, euro 24,00

Uno studio specifico, comparato e soprattutto pionieristico sui poteri dei capi di governo, per capire il funzionamento del governo e dell'intero sistema politico.

Come si ottiene la carica? Quali i poteri coi ministri? In quali modi si può attuare il proprio programma?

Il volume dipana sistemi politici parlamentari e presidenziali per capire le democrazie contemporanee e il caso italiano.

Mauro Tebaldi
Il Presidente della Repubblica

Il Mulino, Bologna 2005
 pp. 368, euro 25,00

Il Presidente della Repubblica, lungi dall'essere una figura rappresentativa, ha assunto talvolta funzioni di preminenza nelle crisi politiche e nelle fasi drammatiche della transizione tra prima e seconda Repubblica.

Questo volume delinea i tratti salienti di un'istituzione dal profilo mutevole, con ampie possibilità d'azione e influenza sui processi decisionali.

Domenico Fisichella
Denaro e democrazia Dall'antica Grecia all'economia globale

Il Mulino, Bologna 2005
 pp. 184, euro 15,00

Il tema dei rapporti tra potere economico e potere politico ha una lunga tradizione sia nella storia delle idee che nella storia dei fatti.

Il volume ripercorre questa vicenda auspicando la capacità della democrazia di autocorreggersi, di fronte alla sfida lanciata dai potentati economico-finanziari e dalle oligarchie tecnocratiche.



Umberto Veronesi
Il diritto di morire
La libertà del laico di fronte alla sofferenza

Mondadori, Milano 2005
 pp. 106, euro 12,00

Il pensiero del famoso oncologo circa l'eutanasia, tema spinoso che divide le coscienze.

Veronesi rivendica il diritto all'autodeterminazione, e chiarisce anche i motivi per i quali in Italia urge una normativa che dia valore giuridico al testamento biologico. E pone anche una questione precisa: è lecito impedire a qualcuno di non disporre della propria vita anche quando questa è diventata invivibile?

Franco Cardini, Sergio Valzania
Le radici perdute dell'Europa

Da Carlo V ai conflitti mondiali
 Mondadori, Milano 2005
 pp. 106, euro 12,00

Carlo V fu a capo di una potenza multiculturale e multietnica, i cui tecnici inventarono la navigazione moderna, i cui artisti diedero vita al barocco. Eppure di tutto ciò resta poco o nulla.

Cardini e Valzania riscattano dal passato l'impero di Carlo V avvertendo il lettore che questo fu un passaggio cruciale per i successivi scenari europei. La mancata unificazione europea dopo Carlo V aprì la stagione degli Stati nazionali e il disastro delle guerre tra di essi.

Giancarlo Galli
Poteri deboli

La nuova mappa del capitalismo nell'Italia in declino
 Mondadori, Milano 2005
 pp. 298, euro 18,00

Se nessun governo di centrodestra o centrosinistra riesce a imprimere delle vere svolte, afferma Galli, la causa sta nella miriade di poteri ex forti, e ora deboli, che hanno il solo scopo di sostenersi a vicenda.



Tina Anselmi con Anna Vinci
Storia di una passione politica

Sperling & Kupfer, Milano 2006
 pp. 148, euro 16,00

Il Quirinale forse la attende: nel frattempo, è utile leggere la testimonianza di questa donna che è stata staffetta partigiana in gioventù e ha poi iniziato una carriera politica tale da diventare la prima donna ministro in Italia.

La lezione che ne emerge è che la democrazia è un bene delicato e fragile, che chiama in causa la responsabilità di un intero popolo. Nessuna conquista è per sempre, se viene meno la vigilanza.

Italo Moretti
L'Argentina non vuole più piangere

Sperling & Kupfer, Milano 2006
 pp. 134, euro 15,00

Come è possibile che uno Stato ricco e prospero come l'Argentina sia caduto nella crisi che l'attaglia da trent'anni a questa parte?

Dal colpo di stato del 1976 ai giorni della "rinascita" con Kirchner, Italo Moretti ci aiuta a comprendere questo interrogativo, senza trascurare gli spunti che l'Argentina di oggi può offrire a tutto il Sud America lungo la via di una stagione nuova.

Mario Baldassarri, Pasquale Capretta
L'economia mondiale verso uno squilibrio globale. E l'Italia che fa?

Sperling & Kupfer, Milano 2006
 pp. XII-148 euro 17,00

Il quadro economico mondiale, animato da nuovi attori come India e Cina, non può garantire alla lunga un equilibrio finanziario reale e anzi si rischia un crack mondiale.

Occorrono strumenti di *governance* nuovi per gestire una situazione diversa dal passato, molto più complessa.

Giuseppe Oddo,
Giovanni Pons

L'affare Telecom

Sperling & Kupfer, Milano
2006, pp. XX-454 euro 10,50

Il caso Telecom e le sue vicende hanno scatenato una guerra di potere tra società industriali, banche d'affari e finanziarie.

Gli autori ripercorrono i passaggi fondamentali di una vicenda che fa comprendere qualcosa in più dell'Italia.

Giuseppe Oddo,
Giovanni Pons

L'intrigo

Banche e risparmiatori nell'era Fazio

Feltrinelli, Milano 2005,
pp. 224 euro 13,00

I malesseri del sistema finanziario italiano raccontati in un'inchiesta che mette in luce come 13 anni di gestione Fazio della Banca d'Italia abbiano prodotto banche fragili e risparmiatori traditi.

a cura di Elena Paciotti
e Giovanni Salvi

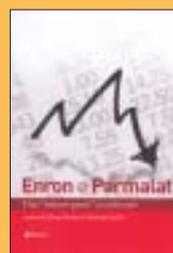
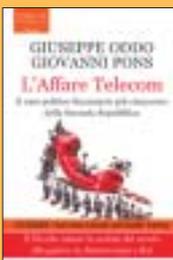
Enron e Parmalat

Due "sistemi-paese" a confronto

Manni, San Cesario
di Lecce 2005, pp. 112
euro 12,00

Due casi a confronto per verificare come due sistemi-paese hanno reagito diversamente a vicende analoghe: l'Italia depenalizzando, gli Usa inasprendo le leggi.

Dai saggi emerge la necessità che le economie di mercato non sfuggano alle regole della democrazia.



SPECIALE

Mice - Turismo

Germania al vertice del congressuale

Germany at the top of the congress sector

di/by Giovanni Paparo

Con 69 milioni di partecipanti a 1,5 milioni di eventi l'anno, 11.000 sedi di varie dimensioni e in ogni regione, 67,6 milioni di pernottamenti di frequentatori di meeting e congressi, 970.000 posti di lavoro a tempo pieno e un giro d'affari di 49,3 miliardi di euro, la Germania occupa il primo posto nel mercato europeo del settore mice.

Solo un esempio: uno dei centri per eventi più moderno e multifunzionale d'Europa sta per essere costruito nel nuovo distretto di Berlino vicino alla Ostbahnhof. Con 16.000 posti e 89 business suites, l'Arena sarà in grado di ospitare eventi di dimensioni eccezionali e di trasformarsi in poche ore da un palazzo del ghiaccio in una sala per concerti.

Considerando il potenziale della Germania sul mercato Mice, i vantaggi della città di Francoforte e le capacità del team Imex, non c'è da stupirsi se, fin dall'inizio, l'Imex si è rivelato come il primo evento Mice in Europa, superando l'Eibtm e la Btc. L'Eibtm si è poi spostata a Barcellona, prima tra le destinazioni congressuali internazionali (2004) secondo l'ICCA (davanti a Vienna, Singapore e Berlino), mentre la Spagna sta diventando un punto focale per il mercato europeo dei congressi.

Anche l'Italia è un protagonista importante del congressuale, primo segmento della sua industria dell'ospitalità per volume d'affari. L'Osservatorio Congressuale Italiano, per il 2005, accanto a un aumento della domanda interna e internazionale (+2,7% e +7%) ha rilevato un calo dei congressi internazionali (-17,16%), con una bilancia negativa dei pagamenti congressuali di 623 milioni di euro.

Anche l'Italia, però, sta potenziando le sue strutture congressuali. Fiera Milano Congressi ha come fiore all'occhiello il nuovo FMC Center (interamente cablato e climatizzato, è il più capiente d'Italia, con oltre 10.000 posti e 31.500 m² di area espositiva) e il PalaConvention. Nel 2008 sarà inaugurato il nuovo Palacongressi di Rimini, con 29.000 m² di aree calpestabili, un massimo di 42 sale e 9300 sedute. Sarà presentato ufficialmente all'Imex 2006. A Roma (Eur) sono iniziati i lavori per il Nuovo Centro Congressi (la "Nuvola" di Fuksas) definito dal sindaco Veltroni "uno dei progetti più belli del mondo". Ricordo ancora il nuovo Palazzo dei congressi di Riccione, che aprirà nel 2007.

Aspettavamo di vedere se la Btc di Firenze (7-9/11/06), con la nuova gestione che fa capo a Rimini Fiera, ce l'avrebbe fatta a consolidarsi come terza fiera del settore in Europa. Con l'arrivo di Ici (4-5/10/06) a fieramilano, i giochi si riaprono, e forse anche Roma vorrà dire la sua. Vedremo se riuscirà ad affermarsi in Italia una fiera Mice di respiro veramente internazionale e quale sarà la eventuale sede vincente.

With 69 million participants at 1.5 million events per year, 11,000 venues of all sizes, and in all regions, 67.6 million overnights of meeting and convention-goers, 970,000 full-time jobs and a turnover of 49.3 billion euros, Germany ranks the first in the European Mice market.

Just one example: one of Europe's most modern, multifunctional arenas is to be constructed in the heart of the new Berlin district at the Ostbahnhof. With 16,000 seats and 89 business suites, the Arena will be able to host upscale events and to be converted, in a few hours, from an ice hockey arena into a festive concert hall.

Knowing the German potential in the Mice market, the Frankfurt's atouts and the abilities of the Imex team, no wonder why, from its very beginning, Imex has become the first Mice event in Europe overcoming Eibtm and Btc. Then Eibtm moved from Geneva to Barcelona, the first in the ranking of international congress destinations (2004) according to the statistics from ICCA (before Vienna, Singapore and Berlin), while Spain is becoming a focal point for the international congress market in Europe.

Italy too plays a leading role in the congress sector, the first segment of the hospitality industry for its turnover. The Osservatorio Congressuale Italiano, besides a growth of inner and international demand (+2.7% e +7%), registered for 2005 also a decrease in international congresses (-17.16%), with a negative balance in congress payment of 623 million euros.

But also Italy is enhancing its congress structures. Fiera Milano Congressi is proud of its new FMC Center (wholly cabled and air-conditioned, it is the most capacious one in Italy, with more than 10,000 seats and 31,500 m² of exhibiting area) and the PalaConvention. In 2008 the new Rimini Palacongressi will be inaugurated, with a walking area of 29,000 m², a maximum of 42 halls and 93000 seats. It will be officially presented at Imex 2006. In Rome (Eur) the works already started for the new Congress Centre (Fuksas' "cloud"), which Rome's mayor Mr Veltroni labelled as "one of the best projects in the world". I mention also the new Riccione's Palacongressi, which will open in 2007.

We were waiting to see if Florence's Btc (7-9/11/06), with its new management reporting to Rimini Fiera, managed to impose itself as the third exhibition of its sector in Europe. But with the new Ici (4-5/10/06) in fieramilano, games are starting again, and maybe also Rome will have its say. We will see if a truly international mice show will be able to impose itself in Italy, and in which venue it will take place.

Meeting firmati Maritim

Meetings made by Maritim

Dieci sale per convegni, in grado di ospitare da dieci a 620 persone, una sala per banchetti con servizio catering, 352 stanze, suite e uffici: questo è il Maritim Konferenzzhotel Darmstadt, albergo quattro stelle, situato nel centro di Darmstadt, a poca distanza da Francoforte. L'hotel dispone di una rete di trasporti che copre l'intera area commerciale del Reno-Meno, non lontano dall'aeroporto e dal centro fieristico di Francoforte (rispettivamente a 15 e 25 minuti d'auto). La principale stazione ferroviaria dista circa tre minuti a piedi.

Il Maritim Konferenzzhotel Darmstadt offre dei pacchetti congressuali da 48 a 63 euro, comprensivi di mezza pensione e attrezzature tecniche. Per l'estate 2006, è previsto un pacchetto speciale a 43 euro a persona, incluse attrezzature, bevande, ristorazione e sale congressi climatizzate.

Non solo congressi

Dopo un'intensa giornata di congresso, una piscina riscaldata, sauna e solarium sono l'ideale per un momento di relax. In più, due ristoranti e un elegante bar garantiscono una cornice gastronomica di qualità.

A Darmstadt, meeting e convegni possono essere agevolmente combinati con incentivi o eventi per team building. Ciò è possibile grazie alle numerose attrattive che offre la città tedesca, come lo State Theater, pranzi o cene in stile medievale allo Schloss Auerbach sulle colline circostanti della Bergstraße, e le architetture in stile liberty della Mathildenhöhe.

La catena Maritim Hotel

Con i suoi 44 alberghi, Maritim è una delle prime catene alberghiere in Germania. Otto delle sue strutture si trovano all'estero (a Bali, Belek, Djerba, Hammamet, Malta, Mauritius,

Riga e Tenerife). Maritim, come partner dei Millennium & Copthorne Hotels Plc per il marketing e le vendite, ha rappresentanti in tutto il mondo. Una costante crescita consolida ulteriormente la posizione dei Maritim Hotel sul mercato dei principali alberghi europei di prima categoria.

Ten conference rooms with a capacity for ten to 620 people, a banquet hall with stage cater, and 352 rooms, suites and studios: this is The Maritim Konferenzzhotel Darmstadt, a four-star hotel Located in down-town Darmstadt, just outside Frankfurt. The hotel benefits from a transport infrastructure covering the entire business centre of the Rhine-Main area, nearby Frankfurt airport (15 min. by car) and the Frankfurt Trade Fair Centre (25 min.). The main train station is three minutes walk away.

The Maritim Konferenzzhotel Darmstadt offers conference packages from 48 to 63 euros including half board and technical equipment. During summer 2006 a special summer-meeting package is available for 43 euros per person. Technical equipment, water and coffee, lunch and an air-conditioned meeting room are included.



Maritim Konferenzzhotel Darmstadt

Not only conferences

After a hard conference day a heated swimming pool, sauna and solarium invite for relaxation. Two restaurants, the Maritim and the Landgraf, and an elegant hotel bar provide the culinary framework.

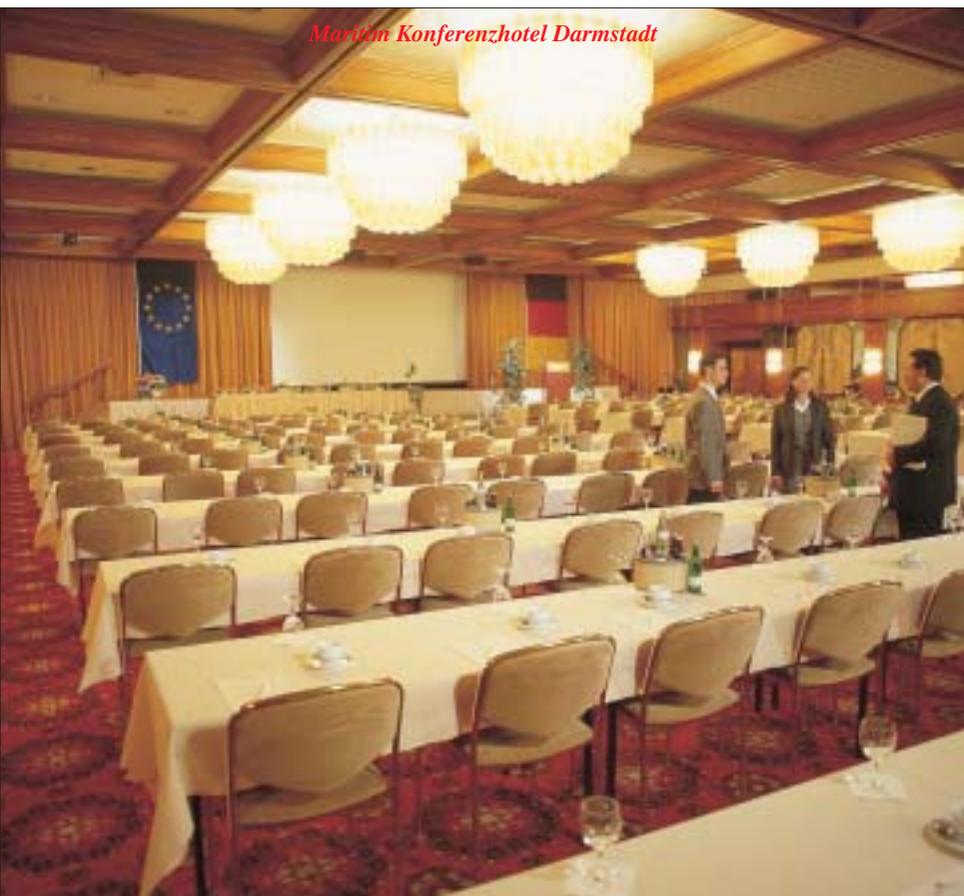
In Darmstadt, meetings and conferences can be easily combined with incentives or team-building events. This is possible thanks to the city's numerous charms, such as the State Theatre, historic knight meals in the Auerbach Castle in the nearby hills and forests of the Bergstraße, its Art Nouveau architecture at Mathildenhöhe.

The Maritim Hotels chain

With 44 hotels, Maritim Hotelgesellschaft is ranked among the leading German hotel chains. Eight of the hotels are abroad in Bali, Belek, Djerba, Hammamet, Malta, Mauritius, Riga and Tenerife. As marketing and sales partner of Millennium & Copthorne Hotels Plc Maritim is represented worldwide. The strong position of Maritim Hotelgesellschaft within the European first class hotel market is to be consolidated further by continual growth.

Maritim Konferenzzhotel Darmstadt/Frankfurt
Rheinstraße 105
64295 Darmstadt
Tel. +49 (0) 6151 878-0
Fax +49 (0) 6151 878-2169
info.dar@maritim.de
www.maritim.de

Maritim Konferenzzhotel Darmstadt





incentive

congressi

eventi speciali

convention

 **newtours**
EVENTS

The Rational Creative Approach

Firenze è bella. Da visitare e da vivere; per il turista e per il viaggiatore più attento, così come per chi, per esigenze professionali, ha la necessità di frequenti visite in Toscana e nel suo capoluogo.

Dunque, qualcosa di più delle patinate e ormai consuete cartoline di Ponte Vecchio o del David di Michelangelo. Ospitalità e accoglienza, piuttosto, così come qualità dei servizi ed efficienza. Il tutto nello stile sempiterno di una città e di una regione rinomata tanto per la bellezza quanto per l'attenzione all'ospite.

In questi ultimi tempi la città di Firenze, conscia del crescente interesse internazionale nei suoi confronti, si è posta degli obiettivi di miglioramento urbanistico e dei servizi per poter soddisfare meglio le esigenze di qualità e il tenore dell'accoglienza sia per singoli o gruppi, sia per le aziende che scelgono la città toscana come luogo ideale per conferenze e convention.

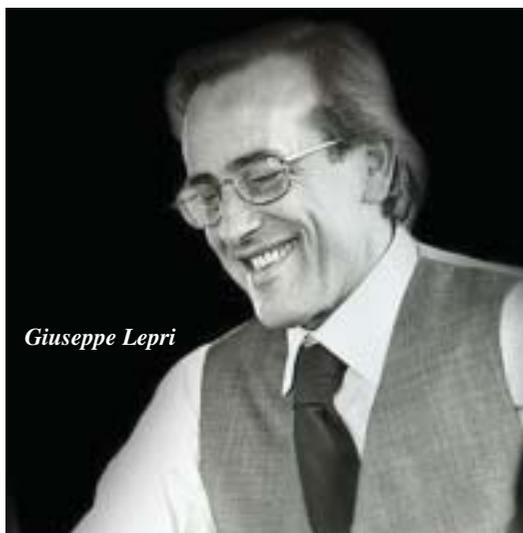
Aeroporto di Firenze più funzionale

Il primo rinnovamento da menzionare riguarda le opere di miglioramento dello scalo aeroportuale Amerigo Vespucci di Firenze. I lavori alla struttura e alle piste di volo, terminati in aprile, permetteranno una maggior funzionalità dei voli e una più accurata efficienza nelle operazioni di imbarco e servizio ai passeggeri prima e dopo il volo. Significativo che, a quanto riferisce l'ufficio stampa dell'aeroporto stesso, tale ristrutturazione sia stata decisa "in considerazione dell'incremento di traffico registrato negli ultimi due anni e delle positive previsioni di sviluppo del traffico di medio e lungo periodo."

A tale impegno fa eco la massiccia mole di lavori nelle infrastrutture all'interno del perimetro urbano di Firenze, in particolare per la linea ferroviaria ad alta velocità e per la tramvia Firenze-Scandicci (collegamento tra il centro storico e i parcheggi decentralizzati).



Select by Newtours: Firenze e l'Italia proposte online dal protagonista internazionale degli eventi nel Belpaese



Giuseppe Lepri

Scelgono Firenze le più prestigiose catene alberghiere internazionali

Tale attenzione operativa trova un sorprendente riscontro da parte delle grandi catene alberghiere, sempre più interessate a una presenza nel territorio fiorentino. Dopo le due grandi catene Starwood e Accor (Sheraton, Westin Excelsior, Grand Hotel per Starwood; per Accor Novotel e Ibis), altri due grandi attori della scena alberghiera internazionale si sono mostrati interessati a Firenze per investire con fiducia su di essa.

Nuovo lustro alla città, infatti, proviene dalla decisione di Hilton di esser presente in Firenze con l'Hilton Florence Metropole; altrettanto di buon auspicio è l'analoga decisione di Four Seasons, col program-

ma di aprire un albergo nel 2007. Digni di nota, inoltre, il rinnovamento dello Starhotel Tuscany (ex Monginevro) e la costruzione del Firenze Palace Hotel (farà parte della catena Scandicci - del gruppo Hilton) in prossimità del nuovo polo commerciale.

Impossibile dimenticare i raffinatissimi alberghi in centro, quali il Borghese Palace Art Hotel, o i ristoranti all'interno di costruzioni storiche: esempio tra i tanti, il ristorante Alle Murate all'interno dello splendido Palazzo dell'Arte dei Giudici e dei Notai, da poco restaurato e aperto al pubblico.

Anche le zone vicine a Firenze stanno rielaborando la loro proposta di accoglienza e il loro incremento di ricettività, valutato attorno ai 4100 posti letto, orientandosi verso soluzioni di gusto e design tanto moderne quanto accoglienti.

A tal proposito va citato l'Hotel Granducato della catena Boscolo, ricavato da un convento del XVI secolo e ristrutturato con impeccabile stile. Per completare il quadro, gli hotel West Florence e Art Hotel Mirò; pro-

poste di alto livello per riqualificare un territorio che ormai mal corrisponde al concetto classico di periferia.

Wellness e cura del corpo nella collina fiorentina

Al di fuori del centro di Firenze si verificano inoltre le migliori condizioni per fornire a residenti e ospiti opportunità di wellness e cura del corpo di alto valore ed efficacia, con i nuovi centri benessere Virgin Active (circa 15.000 m² complessivi, due grandi sale per corsi, numerosi servizi), Klab (tre sedi, per un totale di quasi 40.000 m² di spazi per sport e fitness) e Hidron (otto piscine interne e due esterne, 35.000 m² complessivi, wellness e beauty farm).

Per rendere ragione alla bontà e alla raffinatezza dei servizi dell'area di Firenze, spicca da sempre l'opera di Newtours Events (www.newtours.it), società fondata nel 1978 da Luigi Lepri, e rinomata per l'esperienza e la professionalità nei settori Dmc e Pco sia in Italia che all'estero. Newtours Events è in grado di realizzare qualsiasi evento sul territorio grazie alla profonda conoscenza e passione per l'Italia e la Toscana.

Select by Newtours

Da ascrivere tra le più rilevanti novità aziendali la decisione, da parte di Newtours Events, di fornire un ulteriore servizio ai propri clienti, stavolta individuali, con la nascita di **Select by Newtours** (www.selectbynewtours.it), un servizio on line frutto di lunghissima esperienza nel settore dell'ospitalità ed espressamente dedicato al turismo individuale.

Selezionando accuratamente alberghi, residenze, ristoranti ed eventi, la proposta del portale web Select by Newtours propone soluzioni di grande raffinatezza adatte a rendere ragione al turista della cultura e dello stile che rendono Firenze capitale di buon gusto e bellezza.

Alberto Guizzardi



***Scopri il fascino
di un congresso a Firenze
Incontraci a IMEX - Francoforte
30 maggio - 1 giugno 2006
stand D 180***



**FIRENZE
CONVENTION BUREAU**

FIRENZE CONVENTION BUREAU

Guardiola del Pratello Orsini, 1 50123 Firenze - Italia

TEL. +39 055 4973201 - FAX. +39 055 294478 - www.conventionbureau.it



Numeri in crescita all'Imex 2006

Growth in numbers at Imex 2006

L'aumento degli spazi espositivi e dei buyer confermano la crescita progressiva della manifestazione
The increase in spaces and in hosted buyers confirm the on-going growth of the event

I mex, il salone mondiale di riferimento per l'industria di meeting, incentive ed eventi aprirà i battenti dal 30 maggio al 1 giugno 2006 a Francoforte. Quest'anno il salone ospiterà più espositori e più visitatori che mai: rispettivamente 7500 e 3000, secondo le previsioni degli organizzatori.

Spazi più grandi

Per la quarta edizione dell'Imex, circa il 35% degli espositori presenti nell'edizione passata ha prenotato stand più grandi rispetto al 2005. Più spazio è stato ad esempio già riservato da Spagna, Irlanda, Visit London, Malesia, Namibia, Giordania, Dubai, Argentina, Brasile, Croazia, Boston e numerosi paesi dell'Est. Un notevole ottimismo regna fra le destinazioni europee, di cui circa la metà ha aumentato le dimensioni del proprio stand. E un analogo aumento si registra per circa il 40% degli alberghi che espongono in fiera, tra cui Accor, Boscolo, Conrad, Hilton, Hyatt, Marriott, Movenpick, Ritz Carlton e Starwood.

Come accennato, anche riguardo al numero degli espositori, l'edizione 2006 sarà più grande della precedente, grazie a nuove presenze come Perù, Abu Dhabi, Kenia e Tucson, e a marchi leader come SkyTeam, Rocco Forte, NH-Hotels, Bmw Welt, Kuoni, Best Western, segnando una crescita costante per il quarto anno consecutivo.

Buyer in aumento

Conformemente all'aumento delle dimensioni della fiera, anche per il numero dei buyer ospitati e dei delegati presenti a Francoforte, è previsto un considerevole aumento: circa 3400, il cui 10% proverrà dai mercati trainanti. Buyer orientali, australiani, sudamericani, sudafricani, indiani, thailandesi, cinesi, nordamericani, canadesi, tutti saranno ampiamente rappresentati.

I buyer sono attentamente selezionati attraverso una rete di 400 intermediari in tutto il mondo. Una nuova partnership con la Vdr (l'Associazione tedesca dei viaggi d'affari), così come la rinnovata collaborazione col German Convention Bureau garantiranno l'afflusso di numerosi buyer dal mercato outbound tedesco.

I mex, the benchmark global meetings, incentive travel and events industry exhibition, will deliver more exhibitors and more buyers when it opens its doors on 30th May in Frankfurt. An overall visitor number of 7,500 and 3,000 exhibitors are forecast.

Bigger spaces

For the 4th Imex around 35% of previous exhibitors have booked larger stands than in 2005. More space has been taken by Spain, Ireland, Visit London, Malaysia, Namibia, Jordan, Dubai, Argentina, Brazil, Croatia, Boston and several eastern European countries. There is notable buoyancy among European destinations with half of them increasing their stand sizes. 40% of hotel exhibitors including Accor, Boscolo, Conrad Hotels, Hilton,

Hyatt, Marriott, Movenpick Hotels & Resorts, Ritz Carlton and Starwood have decided to take bigger stands.

With, in addition, a host of new exhibitors right across the market, including Peru, Abu Dhabi, Kenya and Tucson (Usa) together with leading brands such as SkyTeam, Rocco Forte, NH-Hotels, Bmw Welt, Kuoni and Best Western Deutschland, Imex 2006 will be larger than in 2005, reflecting substantial growth for the fourth consecutive year.

More buyers

In line with the increasing size of the exhibition, the number of hosted buyers and delegates going to Frankfurt with partner associations and clients is also expected to be notably higher. 3400 hosted buyers are forecast, including 10% from long haul markets. North American, Canadian, Middle Eastern, Australian, South American, South African, Indian, Thai and Chinese buyers will all be well represented.

Imex works with a network of 400 worldwide intermediaries who carefully qualify and select each buyer. A new partnership with the Vdr (German Business Travel Association), as well as ongoing collaboration with the German Convention Bureau is expected to drive buyers from the German outbound market.

J. A.



Mauro Sella
La quantificazione dei danni da malpractice medica

Giuffrè, Milano 2005, pp. XVI-736 euro 52,00

Il volume analizza i caratteri generali della responsabilità medica approfondendo casi particolari.



Individua, inoltre, criteri per la valutazione e la quantificazione dei danni causati dalla malpractice medica.

Giacomo Molle, Luigi Desiderio
Manuale di diritto bancario e dell'intermediazione finanziaria

Settima edizione con appendice di testi legislativi
 Giuffrè, Milano 2005, pp. XXVI-566 euro 35,00

Si apre una nuova stagione per il diritto della banca e della finanza o se ne deve annunciare la fine?



Il manuale ricodifica le novità in materia di ordinamento, controllo, documenti, operazioni bancarie ordinarie e speciali.

a cura di **Giorgio Lattanzi**
Reati e responsabilità degli enti

Guida al d. lgs. 8 giugno 2001, n. 231
 Giuffrè, Milano 2005, pp. XVIII-726 euro 60,00

Il d.lgs n. 231/2001 introduce un sistema punitivo relativo agli enti.



Il volume ne offre un'illustrazione e un commento attraverso l'opera di diversi autori.

Workshop dell'Icca al Centro Congressi Ifema - Icca workshop at Ifema Convention centre



Il Centro de Convenciones dell'Ifema - Feria de Madrid ha accolto, gli scorsi 30 e 31 marzo, il workshop dell'Icca, la prestigiosa Associazione Internazionale di Congressi & Convegni.

Il workshop ha riunito i responsabili di 15 centri congressi di tutto il mondo, compresi i rappresentanti della stessa Ifema, così come di 15 associazioni promotrici di diversi congressi di portata mondiale.

Per la scelta di Madrid è stato determinante il suo ottimo posizionamento come centro congressi, con impareggiabili strutture di comunicazioni ed infrastrutture, oltre alle indubie attrattive turistiche.

Del resto, l'Ifema ha da sempre puntato sul mercato dei congressi, come prova la costruzione, nel 2002, del suo nuovo Centro de Convenciones Norte. Questo è venuto a rafforzare la sua già importante

capacità di posti, sale e spazi destinati ad accogliere congressi, convegni e meeting professionali di ogni tipo.

The Ifema - Feria de Madrid Convention Centre hosted, last 30th and 31st March 2006, the Workshop organised by the prestigious Icca - International Congress & Convention Association.

The workshop brought together the heads of 15 congress centres from around the world, including representatives of Ifema itself, along with 15 associations for the promotion of congresses of worldwide scope.

The choice of Madrid as the host city was based on its excellent positioning as a congress venue, featuring a series of unbeatable communications links and infrastructures and some marvellous tourist attractions.

With regard to Ifema, this body has always promoted the congress market, as witnessed by the recent construction of the new North Convention Centre in 2002, which enhanced its already large capacity in terms of auditoriums, rooms and other areas suitable for staging congresses, conventions and trade meetings of all kinds.

Cresce il pubblico internazionale al Wtm International attendance soars at Wtm

Circa 49.000 visitatori, un'espansione di più del 4% negli spazi espositivi e una notevole crescita nei visitatori esteri rispetto all'anno precedente: questi i dati che emergono dal World Travel Market 2005, la principale fiera mondiale del turismo.

Fiona Jeffery, direttore della mostra organizzata dalla Reed Travel Exhibition, si dice soddisfatta: "È stato un anno fenomenale e, nonostante i molti problemi dell'industria, ha confermato la crescita prevista del 6% e lascia ben sperare per il 2006."

Quest'anno, la manifestazione si svolgerà dal 6 al 9 novembre all'ExCeL di Londra.

Almost 49,000 attendees, more than 4% expansion in exhibiting space and a notable rise in overseas visitors compared to the previous event: these are the figures of the last World Travel Market in 2005.

Fiona Jeffery, Group exhibition director of Reed Travel Exhibition, said she was delighted at the results. "This has been a phenomenal year and, despite the many problems of the industry, reflects the 6% predicted growth for 2005 and a continued confidence for 2006."

This year's edition from 6-9 November at London's ExCeL.



Globe, a Roma una fiera internazionale del turismo

Fiera Roma e Rimini Fiera annunciano la nascita di un evento b2b che punta ad innovare il concetto di fiera specializzata: Globe, dal 22 al 24 marzo 2007 nel nuovo quartiere fieristico di Roma.

La nuova manifestazione sarà realizzata da ExpoGlobe, newco controllata da Fiera Roma e Ttg Italia. Riservata agli operatori, si articolerà su linee peculiari per internazionalità, ampiezza dell'offerta e della domanda, organizzazione delle comunità di riferimento, stagionalità e bacino di utenza dei visitatori, specificamente centrato sull'area del Mediterraneo e del Sud Europa.

L'area dedicata all'incoming sarà uno spazio di contrattazione tra i principali operatori internazionali, integrata con la forte presenza del made in Italy come motivazione trainante del viaggio in Italia.

“Puntiamo – ha dichiarato Marco Sogaro, ad della Fiera di Roma – a valorizzare la potenzialità ancora inespressa del mercato turistico, realizzando per la prima volta a Roma un evento sul settore, in una struttura nuova, di localizzazione strategica e con servizi d'eccellenza.”

“Globe – spiega il presidente di Rimini Fiera, Lorenzo Cagnoni – è la traduzione for-



Si svolgeranno anche quest'anno alla Fiera di Rimini la 43ª edizione di Ttg Incontri e la quinta del Tti, rispettivamente dal 20 al 22 ottobre 2006 e dal 20 al 21 ottobre 2006.

Nell'edizione 2005, le due rassegne hanno complessivamente richiamato 28.500 operatori, facendo registrare un incremento record del 27% rispetto al 2004. Dati che confermano e consolidano l'assoluta leadership nazionale nell'ambito degli appuntamenti b2b dell'industria turistica.

Più visitatori ed espositori al Ttg Incontri e al Tti

Numeri che si affiancano a quelli ampiamente positivi con i quali le due manifestazioni si erano aperte: 2200 aziende complessive (+47%), 1500 per Ttg Incontri e 700 per Tti; 470 buyer stranieri presenti al Tti (+12%) provenienti da 50 Paesi.

I compratori hanno visto nell'ultima edizione un grande ritorno del mercato nordamericano, con ben 67 buyer; una significativa presenza dall'Estremo



male e fattiva del percorso che avevamo da tempo preannunciato, che mira a consolidare il nostro ruolo di organizzatore fieristico globale. La nostra è infatti una strategia di forte movimento, l'unica possibile in un panorama competitivo quanto mai acceso come quello attuale in Italia.”

I contatti diventano eventi alla Btc

La prossima Btc International, Borsa internazionale del sistema congressuale ed incentive, si svolgerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 7 al 9 novembre, con un posticipo di quasi due settimane rispetto al 2005. Una scelta dovuta ad aspetti tecnici legati alle disponibilità alberghiere e di altre strutture.

L'incremento di presenze registrato nel 2005 è circa del 22% rispetto all'anno precedente. Oltre mille i buyer, provenienti da 40 paesi; 870 espositori e 8700 incontri in agenda. “Siamo consapevoli – dichiara Paolo Audino, amministratore delegato di Exmedia, organizzatore dell'evento – che Btc abbia margini di miglioramento, e per questo puntiamo a incrementare i risultati per l'edizione 2006 e porre rimedio alle criticità evidenziate nell'edizione 2005.”

Per i buyer, quest'anno è stato introdotto un nuovo metodo di selezione grazie al quale sono stati raggiunti soggetti nuovi e di qualità, in particolar modo esteri.

Gli organizzatori stanno ricevendo, da parte dei buyer che hanno partecipato all'edizione 2005, dei resoconti sul numero di eventi organizzati in seguito alla loro partecipazione in fiera: dai primi dati risulta che circa il 20% degli incontri con espositori ha generato un rapporto di lavoro.

Nel 2006 lo spazio espositivo avrà molti più m² a disposizione e con presenze più concentrate, in modo da non risultare distanti dal resto della fiera.



Oriente e un ampio numero di aziende cinesi. 68 i Paesi stranieri rappresentati al Ttg Incontri con numerose destinazioni al debutto (Barbados, Bangladesh, Belize, Cina, Costa Rica, Etiopia, Guadalupa, Indonesia, Libia, Nicaragua, Uzbekistan, Venezuela, Vietnam, Zimbabwe, Armenia, Mongolia e Hawaii).

“All'aumento di espositori – afferma Paolo Audino, amministratore delegato di Ttg Italia – è corrisposto un ancora più eclatante incremento dei visitatori nazionali e internazionali. Il modello di business funziona e sono ormai molti gli espositori che considerano l'appuntamento riminese come alternativa alla Bit di Milano. Due giorni e mezzo intensi di contrattazioni tra gli operatori, di novità per la prossima stagione turistica e di approfondimento.”

Ermanno Genre,
Flavio Pajer

L'Unione Europea e la sfida delle religioni

Verso una nuova presenza
della religione nella scuola
Claudiana, Torino 2005,
pp. 176 euro 12,00

L'insegnamento religioso in Europa è profondamente mutato dopo la caduta del



muro di Berlino, l'attacco alle Torri Gemelle, l'allargamento dell'Unione Europea.

In una società multireligiosa non avrebbe senso affidare alla scuola pubblica un insegnamento che distigua la sua proposta pedagogica dai compiti delle chiese?

James Limburg

I dodici profeti

Parte prima.
Osea, Gioele, Amos,
Abdia, Giona, Michea
Claudiana, Torino 2005,
pp. 304 euro 24,50

Un'interpretazione dei primi sei libri dei cosiddetti "profeti minori".



Il commentario di Limburg ne evidenzia i temi principali: pace e giustizia, Messia e missione del credente, amore e perdono.

a cura di Renate Bethge
e Christian Gremmels

Dietrich Bonhoeffer

Una biografia
per immagini

Claudiana, Torino 2005,
pp. 160 euro 33,50

Il volume presenta la biografia e la teologia dell'influente teologo Bonhoeffer, accompagnate da ricche immagini.



Vi si trovano fotografie della famiglia, foto scattate personalmente nei suoi innumerevoli viaggi, documenti.

Il consiglio direttivo di Meet in Italy, l'associazione che riunisce le destinazioni congressuali italiane, ha eletto Marcella Gaspardone presidente dell'associazione.

Nel nuovo consiglio direttivo di Meet in Italy siedono anche: Franco Orio, che dirige il Portofino Convention Bureau; Fabrizio Allevi, titolare dei milanesi East End Studios; Adolfo Parodi, presidente di Federcongressi; Enrico Jesu, direttore di Venice Convention; Patrik Romano, direttore di Bologna Congressi; Giovanni Laezza di Riva del Garda Congressi e infine Mario Pilato dell' Holiday Inn Resort Castelvolturno (Caserta).

Torinese, 40 anni, direttore di Torino Convention Bureau dal 2003, Marcella Gaspardone subentra a Stefania Agostini la quale, scaduto il suo mandato, lascia l'incarico dopo due anni di presidenza e ora siede nel consiglio direttivo dell'associazione.

"Sono onorata di assumere tale carica - commenta Marcella Gaspardone - Meet in Italy è indubbiamente una struttura importante e prestigiosa, condotta fino a ieri da una figura carismatica alla quale sono legata da profonda stima.

Ma la cosa che maggiormente considero come positiva è quella di poter lavorare coi colleghi per una vera politica comune di promozione congressuale del nostro paese. Sta infatti diventando operativo Italia for Events, un progetto interregionale di promozione del sistema congressuale che si pone l'obiettivo di promuovere l'offerta del comparto congressuale delle regioni italiane.

Per la prima volta, grazie al prezioso contributo di Federcongressi, una rete di sinergie per presentare l'Italia unita sul mercato internazionale. Una realtà alla quale Meet in Italy continuerà a dare tutto il supporto necessario, mettendo al servizio di Italia for Events la propria esperienza e le proprie conoscenze."



Arriva da Torino il nuovo presidente di Meet in Italy

È Marcella Gaspardone, direttore del Torino Convention Bureau. Un riconoscimento all'ottimo lavoro svolto per l'evento olimpico, ma non solo

Dalle prime dichiarazioni del neopresidente emerge dunque una linea di continuità col predecessore Agostini, anche se gli intenti sono di intensificare i workshop all'estero e lo svolgimento di attività istituzionali e di confronto tra le varie destinazioni. Il settore congressuale italiano incontra attualmente qualche difficoltà, ma la reazione giungerà già dal prossimo Imex (Francoforte, 30/5-1/6/2006) a cui l'Italia parteciperà riunita sotto una stessa insegna dove esporranno oltre sessanta aziende: 11 centri congressi, 18 convention bureau, 14 hotel e 17 tra organizzatori congressuali e società di servizi (vedi a p. 60, ndr).

"Non credo che le difficoltà attuali dipendano da una carenza di attrattiva della destinazione Italia - spiega Gaspardone - e nemmeno dalla mancanza di un Convention Bureau nazionale. I prezzi italiani non sono convenienti, è questo il punto dolente.

L'Iva è troppo alta e la politica tariffaria aggressiva dei nostri concorrenti, Spagna e Est europeo su tutti, rendono l'Italia una meta meno appetibile."

Il ruolo del sistema congressuale torinese

"Siamo ovviamente e giustamente lusingati della nomina di Marcella Gaspardone quale nuovo presidente di Meet in Italy - afferma Livio Besso Cordero, presidente di Torino Convention Bureau - e questo principalmente per due ragioni: la prima è che ci conforta sulla scelta che avevamo fatto a suo tempo eleggendo Gaspardone come nostro nuovo direttore, la seconda è che ci pare di poter vedere in questa nomina un implicito riconoscimento al ruolo di Torino Convention Bureau nel mercato congressuale."

La nomina di Marcella Gaspardone conferma dunque il ruolo di leadership, in ambito nazionale, del sistema congressuale di Torino, che da tempo ha attivato politiche di sviluppo verso un nuovo posizionamento e una nuova immagine della città e dell'intero territorio nel settore congressuale, forte di realtà quali Torino Convention Bureau e di altre importanti strutture che offrono servizi di alto livello.

Presidente, dall'anno della creazione di Turismo Torino di passi ne sono stati fatti. In termini di arrivi turistici quale è stata l'evoluzione?

Nel 1998, secondo l'Osservatorio Turistico Regionale, Torino e la sua Area Metropolitana hanno registrato 2.150.446 presenze; nel 2005 possiamo stimarne 2.900.000. Un grande salto in avanti che ci rende orgogliosi del lavoro sin qui svolto per posizionare Torino come meta turistica.

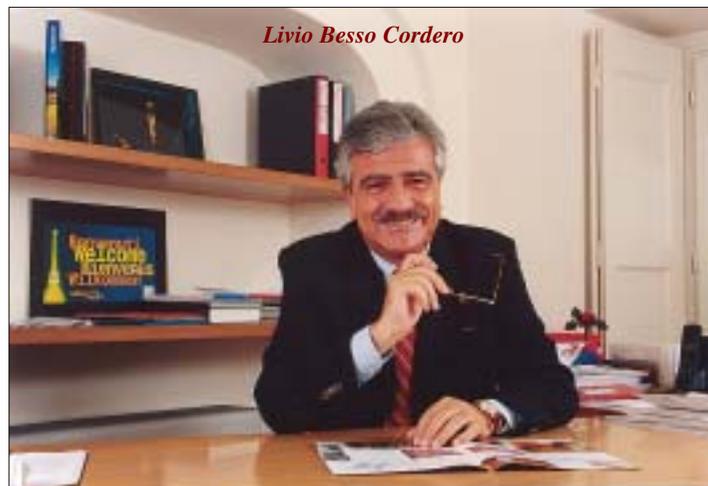
Da questi ottimi presupposti nasce la nuova sfida di Turismo Torino, che insieme alle amministrazioni locali intende toccare la soglia dei quattro milioni di visitatori entro il 2011, anno cruciale per Torino, che celebrerà 150 anni dell'Unità d'Italia.

E durante l'evento olimpico?

Al termine dei 17 giorni di Olimpiadi abbiamo stimato la presenza di oltre 1.000.000 di visitatori nella nostra città. Un gran numero di persone che, ci tengo a sottolinearlo, si è trovato di fronte a un'accoglienza e a un sistema turistico denominato *Torino & You*, gestito da noi su incarico della città, che a giudizio degli addetti ai lavori e dei giornalisti è stato il biglietto da visita del successo di Torino 2006. 50 i punti informativi gestiti durante l'evento, 2.500.000 le copie di materiale distribuito, interlocuzioni e informazioni in base alle quali abbiamo capito l'interesse di nazioni per noi importanti come la Germania, l'Olanda ecc... e altre nuove e doppiamente importanti come la Russia e gli Stati Uniti.

Torino è pronta a vivere il dopo Olimpiadi

Intervista a Livio Besso Cordero, presidente di Turismo Torino



Livio Besso Cordero

Ora che le Olimpiadi sono terminate e che hanno portato Torino nelle case di tutti gli spettatori del mondo, quali sono i mercati in cui investirete per mantenere vivo l'interesse sulla città?

Sicuramente continueremo a investire sui mercati di prossimità come Italia, Francia, Germania, Gran Bretagna, Spagna e Paesi Bassi, che in questi anni hanno dato ottimi risultati in termini di arrivi turistici.

Su tali basi Turismo Torino intende rafforzare il proprio posizionamento su questi mercati attraverso la partecipazione alle principali fiere internazionali di turismo, appuntamenti imperdibili ed essenziali per raggiungere gli operatori del settore e i potenziali visitatori (si pensi infatti che nel corso del

2005 sono passati agli stand di Turismo Torino oltre 5000 visitatori tra cui 500 operatori professionali) e attraverso i media, organizzando viaggi *educational* al fine di presentare la destinazione e le sue eccellenze.

Turismo Torino ha inoltre inserito nella sua strategia il posizionamento di Torino come destinazione turistica sui mercati dell'Est Europa (in particolare in quello russo) e sul mercato americano. Quest'ultimo ha dimostrato un forte interesse non solo sull'evento olimpico ma sulle molteplici attrattive che la città è in grado di offrire.

Vi sono azioni promozionali specifiche?

L'attività promozionale vede Turismo Torino coinvolto a supporto degli eventi del 2006. Per fare un esempio, in occasione della grande kermesse che coinvolge Torino da aprile 2006 ad aprile 2007 come capitale mondiale del libro insieme a Roma, Turismo Torino parteciperà con la città al Gran Retour, un viaggio in Italia alla

rovescia da Sud a Nord, attraverso le grandi capitali dell'arte e della cultura, che toccherà dodici città italiane.

Il passo successivo è l'America, con la partecipazione a un workshop dal 9 all'11 maggio a New York e a Toronto, in Canada, rivolto ai tour operator outgoing, per vendere il prodotto Torino.

Viste le recenti polemiche sui voli low cost, quale pensate sia la giusta strategia?

Noi crediamo che le compagnie low cost rivestano un ruolo fondamentale per promuovere una destinazione, sono loro che addirittura, a volte, inducono il cliente a scegliere la destinazione.

Il loro forte sviluppo ha fatto sì che negli ultimi anni



Turismo Torino abbia strettamente collaborato con Sagat – la società che gestisce l'aeroporto di Torino Caselle – con l'obiettivo di portare a Torino, grazie anche al fondamentale contributo del Comune, compagnie aeree come British Airways e low cost come EasyJet da Parigi e da Londra.

Va però chiarito che è giunto il momento di un impegno di maggior respiro, che coinvolga altri attori pubblici e privati per la messa a punto di un programma triennale che crei una vera rete di collegamenti europei e un analogo piano di promozione della destinazione nelle città di interesse e di partenza dei potenziali visitatori.



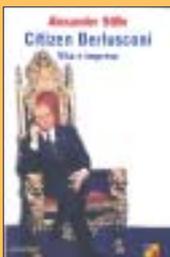
Alexander Stille

Citizen Berlusconi

Vita e imprese

Garzanti, Milano 2006, pp. 464 euro 15,00

L'enigma dello straordinario successo di Berlusconi e della politica contemporanea: che cosa accadrà alla democrazia nell'era in cui economia, politica e media stanno trovando nuovi equilibri?



Una biografia ampia e accurata che è insieme un'inchiesta e un romanzo.

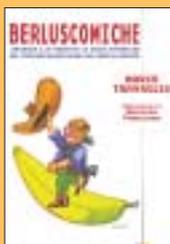
Marco Travaglio

Berluscomiche

Bananas 2 la vendetta: le nuove avventure del Cavalier Bellachioma dal kapò al kappò

Garzanti, Milano 2005, pp. 528 euro 15,00

Travaglio, documentato e aggressivo, svela gli scheletri nascosti dei potenti e racconta l'involutione italiana.



Un grande giornalista, uno scrittore satirico per un'implacabile critica della realtà politica odierna.

Rafik Shami

Il lato oscuro dell'amore

Garzanti, Milano 2006, pp. 864 euro 22,00

Una storia d'amore proibita e struggente e la saga, lungo tre generazioni, di due famiglie divise dalla legge dei clan e da una faida sanguinosa.



Sullo sfondo, il ritratto della misteriosa Damasco; la biografia del popolo siriano, tra politica e religione, dalla fine dell'Impero Ottomano ai giorni nostri.

Col contributo di Federcongressi l'Italia si presenta unita a Imex

Per la prima volta l'Italia sarà presente a una fiera internazionale con un unico grande padiglione suddiviso non per regione ma per tipo

Per la prima volta – in occasione di Imex (Francoforte, 30/5-1/6/2006) – l'Italia dei congressi sarà presente a una manifestazione internazionale con un unico grande padiglione, che riunirà anche Meet in Italy e Enit sotto la bandiera di Italia for Events.

Questo obiettivo importante per una promozione più incisiva dell'offerta è stato raggiunto grazie a Federcongressi e al suo ruolo all'interno del Progetto interregionale. Attraverso la federazione, la proposta di Italia for Events di partecipare a Imex in un unico stand è stata sottoposta alla valutazione delle associazioni del settore.

Particolarmente delicata la posizione di Meet in Italy, che ha deciso di rinunciare allo stand col quale è sempre presente alle fiere, chiedendo però di adottare alcune soluzioni indispensabili per un'immagine di qualità: dalla disposizione degli espositori per tipo e non

per regione all'ammissione dei soli operatori che rispondono alla griglia dei requisiti adottata da Italia for Events.

Federcongressi ne ha condive le richieste e le ha presentate a Italia for Events, dove sono state accolte con favore dalle Regioni e dall'Enit.

"Italia for Events ha sempre riconosciuto il contributo di Federcongressi," spiega il presidente della federazione Adolfo Parodi. "Ora sta riconoscendo anche il nostro ruolo di partner tecnico."

Parodi prosegue: "Attraverso le associazioni aderenti, Federcongressi rappresenta più di mille imprese e operatori del settore. Può aprire il dibattito su temi essenziali e creare sinergie. Oggi questo risultato importante è stato raggiunto grazie al lavoro coordinato con Meet in Italy, che ha accettato di porre al servizio dell'Italia degli eventi le sue conoscenze nella promozione delle destinazioni."



Il Cosmohotel Palace di Cinisello Balsamo, strategicamente posizionato nell'area nord di Milano, raddoppia gli spazi congressuali con nuove sale riunioni in grado di ospitare sino a mille persone in un ambiente sofisticato dalla moderna funzionalità.

A due anni dall'apertura, l'area congressuale della struttura passa dagli attuali 500 m² a 1000 m².

Il Cosmohotel Palace, concepito nel più moderno stile dell'architettura alberghiera,

Il 22 marzo a Montecitorio Eventi si è svolta l'assemblea dei soci Italcongressi.

Il presidente Massimo Fabio, nell'aprire i lavori, ha sottolineato quale sia il quadro di incertezze che toccano tutti gli aspetti della vita di un'impresa.

Incertezza legislativa, fiscale, del mercato; incertezza dell'evoluzione di un sistema turistico mondiale che sembra orientarsi in un modo molto diverso rispetto al passato, che coinvolge sì il turismo generale, quello di vacanza, ma in definitiva investe in maniera più accentuata il flusso delle organizzazioni congressuali e convegnistiche.

La concorrenza sui prezzi, ma anche sull'accoglienza e la modernità degli impianti messi a disposizione pare penalizzare il sistema italiano.

Italcongressi: unire le forze per difendere il settore

Il dibattito emerso dall'assemblea del 22 marzo scorso a Roma



Nonostante il clima d'incertezza gli operatori riescono a ottenere risultati positivi, le cose vanno meglio di quanto si potrebbe pensare, ma è anche vero che non si riesce a invertire la staticità del settore e a dargli una prospettiva più ampiamente considerevole.

Serve, per garantire all'Italia la conservazione di un'immagine, promuovere tutta l'econo-

mia nazionale e non soltanto quella turistica.

È chiaro che in questo campo, come in tanti altri settori produttivi del nostro paese, occorre un forte impegno sul piano degli investimenti in innovazione, compito che non può essere affidato soltanto alle imprese ma deve prevedere azioni da parte del pubblico a livello nazionale e a livello regionale in termini di infrastrutture, di strutture e soprattutto in termini di professionalità.

Il comitato programma e normativa professionale di Federcongressi, presieduto da Massimo Fabio, ha messo a punto, al riguardo, una bozza di legge sul sistema congressuale, con un ulteriore rafforzamento grazie a una proposta di legge anche a livello regionale.



Raddoppia l'offerta congressuale del Cosmohotel Palace di Milano

ultima generazione, interconnessione Adsl e WiFi.

Essenziale, luminoso, lineare, arioso, positivo: è l'abbraccio del Cosmohotel Palace all'ospite. Semplicità delle forme e delle proporzioni, purezza delle linee e scelta di materiali naturali testimoniano la continua ricerca di equilibrio e armonia dell'uomo con la natura, in una originale rilettura meditativa di ispirazione Zen.

A disposizione della clientela è stato realizzato un nuovo ufficio manifestazioni con personale dedicato, per aiutare nella pianificazione di ogni dettaglio relativo all'organizzazione della riunione e assistere durante lo svolgimento dell'evento.

A valorizzare ulteriormente l'offerta congressuale la cura del banqueting e della ristorazione, significativo fattore di successo per la realizzazione di ogni evento. Il ristorante dal moderno design in stile minimalista dispone della più grande cucina a induzione installata in un albergo in Italia, per garantire qualità e

rapidità senza rinunciare a una gastronomia sana e genuina.

“La scelta di ampliare gli spazi congressuali – precisa Paola Giambelli, amministratore unico di Cosmohotels e progettista del Cosmohotel Palace, nasce dall'idea di valorizzare la vocazione naturale della struttura che è quella di essere un ottimale luogo di incontri e meeting. Risponde

alla necessità delle aziende di organizzare gli eventi in sedi strategiche, facilmente raggiungibili, baricentriche rispetto alla provenienza dei partecipanti, ma fuori dal traffico convulso del centro milanese, senza rinunciare però a un alto livello di servizi e comfort.

Abbiamo cercato di trasformare ogni soggiorno in un'esperienza qualificante.

L'unicità e le dimensioni della struttura valorizzano ogni evento.”

con 200+1 camere, completa la sua offerta congressuale accompagnando l'ampliamento degli spazi con una gamma completa e variegata di servizi per l'organizzazione di meeting ed eventi.

Il nuovo spazio congressuale è formato da dodici sale riunioni modulabili, tutte perfettamente insonorizzate, per accogliere riunioni di ogni entità: da meeting con un numero ristretto di delegati, a eventi di grossa portata, sino a 1000 persone. Le sale sono dotate di impianti audiovisivi digitali di



A Milano il Congresso mondiale di Medicina del Lavoro

Esattamente un secolo fa, nel giugno 1906, aveva luogo a Milano la prima assise dedicata alla Medicina del Lavoro.

Era l'anno dell'Esposizione Universale che celebrava i successi dell'uomo nella scienza, nelle tecniche e nell'arte. E che aveva significativamente luogo in occasione dell'apertura del tunnel del Sempione che univa Milano a Svizzera e Francia. Questa grande opera – stupefacente per i tempi – aveva però richiesto anche un tributo in termini di morti, infortuni e malattie tra gli operai.

Fu anche per questo che un gruppo di medici e studiosi decise di organizzare un congresso internazionale di medicina e sicurezza del lavoro su tre temi: la fisiologia, la patologia e l'igiene del lavoro;

la prevenzione delle malattie correlate al lavoro; l'assistenza sociale. I partecipanti furono circa 300.

Dopo 100 anni, il Congresso mondiale di Medicina del Lavoro torna nel capoluogo lombardo, dall'11 al 16 giugno nel centro congressuale FMC Center. Attesi più di 3000 ospiti da oltre 100 paesi del mondo industrializzato e in via di sviluppo.

Il Congresso è il più importante appuntamento mondiale di aggiornamento del settore. Si affronteranno i temi dei possibili effetti sulla salute delle polveri fini, delle nanotecnologie, dell'uso dei telefoni cellulari, della qualità dell'aria in ambienti confinati (uffici), del lavoro femminile, e molto altro. www.icoh2006.it

Mice Europe Congress hosted in Venice next October

Organized by Naseba in partnership with Newtours Spa, Venice Convention, Starwood Hotels Italy and Bbc World, and taking place in Palazzo del Casino (Lido Island, Venice) from 29th to 31st October 2006, Mice Europe Congress will feature guaranteed pre-scheduled face to face business meetings between corporate buyers and solution providers, arranged according to preferences made prior to the congress.

At Mice Europe, corporate buyers organizing business travel, incentive programs and corporate events will have the opportunity to meet global suppliers in a true business-to-business environment. All attending corporate buyers are

extensively pre-qualified and guaranteed to have a minimum spending budget of at least three million \$ and guaranteed to be actively seeking Mice solutions for their company.

All delegates attending Mice Europe Congress 2006 are the ultimate decision makers for purchasing business travel and event solutions for their company. They come from major European companies such as Siemens, Ericsson, France Telecom and Christian Dior.

There will also be educational sessions delivered in case study format by experts on the hottest topics and issues facing the industry.

www.miceeurope.com
www.naseba.com

Samuele Montalbano
**Ermanno Rostan
 Cappellano militare
 valdese 1940-1943**
 Claudiana, Torino 2005,
 pp. 192 euro 15,00

Nella biografia di Ermanno Rostan, Montalbano ricostruisce l'atteggiamento della chiesa valdese rispetto alla guerra fascista.

Rostan fu cappellano dell'esercito in Piemonte e nei Balcani, dove si dedicò alla cura pastorale degli alpini di fede evangelica.

John Wesley
La perfezione cristiana
 Gbu-Claudiana,
 Chieti-Torino 2003
 pp. 128 euro 12,00

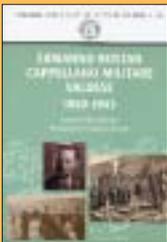
Una ripubblicazione, in occasione del terzo centenario della nascita di Wesley, del trattato sulla perfezione cristiana nella versione del 1890.

Il volume indica la possibilità di una trasformazione sociale fondata su un rinnovamento spirituale.

Eugipio
La regola
 Città Nuova, Roma 2005,
 pp. 224 euro 16,00

Discepolo di San Severino, Eugipio è uno scrittore cristiano, autore di una Regola monastica prebenedettina.

Lo scritto aveva lo scopo di trasmettere la tradizione. I contenuti riguardano la prima comunità cristiana come modello della vita monastica; la figura dell'abate; il fondamento della carità come vincolo di perfezione.



Aeroporto di Bologna: inaugurata la Marconi Business Lounge

Uno spazio per incontri d'affari e convegni realizzato dentro lo scalo felsineo, adatto anche a mostre ed esposizioni

È stata inaugurata ufficialmente il 10 febbraio, alla presenza del sindaco di Bologna Sergio Cofferati, della presidente della Provincia di Bologna Beatrice Draghetti, del vicepresidente della Regione Emilia-Romagna Flavio Delbono e del presidente di Sab e Camera di Commercio di Bologna Gian Carlo Sangalli, la nuova *Marconi Business Lounge* dell'Aeroporto Marconi di Bologna.

Al tradizionale taglio del nastro ha fatto seguito un breve convegno sul tema del viaggio d'affari, cui hanno preso parte l'amministratore delegato di Carlson Wagonlit Roberto Bacchi, l'amministratore delegato del Gruppo Bonfiglioli Sonia Bonfiglioli, il presidente di Ducati Energia Guidalberto Guidi e il responsabile dell'Osservatorio Business Travel dell'Università di Bologna Andrea Guizzardi, con la conduzione del caporedattore de *Il Mondo* Ettore Tamos.

La *Marconi Business Lounge*, progettata dall'architetto Kazuhide Takahama e allestita da Simon, è dedicata ai passeggeri business e alle aziende, che costituiscono la parte più numerosa degli utenti del *Marconi* (nel 2005 infatti i viaggiatori per motivi di lavoro hanno rappresentato il 44,2% del totale), e nei cui confronti l'Aeroporto ha sempre dimostrato particolare attenzione.

“La realizzazione della *Marconi Business Lounge* – ha dichiarato il presidente di Sab, Sangalli – è solo l'ultima conferma del costante impegno dell'Aeroporto di Bologna nei confronti del territorio. Siamo certi che questo nuovo spazio, dotato di soluzioni tecnologiche



che e di comfort di altissimo livello, risponda alle attese della nostra clientela business e delle aziende. In particolare, crediamo che le nuove sale meeting, anche grazie alla loro posizione strategica rispetto alla città, possano diventare in breve tempo un punto di riferimento per i tanti uomini d'affari che utilizzano il nostro scalo.”

Nel dettaglio, la nuova area, situata al primo piano del Terminal passeggeri e distinguibile dall'esterno per le pareti circolari di colore rosso vivo, occupa uno spazio di circa 500 m² e si compone di un'ampia ed elegante sala relax con caffetteria, tv a schermo piatto, rete wi-fi, servizi di check-in bagaglio a mano, prenotazioni e accesso privilegiato alla sala imbarchi; un'area office con pc, fax, stampanti e internet point con linea ad alta velocità; cinque sale meeting modulabili con una capienza da 6 a 99 persone, dotate di pc, linea telefonica e videoproiettore.

Per gli allestimenti e gli arredi si è puntato su materiali pregiati ed esclusivi, quali il legno laccato, la pelle, l'acciaio cromato e l'alcantara, tra loro sapientemente mescolati. Da sempre caratterizzato da scelte architettoniche e di allestimento di altissimo livello, l'Aeroporto di Bologna ha trovato nella nuova *Marconi Business Lounge* il proprio migliore biglietto da visita.

Una sede che da questa primavera è divenuta anche uno spazio espositivo dedicato all'arte contemporanea, grazie alla collaborazione di BolognaFiere e ArteFiera, che con l'Aeroporto di Bologna hanno dato vita all'iniziativa *stART lounge*.

Nell'ambito della cerimonia di inaugurazione, infine, è stata presentata anche la mostra fotografica *Airport & Stars*, realizzata in collaborazione con Damiani Editore. L'accesso alla nuova area – aperta tutti i giorni dalle 5.00 alle 21.30 – è riservato ai viaggiatori accreditati dalle singole compagnie aeree, ai possessori del biglietto d'ingresso e agli utenti delle sale riunioni.

Informazioni:
 Marconi Business Lounge
 Tel. +39 0516479616
 marconilounge@bologna-airport.it
L. P.

A new name, a new identity and, above all, Salle 3000, which is ready to open and host its first major conventions, now that works have been completed. On 1st January, the Lyon Convention Centre became Cité | Convention Centre | Lyon and its visual identity changed. Official opening of Salle 3000 will take place on 1st June.

General director Antoine Perragin says: “2006 will be a year of major challenges. The expansion work will increase our capacity three-fold to over 25,000 m².”

June 2006 will mark the completion of this exceptional complex reserved for business tourism, conventions, international conferences and shows.

Salle 3000, a 3,000-seat amphitheatre, is the flagship of this complex and will host its first convention from 7th to 10th June. But it is the Convention Centre in its new configuration as a whole that will be put to the test, as the 5,000 participants will use all or almost all of our capacity.”



Amsterdam RAI

Amsterdam RAI Convention Centre, a top rank venue for meetings

How is it possible that Amsterdam still occupies such a prominent place in the world rankings of conference cities? The staff of the Sales and Marketing Department of Amsterdam RAI Convention Centre have a ready answer.

Maurits van der Sluis explains: "We have Europe's most enjoyable, innovative and international compact venue. And this is due in no small part to the city of Amsterdam."

Amsterdam RAI works continuously to upgrade its facilities and thus achieve an even greater return from the advantages of its compact venue. Besides making optimal use of the existing capacity it is building a new multifunctional Expo Foyer that will also double up as the Netherlands' largest ballroom.

The venue's accessibility is already excellent since it is situated alongside Amsterdam's orbital motorway and is just a quar-

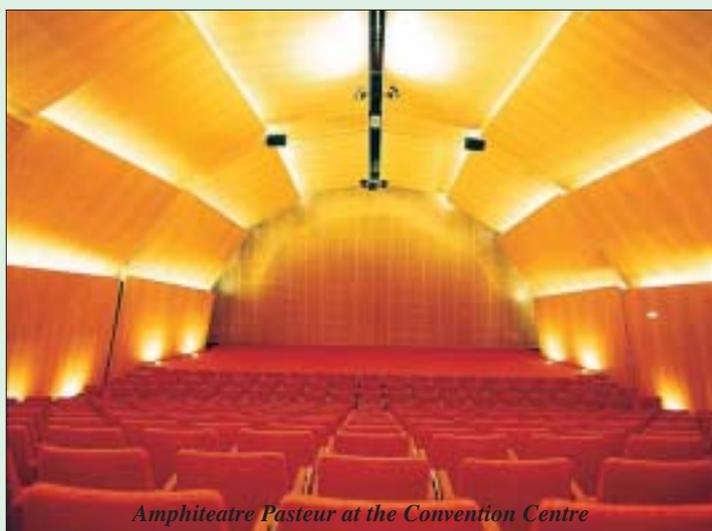
ter of an hour by car or six minutes by train from Schiphol Airport. And when the new metro line from Amsterdam's central station will be completed, accessibility will be even better.

Maurits van der Sluis continues: "Small and medium-sized conferences and events are just as dear to us as the really large events. In fact, this is also where our multi-functionality really pays off." A compact venue has yet another advantage. Van der Sluis explains: "For mega congresses we are able to shift the boundaries between the exhibition venue and the conference and meeting centre."

Exhibition halls can be converted into conference rooms or foyers that can accommodate small sub-exhibitions focusing on particular aspects."

Lyon Convention Centre: a new name, a new identity

The opening of the new Salle 3000 will take place next June: it will be one of the most up-to-date European facilities



Amphitheatre Pasteur at the Convention Centre

2005 was a very good year, the best since the Convention Centre opened in 1995. They cleared the 10 million euro turnover mark, which is over 20% better than in 2004. 320 events were held and the number of national and international conventions increased 50%

compared to 2004. An undeniable success.

Could you summarize the main coming attractions?

"In 2006, we will have the International Hydrogen Congress, the National Paediatric Conference, the World Patchwork & Quilt Expo, the

Convention for the National Federation of French Cinemas, the World Congress of Emulsion. The line-up for 2007 includes Ebmt, the European conference on blood and marrow transplantation, the Annual European Congress of the Reproduction and Embryology Society, and this list is far from exhaustive.

Salle 3000 was also designed for shows. Are you ready to start hosting cultural events?

"Hosting events for the entertainment industry is a very specific field which also falls within the remit of our group. We also work in close collaboration with the producers of shows, who consider Salle 3000 as unique in Europe."

There is already a constant stream of shows booking up the dates. From January and throughout the year, this activity is an integral part of our life.

There will be the Derviches Tourneurs and Les Théâtrales de Lyon, as well as the opening shows in the Biennale de la Danse in September, and many more."

G. S.

Palau de Congressos de Catalunya awarded 2006 best overseas conference centre

The Palau de Congressos de Catalunya has been awarded 2006 Best Overseas Conference Centre in the 2006 Meetings & Incentive Travel Industry Awards, held last 20th February at the Royal Lancaster Hotel (London) and attended by around 600 industry professionals, emphasizing the presence of the best British events agencies, such as Rand, World Event Management, Skybridge, BI and Jack Morton, as well as the main venues finders: Banks Sadler, Ibr, Ccd, among others.

The M&IT Awards recognizes and rewards excellence, and are the result of voting by the most important events agencies and the readers of Meetings & Incentive Travel magazine – with votes audited and verified by the independent Audit Bureau of Circulations.

The Palau de Congressos de Catalunya was nominated in the Meetings category, sponsored by World Event Management, together with Cape Town International Convention Centre, Grimaldi Forum (Monaco) and Palexpo (Geneva). Ramzi Shuaibi, Deputy Director of the Palau de Congressos de Catalunya, said: "We are very proud to receive this prestigious award. All the team really deserves it as it is the result of our hard work to reach high quality standards and offer the best service to our clients, as well as keep the facilities of the Palau up to date."

This award positions the centre as a referent in the meetings industry, both in the national and international markets.

Fitur: specchio dell'industria turistica *Fitur: mirroring the tourism industry*

Fitur, Feria Internacional de Turismo, è divenuta negli anni uno dei principali riferimenti per i professionisti di questo importante segmento economico. L'edizione del 2006, svoltasi come sempre a Madrid, dal 25 al 29 gennaio, ha riunito 149.791 professionisti, a cui si aggiungono i 96.421 visitatori del pubblico generico, che hanno potuto visitare la manifestazione nel fine settimana.

12.415 sono state le imprese espositrici, il 3,6% in più della precedente edizione, e 842 gli espositori diretti (+4,2%) da 170 Paesi e regioni. La superficie espositiva netta è stata pari a 87.617m² (+4,5%).

Cifre altrettanto significative sono state registrate nelle varie sezioni della rassegna: Fitur Congresos, settimo Salone per Convegni e Viaggi Incentive, che ha riunito il 23 e il 24 gennaio 153 aziende spagnole e 198 compratori da 35 paesi; Fitur Activo (1670 imprese), Fitur Know How (249 ditte) e Fitur Residencial (166).

Il record di partecipazioni ha riflesso la buona evoluzione di questo mercato, che nel caso

della Spagna, rappresenta circa l'11% del pil, con 55,6 milioni di turisti provenienti dall'estero e una crescita del 6% rispetto all'anno precedente.

Prossima edizione dal 31 gennaio al 4 febbraio 2007.

Fitur, Feria Internacional de Turismo, has been in the last years one of the most important meeting point of professional from this important economic sector. The 2006 edition, which took place as usual in Madrid, from January 25th to 29th, gathered 149,791 trade visitors, and 96,421 visitors from the general public.

12,415 companies (+3,6% compared to the previous edition) and the 842 exhibitors (+4,2%) from 170 countries that took part in the fair. Net exhibiting surface was of 87.617m² (+4,5%).

Important figures were also registered at the specialized sectors of the exhibition: Fitur Congresos, the 7th Meetings and Incentive Travel Workshop, which drew 944 professionals, 153 national exhibitors and 198 buyer companies from 35 countries; Fitur Activo (1670 companies), Fitur Know How (249) and Fitur Residencial (166).



Those records mirrored the good evolution of the sector, representing for Spain the 11% of the Gdp, with 55,6 million tourists coming from abroad and a 6% growth compared with the previous year.

Next Fitur from January 31st to February 4th.

L. B.

Ici: il nuovo salone per il settore mice *Ici: the new show for the mice sector*

Dopo la positiva esperienza del workshop Bit Incentive, alla Bit 2005, e in risposta a precise esigenze degli operatori del settore, Expects lancia una nuova manifestazione per il mondo mice: Ici - International Congress & Incentive Marketplace, dal 4 al 5 ottobre a fieramilano.

Ici sarà il momento privilegiato d'incontro internazionale per seller, buyer, intermediari, meeting planner, pco e clienti finali. "Il segmento mice - dichiara Fabio Majocchi, direttore generale di Expects - è uno dei più promettenti del settore. Un segmento dove ci sono ancora grandi potenzialità inesprese, in particolare nel nostro Paese. Con Ici, ogni aspetto, dall'area espositiva al supporto software, è pensato per garantire la massima focalizzazione e quindi la massima efficacia del business."

Ici è valorizzata dalla propria collocazione strategica a Milano, centro del business per gli operatori mice italiani, e piazza dalla forte vocazione internazionale.

Following the positive experience of the Bit Incentive workshop at Bit 2005, and in response to the precise demands assembled from listening to the sector operators, Expects is launching a new exhibition devoted to the world of mice: Ici - International

Congress & Incentive Marketplace, from October 4th to 5th at fieramilano.

Ici will be an ideal opportunity for sellers, buyers, intermediaries, meeting planners, Pcos and end users to meet and make global comparisons. "The mice segment - states Fabio Majocchi, General Director of Expects - is one of the most prominent in the tourism sector. It is a segment with still major, untapped potential, especially in our country. With Ici, Expects is bringing all of its experience to bear to organise an exhibition where every aspect, from the exhibition area to software support has been given thought to guarantee maximum focus and therefore maximum business effectiveness. We are convinced that this formula will guarantee positive international results for Ici at this first show."

Ici is greatly valued because of its strategic location in Milan, which is the business centre for Italian mice operators and for its strong international influence.



Starhotels Terminus: fascino partenopeo e gusto mediterraneo – Starhotels Terminus: neapolitan charm and mediterranean taste

Il golfo di Napoli e le zone archeologiche di Pompei, l'impareggiabile incanto del mare e la maestosità del Vesuvio. Il tutto a pochi passi dal centro di Napoli.

Lo Starhotels Terminus è situato, infatti, nella centralissima Piazza Garibaldi, a fianco della Stazione Metro 2, a pochi minuti dal centro storico e dalle realtà artistiche più importanti della città e a poca distanza da aeroporto, autostrada e porto.

Soggiornare allo Starhotels Terminus permette di vivere "l'oro di Napoli". La circumvesuviana parte dal piazzale distante pochi metri dall'ingresso dell'hotel. Il biglietto è offerto dalla direzione: venti minuti di tragitto consentono di raggiungere gli scavi di Pompei, Ercolano, la reggia di Portici e il perimetro delle ville vesuviane.

È in questa cornice che si trova lo Starhotels Terminus dopo un restyling che ne accresce il fascino e l'offerta qualitativa. Qui l'estrosità partenopea e il gusto mediterraneo si fondono con l'alta tecnologia.

171 camere tra cui suites e Executive room, un nuovo centro congressi con 11 sale riunioni, modernamente attrezzate, da 10 a 220 persone per comples-



sivi 480 posti, un bar, un ristorante, la fitness room, il roof garden e il garage per 100 auto: questi sono i numeri del nuovo Starhotel Terminus.

Dal **roof garden** la veduta del Vesuvio dove si ha la sensazione che uno scorcio di natura sia lì per essere incorniciato. La silhouette del vulcano è talmente precisa che i vulcanologi usano spesso la terrazza come osservatorio privilegiato.

Il ristorante *Odeon*, che può ospitare fino a 120 persone, ricorda una dimora d'altri tempi e ne conserva l'aspetto gradevole e invitante. Un ambiente sofisticato ed elegante, ma al tempo stesso caldo ed accogliente, dove gustare vere delizie per il palato.

Una raffinatezza senza tempo, da assaporare lentamente, come la cucina dello chef Raffaele Guarracino che prepara con maestria antica piatti della tradizione culinaria napoletana e garantisce menù di ristorazione biologica certificata.

Prenotando un soggiorno per due notti alla tariffa di 130,00 euro (per camera doppia per notte, per due persone) saranno inclusi una cena romantica a lume di candela e la colazione in camera. Offerta *Starlove* valida fino al 31/12.

The gulf of Naples and the archaeological areas of Pompeii, the unrivalled beauty of the sea and the majesty of Vesuvius.

All just a few steps from the centre of Naples. *Starhotels Terminus* is, in fact, situated in the central Piazza Garibaldi, beside the Metro 2 station, just a few minutes from the historic centre and a short distance from the airport, motorway and port.

A stay at the *Starhotels*



Terminus enables you to enjoy "the gold of Naples". The Circumvesuviana (a network of trains, coaches and cable cars) leaves from the approach court located a few metres from the hotel entrance. The ticket is courtesy of the management: a twenty-minute Vesuvian villas.

It's in this background that the Starhotels Terminus is located, after a restyling increasing its appeal and improving the quality on offer. Here Neapolitan creativity and mediterranean taste merge with advanced technology.

171 rooms including suites and Executive rooms, a new conference centre with 11 fully equipped meeting rooms seating from 10 to 220 for a total capacity of 480, a bar, restaurant, fitness room, the roof-garden and garage with space for 100 cars: these are the numbers of the new Starhotel Terminus.

From the roof-garden there is a view of Vesuvius which seems as if the natural landscape is there for framing. The outline of the volcano is so clear that vulcanologists often use the terrace as a privileged observatory.

The Odeon restaurant, which seats up to 120, recalls a historic residence, retaining its pleasant, inviting atmosphere. A sophisticated, elegant ambience but also warm and friendly, where you can really delight your palate.

A timeless elegance, to be enjoyed at leisure, like the cooking of the chef Raffaele Guarracino who prepares dishes from the ancient Neapolitan culinary tradition with mastery, providing menus with organic certification.

Reserving a stay of two nights at the price of 130.00 euros (for a double room for two people) there is included a dinner and the breakfast in the bedroom.

**Starhotels Terminus
Piazza Garibaldi 91
80142 Napoli
tel +39 081 7793111
fax +39 081 206689
terminus.na@starhotels.it
www.starhotels.com**





10 ottime ragioni per scegliere

STAREVENTS
BY **STARHOTELS**

nel cuore dell'evento • in the heart of the event

- 1. Location nel cuore delle città.**
Siamo sempre al centro dei vostri desideri.
- 2. Originali momenti di relax.**
Attività extrameeting uniche e sorprendenti.
- 3. Risposta e preventivo in 24 ore.**
Ci è sempre piaciuto dare un servizio puntuale.
- 4. Un Event Manager in ogni albergo.**
In tutti gli Starhotels c'è sempre il professionista che fa per voi.
- 5. Un Event Department per tutta la catena.**
Un unico partner per pianificare più di un evento.
- 6. Servizi tecnici compresi, senza extra.**
È inclusa soprattutto la vostra soddisfazione.
- 7. Tariffe convenzionate per tutti i servizi.**
La corsia preferenziale per i vostri meeting.
- 8. Ottimo rapporto camere/sale riunioni.**
Di giorno i grandi spazi per i vostri eventi, di notte una camera per i vostri sogni.
- 9. Ristorazione di grande qualità e flessibilità.**
Prima pensiamo al dovere, poi al vostro piacere.
- 10. Tecnologia di ultima generazione.**
Innovazione e futuro sono a vostra disposizione.

Una collezione di 21 alberghi, 19 quattro stelle nel cuore delle più belle città italiane, 1 hotel de charme nel centro di Parigi e 1 deluxe a Manhattan, New York. Un totale di 3375 camere, 123 sale riunioni per complessivi di 8.400 posti su 10.000 mq di superficie.

STARHOTELS[®]

cuore delle città • the heart of the city

Per maggiori informazioni:

T: +39 055 3692282 - 3692232 - 3692368 starevents@starhotels.it

New York Paris Milano Roma Venezia Firenze Napoli Bologna Parma Genova Torino Trieste Bergamo

www.starhotels.com

Le fiere ordinate per settori merceologici

Exhibitions arranged by commercial categories

ALBERGHI, RISTORANTI, ESERCIZI PUBBLICI, CATERING, COMUNITÀ, NEGOZI

(allestimenti, forniture, servizi)
Hotels, restaurants, bars, catering, communities, shops (fittings, supplies, services)

Argentina

Buenos Aires, 22-24/8/06 - Gastronomía
Expohoteleria
Buenos Aires, 4-7/9/06 - Hotelga

Australia

Melbourne, 11-14/9/06 - Hotel Australia
Melbourne, 19-21/9/06 - Shopfit display & design
Sydney, 23-26/7/06 - Ictf

Austria

Salzburg, 11-15/11/06 - Alles für den Gast - Herbst

Belarus

Minsk, 28/11-1/12/06 - Belproduct

Belgium

Ghent, 19-23/11/06 - Horeca expo

Bosnia Hercegovina

Banja Luka, 9-12/11/06 - Lorimes

Brazil

Carapina - Serra, 11/06 - Sabor Es
São Paulo, 28-30/6/06 - Globalshop South America
São Paulo, 30/8-1/9/06 - Expo postos & conveniência
São Paulo, 12-15/9/06 - Equipotel

Bulgaria

Sofia, 12-15/10/06 - Sihre

Canada

Toronto, 10/06 - Gic
Toronto, 10/06 - Hostex

Chile

Santiago, 14-16/11/06 - H+G

China, P.R.

Beijing, 24-26/5/06 - Hotel China
Beijing, 26-28/10/06 - Hotelex Beijing
Guangzhou (Canton), 23-25/6/06 - Fhc South China
Guangzhou (Canton), 23-25/6/06 - Retail China
Guangzhou (Canton), 11/06 - Hotelex Guangzhou
Hong Kong, 28-29/6/06 - Hd Asia
Lüda (Dalian) (Dairen), 20-22/10/06 - Hotelex Dalian
Shanghai, 30/11-2/12/06 - Fhc - Food & drink
Shanghai, 30/11-2/12/06 - Fhc - Retail & hospitality equipment

Colombia

Cartagena de Indias, 23-26/8/06 - Expocotelco int.
Santa Fe de Bogotá, 23-26/8/06 - Alimentec

Czech Republic

Ceske Budejovice, 9-11/11/06 - Gastro Ceske Budejovice
Prague, 5-7/10/06 - Gastroset
Prague, 5-7/10/06 - Storeset

Egypt

Cairo, 13-16/11/06 - Hace

France

Lille, 1-3/10/06 - Siahm
Paris, 5-9/11/06 - Equip'hôtel

Germany

Berlin, 15-18/10/06 - Inhoga
Düsseldorf, 24-28/9/06 - Hogatec

Giordania

Amman, 12-14/9/06 - Ihf

Hungary

Budapest, 10/06 - Hoventa

India

New Delhi, 12/06 - Ite & hospitality India

Iran

Tehran, 28-31/5/06 - Iran food + hospitality

Ireland

Dublin, 10/06 - Ifex

Israel

Tel Aviv, 20-22/11/06 - Hotex

Italy

Bolzano, 23-26/10/06 - Hotel
Genoa, 6-9/11/06 - Technotel
Milan - Rho-Pero, 19-23/10/06 - Host
Rimini, 13-15/10/06 - Sun
Rimini, 25-29/11/06 - Sia Guest
Rome, 11/06 - Hospitality contract
Rome, 11/06 - Ristora
Rome, 17-20/11/06 - Settimana della vita collettiva

Kazakhstan

Almaty, 1-4/11/06 - Hotel&Restaurant expo
Kazakhstan

Korea, South

Seoul, 6-8/7/06 - Korea shop
Seoul, 11-14/10/06 - Sires

Kuwait

Kuwait City, 27-29/11/06 - Horeca Kuwait

Latvia

Riga, 6-9/9/06 - Baltic food & drink

Lithuania

Vilnius, 9-11/11/06 - Baltshop. Balhtotel. Baltgastro

Mexico

Mexico City, 5-7/7/06 - Exporestarantes
Mexico City, 4-6/10/06 - Abastur

Morocco

Casablanca, 8-11/11/06 - Marocotel

New Zealand

Auckland, 8-10/10/06 - Hospitality NZ

Oman

Muscat, 12/06 - Food expo

Philippines

Cebu, 23-25/6/06 - Cebu food expo

Poland

Cracow, 23-25/11/06 - Horeca
Poznan, 25-28/10/06 - Gastro-invest-hotel
Warsaw, 17-19/5/06 - Ife Poland

Portugal

Braga, 10/06 - Panidoco
Porto, 1-4/6/06 - Hotelmaq

Qatar

Doha, 12-15/6/06 - Diyafa

Romania

Bucharest, 19-22/10/06 - Romhotel
Cluj-Napoca, 3-6/5/06 - Hotel & catering
Neptun, 6/06 - Horega1

Russia

Ekaterinburg, 17-20/10/06 - Shop. Restaurant. Hotel
Moscow, 19-22/9/06 - Christmasworld Rossija
Moscow, 26-29/9/06 - Shop design Russia
Novosibirsk, 6-8/9/06 - Hotels & restaurants
Omsk, 6-9/6/06 - City service
St. Petersburg, 3-5/10/06 - Intershop
St. Petersburg, 3-5/10/06 - Inwehot
St. Petersburg, 3-5/10/06 - Mir posudi / Crockery world

Saudi Arabia

Jeddah, 28/5-1/6/06 - Food, hotel & propac Arabia

Serbia and Montenegro

Novi Sad, 12-15/10/06 - Int. fair of hotelkeeping and catering

Singapore

Singapore, 9/06 - Fmcg
Singapore, 9/06 - Retail it
Singapore, 9/06 - Rite
Singapore, 9/06 - Shopfit

Slovak Republic

Banska Bystrica, 20-22/9/06 - Hotel

South Africa

Cape Town, 31/5-2/6/06 - Hostex Cape
Johannesburg, 26-29/7/06 - Mall expo

Spain

Barcelona, 26-30/10/06 - Hostelco

Sweden

Piteå, 26-27/9/06 - Nolia gastro
Sollentuna, 26-27/9/06 - RestaurantExpo

Switzerland

Lausanne, 4-8/11/06 - Gastronomía int.
Lucerne, 24-28/9/06 - Zagg

Thailand

Bangkok, 16-20/5/06 - Thaixex - World of food Asia
Bangkok, 6-9/9/06 - Ifhs
Bangkok, 6-9/9/06 - Retail Thailand

Tunisia

Sousse, 11/06 - Siehcar

Ukraine

Kiev, 9/06 - CaBaRe. Hotel
Kiev, 11/06 - Restaurant expo Ukraine

United Arab Emirates

Dubai, 4-6/6/06 - The hotel show
Dubai, 7-11/11/06 - Index Dubai

United Kingdom

Birmingham, 9/06 - National fast food show
London, 13-15/6/06 - The in-store show
London, 18-20/9/06 - Restaurant live
London, 18-20/9/06 - The restaurant show

United States of America

Chicago IL, 7-9/5/06 - The Fmi show
Chicago IL, 20-23/5/06 - Nra show
Las Vegas, 21-24/5/06 - Icsx spring convention
Las Vegas, 8-11/10/06 - Nacs show
Long Beach CA, 5-8/11/06 - Fs/Tec
Los Angeles, 26-28/8/06 - Western foodservice & hospitality expo
Miami Beach, 18-19/9/06 - Hd boutique
New York, 11-14/11/06 - lh/m&rs

Vietnam

Ho Chi Minh, 27-29/9/06 - Food & hotel Vietnam

ALIMENTARI

(prodotti, macchine, servizi)

Food-Beverage (products, machinery, services)

Algeria

Algiers, 11/06 - Siac

Argentina

Buenos Aires, 21-22/6/06 - Argenkosher
Buenos Aires, 22-24/8/06 - Gastronomía Expohoteleria
Buenos Aires, 19-22/9/06 - Tecno Fidta
Buenos Aires, 10-16/12/06 - Expoelgourmet.com

Armenia

Jerevan, 14-17/9/06 - Expo food & drinks

Australia

Adelaide, 10/06 - Health smart
Adelaide, 6/10/06 - Royal Adelaide wine show / Taste of the best
Brisbane, 4-6/11/06 - Good food & wine show
Melbourne, 16-18/6/06 - Good food & wine show
Melbourne, 11-14/9/06 - Fine food Australia
Sydney, 23-25/6/06 - Good food & wine show
Sydney, 14-17/7/06 - Wine Australia

Austria

Salzburg, 11-15/11/06 - Alles für den Gast - Herbst
Vienna, 10-12/6/06 - Vievinum

Azerbaijan

Baku, 24-26/5/06 - Interfood Azerbaijan

Belarus

Minsk, 28/11-1/12/06 - Belproduct

Belgium

Antwerp, 12/06 - Antwerps voedingssalon
Brussels, 9-11/5/06 - European seafood exposition
Brussels, 6-8/6/06 - Cme
Brussels, 10/06 - Megavino + Gastrorama
Kortrijk, 17-20/9/06 - Broodway
Namur, 8-10/12/06 - Salon int. du vin et de la gastronomie

Bolivia

Santa Cruz de la Sierra, 26-29/7/06 - Festival int. de vinos y quesos

Bosnia Hercegovina

Banja Luka, 8-12/9/06 - Agros

Brazil

Carapina - Serra, 11/06 - Sabor Es
Fortaleza, 3-5/5/06 - Tecnofrigorifico
Olinda, 7-10/11/06 - Fispal Nordeste
São Paulo, 2-4/5/06 - Expovinos Brasil
São Paulo, 6-9/6/06 - Fispal tecnologia
São Paulo, 17-20/6/06 - Fispal food service
São Paulo, 19-22/6/06 - Fithep Mercosul Brasil
São Paulo, 20-24/6/06 - Feicorte
São Paulo, 7/06 - Exponilk
São Paulo, 12-14/9/06 - Fi - Food ingredients South America
São Paulo, 12-14/9/06 - Food safety & hygiene
São Paulo, 12-14/9/06 - Tecno bebida Latin America
São Paulo, 11/06 - Feisucro

Bulgaria

Plovdiv, 8-13/5/06 - Food+Tech
Sofia, 1-4/11/06 - Balkan food & drinks
Sofia, 15-18/11/06 - Interfood & drink
Sofia, 15-18/11/06 - Salon de vin
Sofia, 15-18/11/06 - The world of milk

IOTTI

FRIGORIFERI



L'unica azienda italiana del settore ad avere la certificazione di qualità!

- Vendita e noleggio di attrezzature refrigeranti e per la ristorazione
- Fornitore ufficiale di enti fieristici e allestitori
- Azienda leader per quantità di pezzi disponibili e assortimento

Via Cafiero 31
42100 Reggio Emilia
tel 0522792240
fax 0522304887
info@iottifrigoriferi.it
www.iottifrigoriferi.it

Alimentari (prodotti, macchine, servizi)

Canada

Toronto, 10/06 - Gic (N)
Vancouver, 24-25/9/06 - Canadian coffee & tea expo (N)

Chile

Santiago, 10/06 - Fipach Latinoamérica (I)
Santiago, 14-16/11/06 - Expoalimenta (I)
Santiago, 14-16/11/06 - H+G (I)

China, P.R.

Beijing, 24-26/5/06 - Hotel China (I)
Beijing, 5-9/9/06 - China brew / China beverage (I)
Beijing, 11/06 - Meat expo (I)
Guangzhou (Canton), 23-25/6/06 - Fhc South China (I)
Guangzhou (Canton), 7/06 - Agritech China (I)
Guangzhou (Canton), 7/06 - Interfood China (I)
Guangzhou (Canton), 7/06 - Interwine China (I)
Hong Kong, 23-25/5/06 - Vinexpo Asia-Pacific (I)
Hong Kong, 17-21/8/06 - Food expo (I)
Qingdao (Tsingtao), 1-3/11/06 - China fisheries & seafood expo (I)
Shanghai, 17-19/5/06 - Bakery China (I)
Shanghai, 29-31/5/06 - Packtech and Foodtech Shanghai (I)
Shanghai, 29-31/5/06 - Sial China (I)
Shanghai, 4-6/9/06 - Int. Foodtec China (I)
Shanghai, 4-6/9/06 - Sweets China - powered by Ism (I)
Shanghai, 26-28/9/06 - Tea & coffee world cup exhibition & symposium (I)
Shanghai, 10/06 - Interfood Shanghai (I)
Shanghai, 8-9/11/06 - Cme China (I)
Shanghai, 23-25/11/06 - Vinitaly China (I)
Shanghai, 30/11-2/12/06 - Fhc - Food & drink (I)

Colombia

Santa Fe de Bogotá, 23-26/8/06 - Alimentec (I)

Croatia

Zagreb, 10-14/5/06 - Vinovita (I)

Czech Republic

Ceske Budejovice, 9-10/6/06 - Beer festival (N)
Ceske Budejovice, 9-11/11/06 - Gastro Ceske Budejovice (I)
Prague, 16-18/5/06 - Wine & spirits (I)
Prague, 30/5-1/6/06 - Ficee (I)

Ecuador

Quito, 11/06 - Vinos&Vinos (I)

Egypt

Cairo, 25-27/5/06 - Food fair (I)
Cairo, 25-27/5/06 - Food tech (I)
Cairo, 13-16/9/06 - Supermarket expo (I)
Cairo, 13-16/11/06 - Hace (I)

Estonia

Tallinn, 26-28/10/06 - Tallinn food fair (I)
Tartu, 5-6/5/06 - Öllelager (N)

Ethiopia

Addis Ababa, 1-5/6/06 - Agriflex (I)

Finland

Helsinki, 26-29/10/06 - Ruoka (I)

France

Châlons-en-Champagne, 18-20/11/06 - Gastronomie (N)
Colmar, 11-20/8/06 - Foire aux vins d'Alsace (N)
Dijon, 1-12/11/06 - Foire int. et gastronomique de Dijon (I)
Dunkerque, 10/06 - Salon du vin et de la bière (N)
Lille, 11/06 - Envies culinaires (N)
Paris, 28-29/5/06 - Euro pizza (I)
Paris, 14-15/6/06 - Salon de l'alimentation Casher (I)
Paris, 14-15/6/06 - Salon européen des produits Halal (I)
Paris, 14-15/6/06 - Salon int. des terroirs du monde (I)
Paris, 10/06 - Paris fermier (N)
Paris, 22-26/10/06 - Sial (I)
Paris, 28/10-1/11/06 - Salon du chocolat (I)
Paris, 11/06 - Tea expo (I)
Paris, 20-23/11/06 - Ipa (I)
Paris, 12/06 - Salon saveurs des plaisirs gourmands (N)
Paris, **Rambouillet**, 5-8/5/06 - Grand marché fermier de Rambouillet (N)
Strasbourg, 10/06 - Agromat expo (N)
Toulouse, 10-12/11/06 - Salon des vins (N)

Georgia

Tbilisi, 7-10/6/06 - Agro+Food+Drink+Tech ExpoGeorgia (I)
Tbilisi, 16-18/11/06 - Interfood Georgia (I)

Germany

Düsseldorf, 24-27/9/06 - Intercool (I)
Düsseldorf, 24-27/9/06 - Intermeat (I)
Düsseldorf, 24-27/9/06 - Internopro (I)
Frankfurt-Main, 14-16/11/06 - Hi Europe (I)
Frankfurt-Main, 24-26/11/06 - Interwhisky (I)
Leipzig, 5-6/11/06 - Fleifa (N)
Munich, 3-9/10/06 - Iba (I)
Munich, 10-12/11/06 - Forum vini (I)
Munich, 12/06 - Food & life (I)
Nuremberg, 15-17/11/06 - Brau Beviela (I)
Rheinberg, 11-12/11/06 - Essen & Trinken (I)
Stuttgart, 1-3/10/06 - Süffa (I)
Stuttgart, 6-9/10/06 - Südback (I)

Greece

Athens, 3-6/11/06 - Foodtech (I)

Hungary

Budapest, 21-24/11/06 - Foodapest (I)
Debrecen, 30/8-2/9/06 - Farmer-expo (I)
Győr, 8-12/6/06 - Agroraab (I)

India

Hyderabad, 23-25/11/06 - Dairy universe India (I)
Hyderabad, 23-25/11/06 - Sweet & snack factory India (I)
Mumbai (Bombay), 1-3/11/06 - World of food India (I)
New Delhi, 27-29/8/06 - Ildex India (I)
New Delhi, 12/06 - Ife & hospitality India (I)

Indonesia

Jakarta, 6-9/12/06 - Propak Indonesia (I)

Iran

Tehran, 28-31/5/06 - Iran food + hospitality (I)
Tehran, 9/06 - Icf (I)

Ireland

Dublin, 10/06 - Ifex (I)

Israel

Tel Aviv, 11/06 - Israfood (I)

Italy

Acqualagna, 29/10-12/11/06 - Fiera nazionale del tartufo bianco (N)
Alba, 22/4-1/5/06 - Vinum (N)
Alba, 1-22/10/06 - Fiera nazionale del tartufo bianco d'Alba (N)
Asti, 8-17/9/06 - Douja d'or (N)
Belgioioso, 28/4-1/5/06 - Officinalia (N)
Bologna, 7-10/9/06 - Sana (N)
Bologna, 11/06 - CioccoShow (N)
Carpi, 27-29/10/06 - Carpi a tavola (N)
Carrara, 26/8-9/9/06 - Tutti in fiera / Septemberfest (N)
Casteggio, 11/06 - Fiera del tartufo e del miele (N)
Cesena, 30/11-1/12/06 - Sugar world (I)
Città di Castello, 11/06 - Mostra del tartufo e dei prodotti del bosco (N)
Cremona, 26-29/10/06 - Qualyfood (N)
Cuneo, 11/06 - Saponi della carne (N)
Foggia, 28/4-3/5/06 - Enolsud (N)
Foligno, 27/9-1/10/06 - I primi d'Italia (N)
Genoa, 11/06 - Slow fish (N)
Gorizia, 12-15/10/06 - Ruralia (N)
Lanciano, 7-10/12/06 - Agroalimenta (N)
Longarone, 14-16/10/06 - Saponi italiani (N)
Longarone, 26-29/11/06 - Mig (I)
Mantua, 10/06 - Salami & salumi (N)
Merano, 11/06 - Merano int. winefestival & Culinaria (I)
Milan, 24-25/5/06 - Qualimentaria (N)
Parma, 4-7/5/06 - Cibus (I)
Parma, 4-7/5/06 - Dolce Italia (N)
Perugia, 14-22/10/06 - Eurochocolate Perugia (N)
Pordenone, 8-17/9/06 - Expooperazione Pramaggiore, 15/4-1/5/06 - Mostra nazionale campionaria dei vini (N)
Riva del Garda, 12-14/5/06 - Biteg forum (I)
Rome, 1-4/6/06 - Gusti d'Europa (I)
Rome, 14-17/10/06 - Pabogel (I)
Rome, 11/06 - Qualimentaria (I)
Sant'Agata Feltria, 10/06 - Fiera nazionale del tartufo (N)
Sant'Angelo in Vado, 10/06 - Mostra nazionale del tartufo bianco pregiato delle Marche (N)
Santo Stefano Belbo, 8/12/06 - Moscato nuovo in festa (N)
Trieste, 3-5/11/06 - TriestEspresso expo (I)
Turin, 25-27/5/06 - Moscato wine festival (I)
Turin, 26-30/10/06 - Salone del gusto (N)
Valdobbiadene, 9/06 - Forum spumanti d'Italia (N)
Vallo della Lucania - Badia, 19-22/10/06 - Salone industria casearia (N)
Verona, 11-14/5/06 - Eurocarne (I)
Vicenza, 6/11/06 - Salone nazionale del vino novello (N)
Volta Mantovana, 29/5-1/6/06 - Mostra nazionale dei vini passiti e da meditazione (N)

Japan

Kitakyushu, 5-9/10/06 - Iff (I)
Osaka, 13-16/9/06 - Foodtech (I)
Osaka, 13-16/9/06 - Japanfood (I)
Osaka, 8-10/11/06 - Ifia Osaka (N)
Tokyo, 30/5-1/6/06 - Hfe Japan (I)
Tokyo, 30/5-1/6/06 - Ifia Japan (I)
Tokyo, 6/06 - Fooma Japan (I)
Tokyo, 15-17/6/06 - Supplements and functional foods (N)
Tokyo, 19-21/7/06 - Japan int. seafood and technology expo (I)
Tokyo, 10/06 - Food service industry fair (I)
Tokyo, 4-6/10/06 - Hi (N)

Kazakhstan

Almaty, 1-4/11/06 - Ingredients (I)
Almaty, 1-4/11/06 - WorldFood Kazakhstan (I)
Almaty, 1-4/11/06 - Worldfoodtech (I)
Astana, 25-27/5/06 - Astanafood (I)

Korea, South

Busan (Pusan), 18-21/5/06 - Bofas (I)
Daegu (TaeGu), 6/06 - Dafod (I)
Seoul, 2-4/5/06 - Sws expo (I)
Seoul, 11/06 - Food Korea show (I)

Kuwait

Kuwait City, 13-22/9/06 - Kuwait int. food exhibition (I)
Kuwait City, 27-29/11/06 - Horeca Kuwait (I)

Latvia

Riga, 6-9/9/06 - Baltic food & drink (I)
Riga, 6-9/9/06 - Riga food (I)

Lithuania

Vilnius, 11-13/5/06 - Baf (N)

Luxembourg

Luxembourg-Kirchberg, 13-21/5/06 - Foire int. de Luxembourg - Foire de printemps (I)
Luxembourg-Kirchberg, 18-22/11/06 - Expogast (I)

Macedonia

Skopje, 26-30/9/06 - Int. exhibition of wine and strong beverages (I)
Skopje, 29-30/9/06 - Int. fair of food, beverages and consumer goods (I)

Malaysia

Kuala Lumpur, 6-9/7/06 - Food-pack Malaysia (I)

Malta

Naxxar, 10-14/5/06 - Food & drink fair (N)

Mexico

Guadalajara, 22-24/6/06 - Expo lácteos (I)
Guadalajara, 1-4/8/06 - Confitexpo (I)
Guadalajara, 20-22/10/06 - Expo gourmet (N)
Mexico City, 6-8/6/06 - Alimentaria México (I)
Mexico City, 8/06 - Expo café (N)
Mexico City, 12-14/8/06 - Expo Pan (I)
Monterrey, 6-8/9/06 - Expo alimentos (I)

Moldova

Kishinev, 17-21/5/06 - Food & drinks. Food technology (I)
Kishinev, 7-8/10/06 - Wine festival (I)

Monaco (Principauté de)

Monaco, 11/06 - Salon Monte-Carlo gastronomie (I)

Mongolia

Ulan Bator (Ulaanbaatar), 5-7/6/06 - InterFood Mongolia (I)
Ulan Bator (Ulaanbaatar), 7-10/11/06 - Healthy food (I)

Netherlands

Utrecht, 9/06 - Dpe (N)
Utrecht, 3-6/10/06 - Industrial processing (I)
Utrecht, 12/06 - Overheerlijk! (N)

New Zealand

Auckland, 17-19/10/06 - Foodtech (I)

Norway

Oslo, 9/06 - Nwx (N)

Oman

Muscat, 12/06 - Food expo (I)

Pakistan

Karachi, 9-12/5/06 - FoodTech Pakistan (I)

Panama

Panama City, 24-28/8/06 - Expovino (I)
Panama City, 11/06 - Camarón (I)

Philippines

Cebu, 23-25/6/06 - Cebu food expo (I)
Davao City, 19-21/6/06 - Mindanao (I)
Manila, 12-14/5/06 - Ifex (I)
Manila, 2-5/8/06 - Wofex (I)
Manila, 9/06 - AsiaFood expo (I)
Manila, 10/06 - Agrilink (I)
Manila, 10/06 - Foodlink (I)

Poland

Cracow, 23-25/11/06 - Enoexpo (N)
Cracow, 23-25/11/06 - Gastrofood (I)
Lublin, 17-19/10/06 - Tea & coffee (I)
Poznan, 16-20/9/06 - Polagra-Food (I)
Warsaw, 17-19/5/06 - Ife Poland (I)

Portugal

Braga, 10/06 - Panidoce (N)
Porto, 1-4/6/06 - Alimentação (I)
Porto, 1-4/6/06 - Allitec (I)
Porto, 1-4/6/06 - Expovinis (I)
Porto, 1-4/6/06 - Gourmet (I)

Romania

Alexandria, 8/06 - Agralimex (N)
Arad, 7-10/9/06 - Agromalim (I)
Bucharest, 9/06 - Finagra (N)
Bucharest, 19-22/10/06 - Gastronomy show (I)
Bucharest, 8-12/11/06 - Expo-drink (I)
Bucharest, 8-12/11/06 - Indagra (I)
Cluj-Napoca, 16-20/5/06 - Agraria (I)
Focsani, 10/06 - Bachus (I)
Timisoara, 15-18/6/06 - Timagrailim (I)

Russia

Barnaul, 24-27/10/06 - Altai cornfield. Altai agrotechnics (I)
Ekaterinburg, 23-26/5/06 - Agrofood (I)

Irkutsk, 14-17/11/06 - Agroindustrial week (N)
Kaliningrad, 19-21/10/06 - Agrocomplex (I)
Khabarovsk, 26-29/10/06 - DahlPischeProm (N)
Moscow, 25/5/06 - Vinitaly Russia (I)
Moscow, 6-8/6/06 - Seafood Russia (I)
Moscow, 20-23/6/06 - Foodmash (I)
Moscow, 20-23/6/06 - Modern bakery (I)
Moscow, 26-29/9/06 - World food Moscow (I)
Moscow, 16-18/10/06 - Riwsf (I)
Moscow, 7-9/11/06 - Interdrink (I)
Moscow, 21-23/11/06 - Ife fresh produce Russia (I)
Moscow, 5-8/12/06 - Ingredients Russia (I)
Novosibirsk, 28/11-1/12/06 - ProdSib (I)
Novosibirsk, 28/11-1/12/06 - Siberian balsam (I)
Novosibirsk, 28/11-1/12/06 - Sladosib (I)
Omsk, 6-9/6/06 - Hot-expo (N)
Omsk, 6-9/6/06 - Omskprodopt (N)
Omsk, 6-9/6/06 - Sibalko (N)
Omsk, 17-20/10/06 - Agroprodsmelash (I)
Perm, 31/10-3/11/06 - Food & Packing (I)
Samara, 24-27/10/06 - Inter food Samara (I)
St. Petersburg, 27/5/06 - Vinitaly Russia (I)
St. Petersburg, 7-10/6/06 - St. Petersburg wines and vodkas fair (I)
St. Petersburg, 11/06 - Peterfood (I)
Ufa, 7-10/11/06 - Produral. Packaging (I)

Saudi Arabia

Jeddah, 28/5-1/6/06 - Food, hotel & propac Arabia (I)

Serbia and Montenegro

Belgrade, 20-23/9/06 - Conbak expo Balkan (I)
Belgrade, 29/11-2/12/06 - Wine, food and equipment show (I)
Novi Sad, 12-15/10/06 - Int. fair of food and beverages (I)

Singapore

Singapore, 11/06 - Wine for Asia (I)

Slovak Republic

Nitra, 17-22/8/06 - Agrocomplex (I)

Slovenia

Gornja Radgona, 25-31/8/06 - Kzs (I)
Ljubljana, 16-18/11/06 - Slovenski festival vin (N)

South Africa

Cape Town, 18-21/5/06 - Good food & wine show (I)
Cape Town, 19-23/9/06 - WineX (N)
Johannesburg, 23-25/7/06 - Agri-food (I)
Johannesburg, 23-25/7/06 - Dairy deli (I)
Johannesburg, 23-25/7/06 - Ifma Africa (I)
Johannesburg, 23-25/7/06 - Interbake (I)
Johannesburg, 10/06 - WineX (N)

Spain

Ferrol, 2-4/6/06 - Ferveza (I)
Gijon, 29/9-1/10/06 - Agropec y Explotácea (N)
Madrid, 8-11/5/06 - Salón int. del club de gourmets (I)
Madrid, 21-23/11/06 - Iberwine (I)
Málaga, 9-13/6/06 - Fegamed (I)
Seville, 19-22/9/06 - Edible oil (I)
Silleda, 14-18/6/06 - Salimat (I)
Silleda, 14-18/6/06 - Semana verde de Galicia (I)
Vigo, 10/06 - Conxemar (I)
Vigo, 10/06 - Expogalaecia (I)

Sudan

Khartoum, 16-20/9/06 - Khartoum agro food (I)

Sweden

Stockholm, 29-31/5/06 - Ecr Europe conference & marketplace (I)
Stockholm, 10-12/11/06 - Det goda köket (I)
Umea, 27-29/10/06 - Nolia höstmässa (N)

Switzerland

Basel, 28/10-5/11/06 - Basler Weinmesse (I)
Berne, 13-22/10/06 - Berner Weinmesse (N)
Geneva, 9-11/5/06 - Vitafoods int. (I)
St. Gall, 10/06 - Olma (N)

Syria

Damascus, 19-23/7/06 - FoodExpo (I)
Damascus, 12/06 - Syriat (I)

Taiwan

Taipei, 21-24/6/06 - Food Taipei (I)
Taipei, 21-24/6/06 - Foodtech Taipei (I)
Taipei, 15-18/11/06 - Taiwan int. best food products and equipment fair (I)

Tajikistan

Dushanbe, 11/06 - InterFood Tajikistan (I)

Thailand

Bangkok, 16-20/5/06 - Thaixef - World of food Asia (I)
Bangkok, 14-17/6/06 - BevTech / BrewTech (I)
Bangkok, 14-17/6/06 - MeatTech (I)
Bangkok, 14-17/6/06 - Propak Asia (I)
Bangkok, 14-17/6/06 - SeafoodTech (I)
Bangkok, 6-9/9/06 - Ifhs (I)
Bangkok, 13-15/9/06 - Fi Asia (I)

Tunisia

Stax, 17-20/5/06 - Smaa (I)
Tunis, 16-20/9/06 - Interpat (I)

Slovak Republic

Bratislava, 21-23/9/06 - Interbeauty (I)

Slovenia

Celje, 11-12/11/06 - New look (I)

South Africa

Johannesburg, 15-17/7/06 - Beauty Africa (I)

Spain

Madrid, 7-8/10/06 - Salón look int. (I)

Switzerland

Berne, 10-12/9/06 - Vitawell (N)

Thailand

Bangkok, 14-17/6/06 - PharmaPak (I)

Tunisia

Tunis, 9-12/6/06 - Cosmetica (I)

Turkey

Istanbul, 15-18/6/06 - Beauty Eurasia (I)
Istanbul, 20-22/8/06 - Coiffeure and beauty (I)

Ukraine

Lviv, 21-24/9/06 - Style (I)

United Arab Emirates

Dubai, 22-24/5/06 - Beautyworld Middle East (I)

United Kingdom

London, 7-8/5/06 - Olympia beauty (N)
London, 9/06 - Body beautiful show (I)
London, 10-11/9/06 - Professional beauty Autumn (N)
London, 10-11/9/06 - Professional nails (N)
London, 14-16/10/06 - Salon int. (I)
Manchester, 8-9/10/06 - Professional beauty North (N)
Telford, 28-29/11/06 - Scs formulate (I)

United States of America

Las Vegas, 16-18/7/06 - Cosmoprof North America (I)
New York, 12-15/8/06 - Ex'tracts (I)
New York, 12-14/9/06 - Hba (I)
New York, 12-14/11/06 - Ex'tracts (I)

FIERE, MOSTRE, CONGRESSI, SPETTACOLI, INCENTIVE (allestimenti, organizzazione) Fairs, Exhibitions, Congresses, Shows, Incentives (fittings, organization)

Argentina

Buenos Aires, 30/5-1/6/06 - Expoeventos (N)

Australia

Melbourne, 6-7/6/06 - Aime (I)

Belgium

Brussels, 27-28/9/06 - Meeting & Weltra (I)

Brazil

São Paulo, 20-22/6/06 - Lacime (I)
São Paulo, 11/06 - Exposystems (I)

China, P.R.

Hong Kong, 31/8-1/9/06 - Stadia expo Asia (I)
Shanghai, 18-21/10/06 - Prolight + Sound Shanghai (I)

Ecuador

Quito, 26-28/10/06 - Mitm Latin America (I)

France

Paris, 21-23/11/06 - Heavent (I)

Germany

Cologne, 22-24/9/06 - Interkameval (I)
Frankfurt-Main, 30/5-1/6/06 - Imex (I)
Munich, 3-5/5/06 - Venue expo Europe (I)

Greece

Athens, 8-12/12/06 - Exporama show (I)
Rhodes, 29/10-1/11/06 - Icca congress & exhibition (I)

Hungary

Budapest, 18-19/10/06 - Bts (I)

Italy

Florence, 7-9/11/06 - Btc int. (I)
Milan, 3/10/06 - Travel trend Milano plus (N)
Milan - Rho-Però, 4-5/10/06 - Ici (I)
Naples, 9/06 - MiceMed (I)
Rome, 13/6/06 - Travel trend Roma (N)

Japan

Tokyo, 11-13/10/06 - Int. premium incentive show Autumn (I)

Philippines

Cebu, 11-14/5/06 - Corporate gifts Cebu (I)
Manila, 11-14/5/06 - Corporate gifts & supplies expo (I)

Poland

Warsaw, 11/06 - Surexpo (I)
Warsaw, 16-17/11/06 - Adrenalina (I)
Warsaw, 16-17/11/06 - Btf (I)

Portugal

Estoril, 9/06 - Expoeventos (I)

Russia

Moscow, 19-20/9/06 - Mice Russia (I)
Moscow, 19-21/9/06 - Mibex Russia (Mice Moscow) (I)
Moscow, 12-15/10/06 - Music Moscow (I)
St. Petersburg, 3-5/10/06 - Intershop (I)

South Africa

Cape Town, 26-28/7/06 - World of events (N)
Johannesburg, 6-8/6/06 - World of events (N)

Spain

Alicante, 17-19/11/06 - Expofiesta (N)
Barcelona, 28-30/11/06 - Eibtm (I)

Switzerland

Zurich, 22-24/8/06 - X (N)

Thailand

Pattaya, 10-12/10/06 - It&Cma (I)

United Arab Emirates

Dubai, 16-18/9/06 - Premium (I)

United Kingdom

Birmingham, 19-21/9/06 - Event services show (N)
Birmingham, 19-21/9/06 - The national incentive show (N)
Birmingham, 19-21/9/06 - The national venue show (N)
Birmingham, 10-11/10/06 - Business travel show (N)
London, 28-29/6/06 - London venue expo (N)
London, 28-29/6/06 - The exhibiting show (N)
London, 10-13/9/06 - Plasa (I)
London, 4-5/10/06 - The meetings & incentive travel show (I)

United States of America

Chicago IL, 1/8/06 - Destinations showcase Chicago (I)
Chicago IL, 26-28/9/06 - The motivation show - It&Me (I)
Chicago IL, 26-28/9/06 - The motivation show - Np/Is (I)
Las Vegas, 6-7/6/06 - Mitmarket (I)
Las Vegas, 4-7/12/06 - Annual lafe convention and trade show (I)
Long Beach CA, 14-15/6/06 - Hsmai's affordable meetings West (I)
New York, 3-4/5/06 - The incentive show (I)
New York, 8-9/11/06 - BiZBash m&c (N)
San Antonio, 4-8/8/06 - laam annual conference and trade show (I)
San Antonio, 5-7/8/06 - laam annual conference and trade show (I)
San Diego, 28-30/11/06 - Expo! expo! (I)
Washington, DC, 6-7/9/06 - Hsmai's affordable meetings national (N)

SALUTE, BELLEZZA TERMALISMO

(impianti, attrezzature, servizi) Health, beauty, spas (installations, equipments, services)

Argentina

Buenos Aires, 22-25/9/06 - Cosmesur beauty world (I)

Armenia

Jerevan, 17-18/11/06 - Expo beauty (I)

Australia

Adelaide, 3-4/6/06 - Body, mind & psychic expo (N)
Adelaide, 10/06 - Health smart (N)
Brisbane, 19-21/5/06 - MindBodySpirit festival (I)
Brisbane, 4-6/8/06 - Ama health and lifestyle expo (N)
Melbourne, 20-21/5/06 - Int. beauty expo (I)
Melbourne, 9-12/6/06 - Mind, body, spirit festival Melbourne (I)
Sydney, 9-10/9/06 - Int. beauty expo (I)
Sydney, 11/06 - Mind, body, spirit festival Sydney (I)

Austria

Klagenfurt, 17-19/11/06 - Gesund Leben (I)
Oberwart, 8-10/12/06 - Fühlidichwohl (I)

Salzburg, 9-10/9/06 - Beauty forum Austria (I)
Wels, 10-12/11/06 - Gesund Leben (N)

Bahrain

Manama, 12/06 - lht (I)

Belgium

Ghent, 10/06 - Vitasana (N)
Kortrijk, 9/06 - Professional wellness (N)

Bolivia

Cochabamba, 8/06 - Naturex (N)

Canada

Montréal, 10/06 - Esthétique spa int. trade show (I)
Toronto, 30/4-1/5/06 - Esthétique spa int. trade show (I)

China, P.R.

Beijing, 20-23/7/06 - ChinaBeauty (I)
Hong Kong, 2-4/6/06 - Beauty & fitness expo (I)
Hong Kong, 11/06 - Natural products expo Asia (I)
Hong Kong, 15-17/11/06 - The natural health fair (I)
Shanghai, 17-19/5/06 - Cbe (I)
Shanghai, 9/06 - Asiafit (I)
Shanghai, 9/06 - AsiaHealth (I)
Shanghai, 9/06 - AsiaSpa (I)
Shenzhen, 7/06 - Shenzhen int. beauty & cosmetics fair (I)

Colombia

Santa Fe de Bogotá, 8-13/8/06 - Belleza y salud (I)

Czech Republic

Prague, 5-8/10/06 - Harmonie (I)
Prague, 5-8/10/06 - Wellness - Balnea (I)

El Salvador

San Salvador, 11-16/7/06 - Exposalud (I)

Finland

Helsinki, 10-12/11/06 - Fashion + Beauty (N)
Helsinki, 10-12/11/06 - Health (I)

France

Besançon, 13-15/10/06 - Salon habitat, bien-être et jardins (N)
Grenoble, 11/06 - Naturissima (N)
Lille, 11/06 - Salon du bien-être au naturel et des produits bio (N)
Lyon, 13-16/10/06 - Vita+ (N)
Lyon, 14-17/11/06 - Piscine (I)
Paris, 9/06 - Rentrez zen! (I)
Paris, 10-12/9/06 - Spa & institut by Cosmeeting (I)
Paris, 16-18/9/06 - Mondial coiffure beauté (I)
Paris, 19-22/10/06 - Salon forme et santé (N)
Paris, 3-12/11/06 - Marjolaine (I)
Paris, 2-10/12/06 - Salon de la piscine & spa (N)

Germany

Berlin, 21-23/9/06 - Berlin Vital Herbst (N)
Cologne, 20-22/10/06 - Wir (I)
Düsseldorf, 27-30/9/06 - Interbad (I)
Essen, 3-5/11/06 - Gesundheits-Messe Essen (I)

Greece

Athens, 20-22/10/06 - Cidesco world congress & exhibition (I)

Italy

Bologna, 7-10/9/06 - Sana (I)
Carrara, 3-5/11/06 - eFitness (N)
Ischia, 10/06 - Thermalia Italia (I)
Naples, 11-13/11/06 - Aestetica (N)
Venice, 7/06 - Nature (N)
Vicenza, 17-20/11/06 - Bené - Sentieri di benessere (N)

Japan

Tokyo, 6-8/6/06 - Health & fitness Japan (N)
Tokyo, 11-13/9/06 - Diet & beauty fair (N)
Tokyo, 21-23/9/06 - BioFach Japan (I)
Tokyo, 4-6/10/06 - S-tec (N)

Kazakhstan

Almaty, 17-20/5/06 - Kihe (I)

Korea, South

Seoul, 20-23/7/06 - Healthpro one (I)

Lithuania

Klaipeda, 6-8/10/06 - Beauty and fashion days in Klaipeda (N)

Mexico

Guadalajara, 2-4/6/06 - Expo int. herbolaria (I)
Mexico City, 25-27/5/06 - Expo spa (I)
Mexico City, 29-31/10/06 - Expo beauty show (N)
Monterrey, 7-8/5/06 - Expo belleza (I)
Monterrey, 14-15/10/06 - Expo 100% natural (N)

Morocco

Casablanca, 14-17/12/06 - Medical expo (I)

Philippines

Manila, 12-14/5/06 - Bio-search (N)
Manila, 15-17/6/06 - Beauty & fitness world (I)



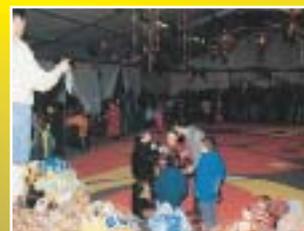
ALLESTIMENTI E SERVIZI



CORREDI DA UFFICIO



CONVEGNI E CONGRESSI



ALLESTIMENTI EVENTI



CONVENTION E PARTY

bandiere nazionali e personalizzate, arazzi e gonfaloni allestimenti per convegni, sfilate, spettacoli, fiere, stand e gazebo impianti audio, arredo urbano, cartellonistica, insegne, striscioni, servizi per cerimonie, interpreti, hostess, tecnici

ITALBANDIERE group
Telefax 0861 32 95 66
Telefax 0861 31 95 16 auto
www.paginegialle.it/italband
italbandiere@aruba.it
S.S. 150, km 21
64020 Villa Vomano (Teramo)

Poland Cracow, 12-14/5/06 - Fair of natural medicine, health and beauty (N) Cracow, 29/9-1/10/06 - Fair of natural medicine, health and beauty (N) Łódź, 10-12/11/06 - Festiwal zdrowia i niezwyklosci (I)	TURISMO, VIAGGI, VACANZE <i>Tourism, Travel, Holidays</i>	Greece Thessalonika, 2-5/11/06 - Philoxenia (I)	Poland Poznan, 25-28/10/06 - Tour salon (I) Warsaw, 21-23/9/06 - Tt Warsaw tour & travel (I)
Russia Khabarovsk, 5-8/10/06 - Medicine world. Health, beauty, sport, entertainment (N) Moscow, 9/06 - Mifs (I) Moscow, 19-21/9/06 - Spa & health Moscow int. workshop & conference (I) Moscow, 11/06 - Fashion directory (I) Novosibirsk, 23-25/5/06 - Medsib (I) St. Petersburg, 4-6/10/06 - Spas (I)	Algeria Algiers, 16-20/5/06 - Sitev (I)	Honduras San Pedro Sula, 10/06 - Catm (I)	Romania Bucharest, 19-22/10/06 - Itf (I)
Slovak Republic Banska Bystrica, 20-22/9/06 - Sport-linia (I)	Argentina Buenos Aires, 12-15/5/06 - Expo todo esqui (I) Buenos Aires, 10/06 - Pescatur (I) Buenos Aires, 25-28/11/06 - Fit (I)	Hungary Budapest, 18-19/10/06 - Bts (I)	Russia Moscow, 19-22/9/06 - Luxury leisure Moscow (I) Moscow, 19-22/9/06 - Otdykh - Leisure Moscow (I) St. Petersburg, 4-6/10/06 - Inwetex - Cis travel market (I) St. Petersburg, 3-5/11/06 - Leisure without borders. Winter (I)
Slovenia Ljubljana, 12-14/10/06 - Sejem narava-zdravje (I)	Australia Adelaide, 17-23/6/06 - Ate (I) Brisbane, 7-13/6/06 - Caravan, camping & touring holiday show (N) Canberra, 8/06 - Canberra's travel & outdoor adventure xpo (N)	India Mumbai (Bombay), 10/06 - Travel distribution India (I)	Saudi Arabia Jeddah, 25-30/6/06 - Ralf (I)
South Africa Johannesburg, 3-4/9/06 - Professional beauty (N) Johannesburg, 6-8/10/06 - Natural & organic products exhibition (N)	Bahrain Manama, 12/06 - Iht (I)	Indonesia Yogyakarta, 9/06 - Time (I)	Serbia and Montenegro Novi Sad, 26/9-1/10/06 - Lorist (I) Novi Sad, 12-15/10/06 - Int. fair of tourism (I)
Spain Barcelona, 25-26/11/06 - Sitem (I) Madrid, 23-26/11/06 - Fisalud (I) Orense, 6-8/10/06 - Termatalia (I)	Belgium Ghent, 9/06 - Vakantiegenoegens (N)	Italy Arezzo, 11/06 - Agrietour (N) Bergamo, 29-30/9/06 - NoFrills autunno (N) Brescia, 15-16/9/06 - Borsa int. dei laghi d'Italia (N) Cecina, 9/06 - Beta (I) Comacchio, 28/4-1/5/06 - Int. Po Delta birdwatching fair (I) Ferrara, 25-28/5/06 - Arts and events 100 Italian cities (I) Florence, 7-9/11/06 - Btc int. (I) Genoa, 22-24/11/06 - Bts - scuola (N) Ischia, 10/06 - Thermalia Italia (I) Lido di Jesolo, 9/06 - Viaggiandum est (N) Longarone, 29/9-1/10/06 - Expodolomiti (N) Milan, 9/06 - BizTravel forum (N) Milan, 3/10/06 - Travel trend Milano plus (N) Modena, 10/06 - Skipass (N) Montecatini Terme, 10/06 - Bts (I) Naples, 18-20/10/06 - Seatrade Med (I) Paestum, 11/06 - Borsa mediterranea del turismo archeologico (I) Pesaro, 22-24/9/06 - Expo workshop int. turismo del mare (I) Rimini, 9-17/9/06 - Mondo natura (I) Rimini, 20-21/10/06 - Tti - Travel trade Italia (I) Rimini, 20-22/10/06 - Ttg incontri (I) Riva del Garda, 12-14/5/06 - Biteg forum (I) Rome, 13/6/06 - Travel trend Roma (I) Rome, 11/06 - Hospitality contract (I) Rome, 11/06 - Motus (I) Rome, 17-20/11/06 - Settimana della vita collettiva (I) Turin, 21-24/9/06 - Expo mast (N)	Singapore Singapore, 15-19/5/06 - Ttwa Asia Pacific (I)
Sweden Stockholm, 24-26/11/06 - Allt för hälsan (N) Sundsvall, 29/9-1/10/06 - Må Bra (N)	Bolivia Cochabamba, 8/06 - Fextur (I)	Japan Osaka, 2-5/5/06 - Tour expo (I) Tokyo, 21-24/9/06 - Jata world tourism congress & travel fair (I)	Slovak Republic Nitra, 17-22/8/06 - Regions of Slovakia (N)
Switzerland Berne, 10-12/9/06 - Vitawell (N) Lugano, 4-7/5/06 - Tisana (N)	Bosnia Hercegovina Banja Luka, 11-14/5/06 - Mst (I) Banja Luka, 9-12/11/06 - Lorimes (I)	Kazakhstan Astana, 9/06 - Astana leisure (I)	Slovenia Radenci, 12-15/10/06 - Siw (I)
Taiwan Taipei, 11/06 - Health and leisure expo (I)	Brazil Carapina - Serra, 11/06 - Sabor Es (N) Rio de Janeiro, 28-30/5/06 - Brite (N)	Korea, South Busan (Pusan), 21-24/9/06 - Bif (I) Seoul, 8-11/6/06 - Kotfa (I)	South Africa Cape Town, 3-6/8/06 - Western Cape tourism showcase (N) Durban, 6-9/5/06 - Indaba (I)
Tajikistan Dushanbe, 10-12/10/06 - Dihe (I)	Bulgaria Plovdiv, 18-21/10/06 - Medicus, dento, galenia (I) Sofia, 12-15/10/06 - Tourism expo - Sofia (N)	Kuwait Kuwait City, 7-10/5/06 - Kuwait int. travel and tourism exhibition (I)	Spain Barcelona, 4-7/5/06 - Sitic (I) Barcelona, 17-19/11/06 - Nivalia (I) Barcelona, 28-30/11/06 - Elbtm (I) Bilbao, 18-21/5/06 - Expovacaciones (I) Cornellà de Llobregat, 3-5/11/06 - Agrotur (I) Gijon, 26-29/10/06 - Turicom (I) Madrid, 3-5/11/06 - Esquí y montaña (N) Marbella, 20-23/11/06 - Igtm (I) Orense, 6-8/10/06 - Termatalia (I) Palma de Mallorca, 11/06 - Tecnoturistica (I) Silleda, 19-22/10/06 - Turisport (I) Valladolid, 23-26/11/06 - Intur (I) Vigo, 10/06 - Expogalaecia (I)
Thailand Bangkok, 3-5/5/06 - Ispa Thailand (I) Bangkok, 7/06 - Health, beauty & diet festival (N) Bangkok, 8-12/11/06 - Thai hbs (N)	Canada Montréal, 27-29/10/06 - Int. tourism and travel show (I)	Lebanon Beirut, 9/06 - Awtte (I)	Sweden Umea, 27-29/10/06 - Nolia höstmässa (N)
Turkey Istanbul, 15-18/6/06 - Beauty Eurasia (I)	Chile Santiago, 11/06 - Pro tiempo libre (I) Santiago, 11/06 - Viajantes (I)	Macedonia Skopje, 6/06 - Btb (I)	Switzerland Lugano, 29/10-1/11/06 - I viaggiatori (I) Montreux, 24-26/10/06 - Ttw (N)
United Arab Emirates Dubai, 22-24/5/06 - Wellness & Spas Middle East (I) Dubai, 10-12/12/06 - Middle East natural & organic products expo (I)	China, P.R. Beijing, 22-24/6/06 - Bite (I) Hong Kong, 15-17/6/06 - Ite mice (I) Hong Kong, 15-18/6/06 - Ite (I) Hong Kong, 12-15/9/06 - Pata travel mart (I)	Malaysia Kuala Lumpur, 22-24/9/06 - Mitf (I)	Taiwan Taipei, 3-6/11/06 - Taipei int. travel fair (I)
United Kingdom Birmingham, 9-11/9/06 - Body & soul (N) London, 28-29/5/06 - Afro hair & beauty exhibition & show (N) London, 10/06 - Complementary & natural healthcare expo (N)	Croatia Zagreb, 10-14/5/06 - Turizam (I)	Mexico Cancún, 4-5/5/06 - Mint (I) Mexico City, 1-3/6/06 - Expo aventura & ecoturismo (N) Mexico City, 10/06 - Emt (I) Tulum, 22-24/6/06 - México luxury travel expo (I)	Thailand Bangkok, 8/06 - Discovery Thailand (N) Bangkok, 8/06 - Itf (I) Pattaya, 10-12/10/06 - Ctw Asia Pacific (I) Pattaya, 10-12/10/06 - It&Cma (I)
United States of America Atlanta, 19-21/5/06 - Atlanta spa expo (N) Baltimore, 5-7/10/06 - Natural products expo East (N) Baltimore, 5-7/10/06 - Organic products expo - BioFach America (I) Chicago IL, 7-9/5/06 - All things organic conference & trade show (N) Chicago IL, 4-7/10/06 - Club industry (N) Denver, 3-5/8/06 - Health & fitness business expo & conference (N) Las Vegas, 16-18/7/06 - Cosmoprof North America (I) Las Vegas, 6-9/11/06 - Ispa conference & expo (I) Los Angeles, 10/06 - Camexpo West (I) New York, 30/4-2/5/06 - American spa expo (I) New York, 30/4-2/5/06 - Ibs New York (I) New York, 12-15/8/06 - Ex'tracts (I) New York, 12-14/9/06 - Hba (I) New York, 17-18/9/06 - Medical spa conference & expo (I) New York, 17-18/9/06 - Spa & resort expo & conference (I) New York, 12-14/11/06 - Ex'tracts (I) Philadelphia, 7-10/6/06 - Club industry East (N)	Czech Republic Prague, 11/06 - Madi travel market (I)	Mozambique Maputo, 11-14/5/06 - Btm (I)	Ukraine Kiev, 11-13/10/06 - Ukraine travel market (I)
	Dominican Republic Santo Domingo, 3-5/5/06 - Btc (I)	New Zealand Auckland, 8-9/7/06 - Holiday & travel expo (I)	United Arab Emirates Dubai, 2-5/5/06 - Atm (I)
	Egypt Cairo, 5-7/9/06 - Mtf (I)	Panama Panama City, 13-15/9/06 - TravelMart LatinAmerica (I)	United Kingdom Birmingham, 28-29/9/06 - Int. group leisure & travel show (I) Birmingham, 10/06 - Adventure sport + travel show (N) Birmingham, 10-11/10/06 - Business travel show (N) London, 5-6/6/06 - Travel distribution summit Europe (I) London, 6-9/11/06 - Wtm (I)
	Finland Helsinki, 12-14/6/06 - City break (I)	Peru Lima, 11-12/9/06 - BitPeru (I)	United States of America Chicago IL, 4-5/10/06 - Travel distribution summit Usa (I) Las Vegas, 5-7/12/06 - Luxury travel expo (I) Orlando, 6-10/5/06 - Int. pow wov (I)



NON È IL TINTINNIO DEI CAMPANELLI
AD AVVISARTI CHE **SONO LE 12:00** A SHANGHAI.



Dal 15 marzo al 30 giugno 2006, scopri su www.dhl.com/it come puoi vincere* il meglio di 3 per comunicare sempre ed ovunque.

*Il Regolamento completo dell'iniziativa è disponibile su www.dhl.com/it - Il montepremi complessivo presunto è di 41.600 euro IVA esclusa.

Se hai 3 si vede.

È il sorriso di Mr Chang mentre riceve una consegna per un cliente speciale. In perfetto orario. Come promesso.

Perché DHL raggiunge entro le 9:00 ed entro le 12:00 sempre più città, in Asia e nel mondo, più velocemente di qualunque altro corriere, dando al tuo business una marcia in più.

BY 9:00, BY 12:00, BY DHL.

Per consegne entro le 9:00 ed entro le 12:00
in Asia e nel mondo, chiama l'199.199.345*
o visita www.dhl.com/it

*Al costo di una chiamata interurbana come da contratto con il proprio gestore.

DHL
EXPRESS

Promuoviamo
la vostra **azienda**
per promuovere
l'Italia.



UNIONCAMERE
CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

**CAMERE DI COMMERCIO,
IL SISTEMA PER CRESCERE.**

www.unioncamere.it

Cercate un frigorifero a noleggio?



Il noleggio di attrezzature per la refrigerazione professionale in occasione di eventi, fiere o manifestazioni, è molto importante, perchè da ciò dipende la qualità di quanto si espone e si presenta.

È giusto affidarsi ad uno specialista del noleggio che offra qualità, affidabilità, competenza e professionalità certificata a garanzia di un sicuro successo.

Che sappia far freddo non basta.



IOTTI FRIGORIFERI S.r.l.
Via Caflero, 31 • Pieve Modolena
42100 REGGIO EMILIA
Tel. 0522 79 22 49 • Fax 0522 30 48 87
e-mail: info@iottifrigoriferi.it



www.iottifrigoriferi.it

IOTTI
FRIGORIFERI
dal 1973