Anno XIX - Fascicolo N. 87/2006

Inserti: Enogastronomia, Natura, Benessere... Artigianato, Casa-Regalo, ... Mice-Turismo
tiratura 42.000 copie / print run of 42,000 copies

PRISMA

FIERE, CONGRESSI, TURISMO, BENESSERE, ENOGASTRONOMIA

Exhibitions
Congresses
Tourism
Wellness
Gourmet

Da lotti attrezzature refrigeranti e per ristorazione
a p. 23

NO FRILLS
Innovazione per le fiere del turismo
a p. 7

OROCAPITAL EVENT
Di scena il comparto orafo italiano
a p. 14

CIBUS
Sbarca a Roma nel 2007
a p. 27

SPRING FAIR BIRMINGHAM
Novità in vista per il 2007
a p. 37

Marco Sogaro, ad Fiera Roma

Col nuovo polo fieristico la capitale punta alle fiere legate al terziario e al Mediterraneo

a p. 12

www.expofairs.com/prisma

SIAMO PRESENTI A / WE ARE ATTENDING:
Btc Int. Firenze 7-9/11/06
Pad. Spadolini 2 • Corsia F • Stand 2177

Spedizione in a. p., 45%, art. 2, c. 20/b, legge 662/96 - Filiale di Torino - Tassa pagata / Taxe perçue - N° 6-7-8/2006 - 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

Perfetto per riunioni, banchetti, viaggi d'affari e piacevoli momenti di relax.
Scoprite la varietà della cucina italiana ed internazionale, il rassicurante profumo
di una ricetta tradizionale o la spumeggiante atmosfera del piano bar.
Una splendida piscina, il meglio del fitness,
tecnologia d'avanguardia ed i nuovi Sweet Sleeper Beds.

Sheraton Roma Hotel & Conference Center. Sentirsi a casa.

Prenota su sheraton.com/roma o chiama 06 5453 7382 per maggiori informazioni

STARWOOD PREFERRED GUEST

orocapital EVENT

www.orocapital.org

42° Edizione
16-19 febbraio 2007
Nuova Fiera di Roma

via Portuense 1555 entrata EST via Eiffel

Gioielleria Oreficeria Argenteria Orologeria
Bigiotteria Articoli da Regalo Accessori

mostra riservata agli operatori economici

per informazioni Consorzio Oro Italia tel. 055 331518 info@oroitalia.org

Sermedia COMMUNICATION

Produzione vendita e noleggio

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

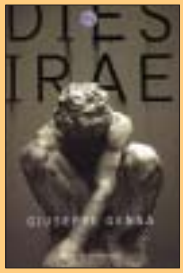
ARVED SISTEMI MODULARI srl

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

Giuseppe Genna
Dies irae
Rizzoli, Milano 2006, pp. 766
euro 17,50

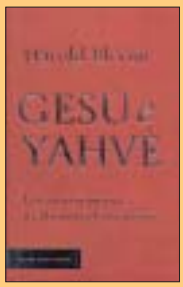


Un romanzo che ripercorre venticinque anni di storia italiana, partendo dal giugno 1981 e dalla tragica vicenda di Alfredino Rampi.

Attraverso un apparecchio per la registrazione della voce dei defunti, si arriva alla scoperta di un mistero sfuggente e a una profezia di estinzione della razza umana.

Un libro ambizioso e complesso, dai toni quasi epici.

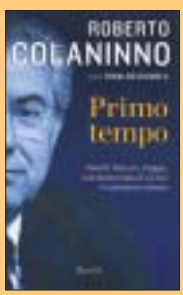
Harold Bloom
Gesù e Yahvè
La frattura originaria tra ebraismo e cristianesimo
Rizzoli, Milano 2006, pp. 280
euro 18,50



In questo saggio Bloom sostiene che la tradizione giudaico-cristiana in realtà non esiste, e che ebraismo e cristianesimo sono di fatto incompatibili.

Esaminando da critico letterario la Torà ebraica, l'Antico e il Nuovo Testamento e i Vangeli, Bloom giunge alla conclusione che il Gesù ebraico di Marco potrebbe essere figlio di quella divinità fin troppo umana che è lo Jahvè della Torà; mentre il Cristo degli altri libri del Nuovo Testamento proviene da una famiglia del tutto diversa; e lo Jahvè degli ebrei e il Dio Padre dei cristiani hanno poco in comune.

Roberto Colaninno
con Rinaldo Gianola
Primo tempo
Olivetti, Telecom, Piaggio: una storia privata di 10 anni di capitalismo italiano
Rizzoli, Milano 2005, pp. 234
euro 18,00



Cinque anni dopo la fine della propria esperienza in Olivetti e in Telecom, Colaninno rivela i retroscena dell'Opa lanciata nel febbraio del 1999.

Attraverso la narrazione della propria storia imprenditoriale, l'autore ci consegna episodi inediti e lo spaccato di un paese ancora bloccato quanto a trasparenza e pluralismo.

Fiere in ripresa, economie in ripresa, la Nuova Fiera di Roma fa faville,... e Prisma si stampa in rotooffset

Fairs and economies on the upswing, Nuova Fiera di Roma running flat out,... and Prisma moves on to roto offset

di/*by* Giovanni Paparo

Da questo fascicolo di Prisma, così ricco di notizie incoraggianti sulle tante fiere di cui tratta, i lettori possono ricavare l'impressione vivida di un settore in ripresa.

Settore che a sua volta testimonia la ripresa delle diverse economie nel mondo, nonché la volontà di andare avanti da parte degli imprenditori più intraprendenti, che trovano nelle fiere il canale preferito per affermarsi sui mercati.

Dalla copertina e anche dai numerosi articoli che riguardano la Nuova Fiera di Roma i lettori ricavano la percezione dell'importante impatto che sta avendo l'ingresso sul mercato di questo nuovo, grande e modernissimo quartiere fieristico che, a breve distanza da quello di Milano, contribuisce a elevare l'Italia ai più alti livelli di eccellenza.

In maniera piu soft, senza le polemiche e gli scontri che ha incontrato Fiera Milano, anche Fiera Roma sta comunque creando un grande sommovimento nel settore. Ha avuto però l'abilità, o la fortuna, di non dover andare a prendersi delle manifestazioni a casa d'altri, ma sono gli altri che hanno scelto di portagliele. Come è il caso, ad es., di MedPrint (19-22 aprile 2007), che Centrexpo ha deciso di spostare da Napoli, o di Cibus Roma (14-17 aprile 2007) che Fiere di Parma e Federalimentare hanno deciso di organizzare, dopo le liti furibonde con Fiera Milano che ha messo in cantiere Tuttofood. E ancora possiamo citare Globe (22-24 marzo 2007), che Riminifiera sta organizzando in collaborazione con Fiera di Roma. Ma il fatto ancora più eclatante è l'accordo di collaborazione con Messe Frankfurt, il colosso mondiale che per cominciare ha deciso di mettere in comune Automechanika Italia (gennaio 2008).

Di questo e di tanto altro si parla nelle pagine che seguono, ma ho finito lo spazio, riesco ad aggiungere che dal presente fascicolo Prisma è stampata in rotooffset.

From this Prisma issue, so full of encouraging news about the reviewed fairs, readers can get the vivid feel of recovery for the sector.

A sector confirming in its turn the recovery of the different economies worldwide, and also the will to go forward of the keenest entrepreneurs, who find in trade fairs a privileged access to markets.

From the cover story and from several features dealing with the Nuova Fiera di Roma the reader can realize the impact that this new, big and ultra-modern exhibition centre is having by entering the market, following at short distance the new fairgrounds in Milan, both contributing to raise Italy to a standard of excellence.

Although with a softer attitude, without the conflicts experienced by Fiera Milano, Fiera Roma is also creating quite a stir in the trade. However, it must be recognised that the latter had the ability, or the chance, not to pick up events from other destinations; on the contrary, it was the organizers themselves who decided to bring their events to Rome. As it was the case, for instance, for MedPrint (19-22 April 2007), that Centrexpo moved from Naples, or Cibus Roma (14-17 April 2007) that Fiere di Parma and Federalimentare decided to set up after quarrels with Fiera Milano, who from its part planned Tuttofood. We can also mention Globe, (22-24 March 2007), that Riminifiera is organizing together with Fiera di Roma. But even more astonishing is the cooperation agreement with Messe Frankfurt, the world giant who, to start with, decided to share Automechanika Italia (January 2008) with Fiera Roma.

You will find all this and lots more in the following pages, but I have run out of space. I just add that from this issue Prisma is printed in roto offset.

Osservatorio

7 No Frills supera le aspettative
di Maria Luisa Negro

Primo Piano

8 Fcb: maggiore coesione per promuovere Firenze / *Fcb: more cohesion to promote Florence*
di/by Lorenzo Villa

10 **Vetrina**

Copertina

12 Fiera di Roma: in corsa per la leadership / *Fiera di Roma: running towards leadership*
di/by Giovanni Paparo

14 Orocapital: nuova sede, nuovi scenari di mercato
di Alberto Guizzardi

16 Alleanza strategica tra Messe Frankfurt e Fiera di Roma
Strategic alliance: Messe Frankfurt – Fiera di Roma
di/by Lorenzo Paparo

17 Donald Wich: Roma sede ottimale per una fiera del settore automotive

19 **Speciale Enogastronomia, Natura, Benessere, Horeca**

20 Fiere, un propulsore per l'alimentare italiano nel mondo / *Trade fairs, a propellor for the Italian food worldwide*
di/by Luca Bianco

23 Massiccia presenza di attrezzature a noleggio della Iotti frigoriferi al Cibus di Parma e al Sana di Bologna
di/by Massimo Marrone

24 Host 2007: fervono le attività
Host 2007: a flurry of activity

24 Interfood China a Guangzhou
Interfood China in Guangzhou

25 2007: torna l'appuntamento col Sirha
di Alberto Guizzardi

25 Al Sial di Parigi molti eventi collaterali per gli operatori della distribuzione alimentare

26 Hosfair: dove la Cina incontra il mondo / *Hosfair: where China meets the world*

26 Mia Rimini, a misura di chef

27 Cibus Roma, la festa del cibo
di Lorenzo Paparo

28 Cibus Tec 2007: pronti a competere / *Cibus Tec 2007: ready to compete*

29 Internorga si conferma leader
Internorga retains its leadership
di/by Corrado Scattolin

30 WellFood fa il suo debutto a Colonia / *WellFood makes its debut in Cologne*

32 *Agriculture, horticulture and the food industry set new trends at Int. Green Week Berlin*

33 Più wellness al Fibo di Essen
More wellness at Essen's Fibo

35 **Speciale Artigianato, Casa, Regalo**

37 Spring Fair Birmingham 2007: nuovo look per l'importante fiera dell'artigianato e della regalistica
di Corrado Scattolin

39 Gastronomia, "esperienze", comunicazione: i punti-chiave del Macef di gennaio 2007 / *Food, "experiences", communication: the key points of Macef January 2007*
di/by Caterina Bertone

41 Intergift e Bisutex più internazionali
Intergift & Bisutex more international

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, Giovanni Bechis, Caterina Bertone, Gino Bertone, Luca Bianco, Andrea Bigotti, Antonio Brunello, Renzo Druetto, Alberto Guizzardi, Bernardino Marino, Mariella Milano, Lorenzo Paparo, Renato Paparo, Gianni Pisani, Corrado Scattolin, Giampaolo Squarcina, Lorenzo Villa
composizione e impaginazione: Pianeta Srl
stampa: Arti Grafiche L.C.L. Spa - Busca (Cuneo)
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.

Fiere e Congressi

42 Eurominieralexpo: collaborazioni istituzionali per volare più in alto?
di Gino Bertone

44 Salone nautico di Genova: con la nuova Marina salite a oltre 400 le imbarcazioni esposte in acqua
di Andrea Bigotti

46 Le *state fair* statunitensi: una tradizione lunga 160 anni
State fairs in the Usa: a 160 years long tradition
di/by Giovanni Bechis

49 EXIT-exportitalia festeggia la 25ª edizione

51 Fidanzia Sistemi: soluzioni per comunicare

52 **Libri**

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

59 **Speciale Mice-Turismo**

60 À gogo in Italia le fiere Mice-Turismo
di Giampaolo Squarcina

63 Sheraton Roma, il fascino della storia / *Sheraton Rome, the charme of history*

66 Carinzia: natura e fattorie
Carinthia: nature and farms
di/by Luca Bianco

68 Il Centre des Congrès di Québec vince l'Aipc Apex Award 2006
Centre des Congrès de Québec wins 2006 Aipc Apex Award
di/by Corrado Scattolin

69 Starhotels rinnova la sua offerta congressuale: nasce
Starevents by Starhotels

70 *Adnec launches sale of plots at Capital Centre, its new Mice and business district*
by Luca Bianco

72 Calendario Fiere

NOLEGGIO E VENDITA TENDOSTRUTTURE

EUROTEND

L'IMPORTANZA DI UNA SCELTA

società attestata da SOA RINA

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

GLI ITALIANI SCOPRONO LA REALTÀ TURISTICA DEL MOMENTO. E COMPRANO CASA LÌ

CAPO VERDE: LA NUOVA FRONTIERA DEL TURISMO

Ancora una volta gli imprenditori italiani sono arrivati per primi, valorizzando le bellezze mozzafiato di questa nuova meta di viaggio e di tempo libero. A partire dalla sua capitale turistica, l'Isola del Sale. Mare e spiagge da sogno a sole 5 ore di volo dall'Italia. E il turista trova la sua casa ai tropici...

L'AFRICA È A UN PASSO

Capo Verde offre caldo secco, piacevolmente rinfrescato dalla brezza degli alisei. Di fronte, l'incanto tropicale dell'isola gemella, Boa Vista.

Tutte e due sono circondate da **acque limpide** blu e verdi: il più grande studioso dell'ambiente, Jacques Cousteau, definisce quel mare come il più vitale del mondo.

Ci sono **fondali superpescosi** (tonno a pinna gialla, saraghi, cernie). Sulle spiaggie, tavole a vela e kite-surf. Mini crociere e battute di pesca al marlin.

L'ISOLA DELLE MERAVIGLIE

La popolazione è cattolica, collaborativa e sorridente. L'Isola del Sale – 200 km² di spiaggia e deserto – è la porta d'arrivo a Capo Verde (qui c'è l'aeroporto internazionale). **È adorata dagli italiani**, che la stanno scoprendo insieme a inglesi e tedeschi, e lo sviluppo turistico sta partendo a razzo. L'amore per queste **spiagge incantate**, lambite dalla brezza tutto l'anno e così vicine, colpisce al cuore.

FATTI LA CASA AI TROPICI!

Una parte di turisti si innamora e **compra casa qui**. Con i soldi che occorrono per un box auto a Milano, qui si porta a casa una fetta di sogno, sotto forma di **bilocale a 100 metri dall'oceano**.

Protagonista della scena immobiliare nelle isole di Sal e Boa Vista è il **gruppo Saldomus**: quattro aziende (Adam Lda, Ada Service Lda, Aldeia Lda e Investire in Cabo Verde Lda) che si interessano alla costruzione e alla vendita di terreni e fabbricati, ville e appartamenti.

Il **gruppo Saldomus** è a disposizione per ogni informazione sull'**acquisto di una casa a Capo Verde**.

Basta chiamare in Italia il numero 333 6701011 o 348 2650970. **Email info@caboverdeinvestiment.com**. Per la sede di Capo Verde, tel/fax +238 2421331 (mobile: +238 9969951).

Aldeia, invece, (email: adaimobil@cvtelecom.cv) costruisce **deliziose palazzine in stile coloniale** portoghese, non più di tre piani, armoniosamente inserite nell'ambiente.

PATIO ANTIGO RESIDENCE

è un'iniziativa

Uffici, negozio e appartamenti con vista sull'oceano a una distanza massima di 100 metri dal mare. Per sapere (e vedere) di più, i siti web sono **www.saldomus.com** **www.caboverdeinvestiment.com**

DELUSO DALLA BORSA? INVESTI SUL MATTONE

È una scelta **sicura**, destinata a **rivalutarsi nel tempo** (il mattone non ha mai tradito nessuno). Una **casa-vacanza da sogno**, nel cuore dei tropici, **vicino all'Italia**. Pronta da affittare (se si desidera) nei periodi dell'anno in cui non siete al mare, e per **portarvi subito un reddito**. A prezzi **supercompetitivi**.

Informazione e visione sul posto presso lo show-room di Santa Maria.

www.saldomus.com
www.caboverdeinvestiment.com

No Frills supera le aspettative

Una manifestazione in costante crescita

di Maria Luisa Negro

No Frills Expo, workshop b2b rivolto al mondo del turismo, ha superato ogni aspettativa per l'edizione tenutasi alla Fiera di Bergamo il 29 e 30 settembre scorsi.

Nato nel 2004, No Frills ha registrato fin dall'esordio numeri sempre in crescita e anche l'edizione autunnale conferma il trend positivo.

Rispetto alla manifestazione di settembre 2005, il numero di stand ha registrato un incremento del 20,90%, gli espositori sono cresciuti quasi del 31% e i marchi rappresentati quasi del 51%. L'area espositiva, che nell'edizione primaverile era di 7.000 metri quadri, ha raggiunto l'estensione di 10.000 metri quadri.

Sono 94 le aziende che hanno esposto a No Frills Expo per la prima volta, e diverse sono le categorie che hanno incrementato il numero di espositori (come gli Enti del Turismo, i Servizi e le Rappresentanze per il Turismo e gli Hotels & Resorts).

Su un totale di 5186 partecipanti, sono stati 4105 i visitatori presenti alla manifestazione. Inoltre, i servizi offerti, che da sempre contraddistinguono No Frills Expo, sono stati ben accolti dai partecipanti. Ecco alcune cifre significative: attraverso il sito web della manifestazione sono stati richiesti e confermati 910 appuntamenti (per un totale di 216 soggetti che hanno richiesto l'incontro e di 750 soggetti che sono stati invitati all'appuntamento); 20 sono le città che sono state collegate alla fiera di Bergamo attraverso un servizio gratuito di bus navetta, di cui hanno usufruito 815 passeggeri.

Grande soddisfazione è stata espressa dagli espositori, che si sono complimentati per l'organizzazione, curata in ogni dettaglio, e da parte di tutti i visitatori: la formula "no frills", cioè "nessun fronzolo" ma tanta sostanza, è un metodo di lavoro che è stato da subito ben accolto dai partecipanti e l'apprezzamento è stato confermato anche in questa edizione.

Spiega Renzo Druetto, organizzatore della manifestazione: "In un mercato fieristico sempre più agguerrito, dove nascono nuove iniziative a una velocità notevole (vedi a p. 60, *ndr*), NoFrills si distingue per la sua attenzione ai dettagli e l'uso di strumenti innovativi di marketing e di contatto con espositori e operatori." Infatti, No Frills Expo vanta un'offerta all'insegna delle più moderne tecnologie e propone servizi innovativi come: la pre-registrazione attraverso il sito **www.nofrillsexpo.com**, di cui ha usufruito oltre il 95% dei visitatori (senz'altro la cifra più elevata raggiunta dalle manifestazioni del settore turistico in Italia); gli stand pre-allestiti e neutri proposti a un prezzo "chiavi in mano" (comprensivo anche di ingresso, parcheggio, pranzo, connessione all'internet, ecc.); il servizio take & go; la possibilità per gli operatori del settore interessati di prefissare appuntamenti con gli espositori e viceversa, in modo da organizzare la propria agenda senza perdite di tempo; oltre ai già

citati bus navetta gratuiti, il servizio *park to fly* che trasporta i visitatori da e per l'aeroporto, attraverso il centro-città; i 30 tutor presenti nei padiglioni per capire ed esaudire le esigenze e i bisogni di ogni visitatore.

Infine, con lo scopo di ampliare sempre più il bacino di utenza della manifestazione, No Frills Expo ha visto accreditarsi come ospiti dell'organizzazione alcuni giornalisti di testate straniere: dopo la visita della fiera, grazie alla collaborazione con Turismo Bergamo, sono stati accompagnati a visitare, con tour guidato, la Città Alta e a degustare i prodotti tipici della zona.

La filosofia di No Frills Expo ha catturato l'attenzione anche dei più importanti concorrenti del settore che, attraverso la loro presenza in fiera, hanno confermato il crescente interesse generale nei confronti della manifestazione.

Le prossime edizioni di No Frills, in programma alla Fiera di Bergamo, sono quella primaverile dal 16 al 17 marzo 2007 e quella autunnale dal 28 al 29 settembre 2007.

Il Palacongressi di Firenze

Fcb: maggiore coesione per promuovere Firenze

Fcb: more cohesion to promote Florence

di/by Lorenzo Villa

Firenze, città turistica per eccellenza, continua a registrare una crescita di presenze, ma qualche operazione può ancora essere studiata. Cosa c'è di nuovo, per esempio, in campo congressuale? I numeri dei convegni, che aiutano l'indotto fiorentino nei weekend e in bassa stagione, potrebbero essere più alti? Se lo chiedono il Firenze Convention Bureau (Fcb) e le categorie della filiera interessata dai benefici del settore.

Il Fcb in questi anni ha tentato di condividere i propri obiettivi con le più importanti realtà che operano per lo sviluppo turistico ed economico della città. Il congressuale oggi è sentito come risorsa importante dalle associazioni di albergatori, dall'indotto economico del turismo, dalle realtà di promozione del territorio. Le strategie sono sempre più spesso concertate tra gli attori in campo e il bisogno di un turismo di qualità è un sentire comune.

"In un momento in cui le istituzioni vorrebbero veder diminuire i flussi turistici mordi e fuggi che assediano la città – spiega **Diana Cora Tenderini**, marketing & sales manager del Firenze Convention Bureau – la parola chiave è: turismo sostenibile. Il settore congressuale è, per sua natura, una risorsa importante. I congressisti si fermano in città più giorni, hanno un potere di spesa più elevato di quelli leisure e hanno una ricaduta positiva sull'intero indotto economico della città.

Per la promozione della destinazione Firenze, il Fcb continua a credere che sia importante la sinergia di tutto il territorio regionale e ha grande fiducia nel prodotto di qualità toscano quanto a servizi e strutture, che può competere alla pari con altre realtà europee. Il Fcb lavora con una filiera che si impegna fortemente a rispettare i requisiti indispensabili per partecipare alle gare per ospitare convegni prestigiosi: ne sono una dimostrazione quelli acquisiti per il 2007. La situazione attuale però potrebbe essere ancora migliorata e i risultati crescere, se si unissero gli sforzi promozionali di tutte le istituzioni coinvolte. Ancora oggi, alcune iniziative di promozione sono simili e parallele, spinte dai diversi enti che si occupano di portare turismo a Firenze. È necessario creare un coordinamento di marketing territoriale che incentivi il turismo sostenibile. A ciò si aggiunge un altro nodo da risolvere, l'accessibilità aerea: l'aeroporto fiorentino è stato concepito per aerei leggeri e non può soddisfare tutto il potenziale bacino di arrivi.

Importante per il programma congressuale è la collaborazione che il Fcb ha attivato con l'aeroporto di Pisa, che dal 2007 attiverà voli diretti anche su New York, per non parlare dei numerosi voli dei vettori low cost che lo scalo pisano serve da tempo."

Lo spirito di collaborazione

"Il 2007 sarà l'anno del ritorno del congressuale a Firenze", afferma **Silvano Litta**, vice presidente del Fcb e vice presidente della Sezione Industria Alberghiera. "Sono in programma eventi importanti anche per il 2008, portati dal Fcb e da pco nazionali e internazionali. Si cerca una soluzione per offrire spazi più ampi: la Fortezza Da Basso potrebbe essere adibita a polo congressuale in collegamento con un Palacongressi e un Palaffari adeguatamente rinnovati.

Questo renderebbe opportuno spostare parte delle fiere fuori dal centro della città, con parcheggi adeguati. A Londra, per esempio, gli spazi fieristici sono a 50 minuti di metropolitana dal centro."

Anche il settore alberghiero si sta impegnando e cerca di contribuire positivamente allo sviluppo del settore congressuale, anche se le catene alberghiere a Firenze sono tuttora una percentuale molto bassa rispetto ai proprietari privati. "Negli ultimi cinque anni comunque – prosegue Litta – l'offerta è cresciuta di 5-6000 camere grazie a un piano che è riuscito ad aiutare anche gli alberghi più piccoli. Dal punto di vista tecnologico le dotazioni alberghiere si stanno adattando alle esigenze di un pubblico di livello più elevato.

L'accesso all'internet, per esempio, è fornito in molte strutture; spesso è offerta una connessione senza fili wi-fi o è presente una moltitudine di nodi d'accesso tramite gli internet point. Gli albergatori sono sempre in prima fila per lo sviluppo del settore congressuale, senza creare concorrenze con altri enti preposti, ma lavorando in sinergia con i diversi attori."

Secondo **Antonio Preiti**, direttore dell'Apt di Firenze, la città ha due risorse turistiche importanti: "Un *brand* molto forte e riconosciuto nel mondo, e una sede congressuale nel centro della città. La nascita di un nuovo centro per grandi convegni – anche se la tradizione fiorentina annovera convegni come il congresso mondiale sull'Aids con più di 10.000 delegati – sarebbe utile per dare una risposta adeguata alla domanda di eventi di grandi numeri. Il sistema turistico fiorentino funziona bene, noi collaboriamo col Fcb ogni volta che siamo richiesti – spiega Preiti – e tra i progetti in cantiere c'è la realizzazione, nel 2007, di una guida congressuale su Firenze."

La convenzione del Fcb con la Camera di Commercio Italiana a Londra, per promuovere Firenze dal punto di vista Mice nel mercato britannico, è stata un primo passo per sensibilizzare Promofirenze.

L'azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze che si occupa di marketing territoriale si impegnerà a creare sinergie con la città nel rilancio del mercato Mice. "Anche se non ci occupiamo direttamente di congressi – spiega **Luigi Boldrin**, direttore generale di Promofirenze – abbiamo due linee guida per promuovere la destinazione in questa direzione.

La prima è lo sviluppo del portale Let's Meet in Florence (www.meetinflorence.com), che presenta l'offerta congressuale fiorentina e fornisce un quadro complessivo di tutte le strutture private e pubbliche e dei servizi connessi al settore.

Il secondo è un ragionamento, iniziato col Fcb, che prevede la possibilità di usare la nostra rete di uffici all'estero come opportunità di marketing territoriale legato anche all'offerta congressuale. Questo darà la possibilità di promuovere Firenze in città come Bombay, Pechino, Lima, Casablanca, Città del Messico, Mosca, Tokyo, e da gennaio anche Buenos Aires. Si tratta di città molto motivate ad affacciarsi sul mercato Italiano. È nostra intenzione definire un accordo col Fcb per formare i nostri funzionari delle sedi estere anche in ambito congressuale, per poter promuovere meglio la destinazione. Già oggi, in ogni occasione di presentazione del prodotto fiorentino all'estero, riserviamo spazio alla presentazione dell'offerta congressuale: prossimo esempio sarà l'incontro di Bruxelles a metà dicembre."

Infine, estremamente importante per la promozione internazionale della destinazione è la candidatura per l'acquisizione dell'assemblea Icca (*International Congress and Convention Association*) nel 2009, e l'arrivo del capitolo inglese e irlandese di Icca a Firenze dal 17 al 19 gennaio 2007, che lavorerà fianco a fianco col comitato italiano Icca, rappresentato da molti convention bureau, pco, hotel e operatori di settore, per confrontare le singole esperienze sulle strategie di candidatura delle destinazioni, sulle azioni di marketing territoriale e sul successo di alcune mete congressuali.

Diana Cora Tenderini

Florence is a tourist attraction in itself. Figures keep recording an increase in the number of visitors, but there can still be room for other projects. What's new, for instance, in the congress sector? Could the results of meetings, helping the Florence basin at weekends and in low season, be higher? This is what Fcb, the Florence Convention Bureau, and the categories in the trade who benefit from this sector keep asking themselves.

Over the years, the Fcb has tried to share its goals with the most important operators aiming at the tourist and economic development of the city. The congress trade is now recognized as an important resource by associations of hotelkeepers, by the tourist trade, by the local authorities. Strategies are more and more often collectively planned by the players and the need of a quality tourist trade is widely accepted.

"At a time when the institutions would like to see a decrease in the 'hit and go' tourist fluxes now chicking the city – explains ***Diana Cora Tenderini****, Marketing & Sales Manager of Florence Convention Bureau – the keyword is: sustainable tourism. The congress trade is by its nature an important resource. Congress participants stay in town for a few days, have a higher spending capacity, compared with leisure travellers, and have a positive feedback from the entire economic system of the city.*

Fcb still considers the synergy throughout the region as being important and shows great confidence in the quality of Tuscan structures and services, that can adequately compete with other European counterparts. This already happens, as Fcb is working with partners who are strongly committed to meet the necessary requirements to bid for hosting prestigious meetings: those already acquired for 2007 confirm the statement. The present situation can be further improved, with even better results with a joint promotional effort of all the players involved. Even today, some promotion campaigns are similar and parallel, fueled by the different institutions involved in attracting tourists to Florence.

It would be necessary to co-ordinate local marketing policies to promote sustainable tourism. Another problem is airline access, as the Florence airport was conceived for light planes and cannot cater for the potential demand. A close liaison between Fcb and the airport of Pisa seems to be very important, since from 2007 a new direct flight to New York will be available, not to mention the many low cost lines already served by the the airport."

Team spirit

"In 2007 congresses will be back to Florence again", states ***Silvano Litta****, vice president of Fcb and vice president of the Hotel Industry Sector. "Important events have been planned, supported by Fcb and by national and international pco's, even for 2008. We are also looking for a solution to offer wider spaces: the Fortezza da Basso might be used as a Congress Centre in connection with a refurbished Palacongressi and Palaffari. This would also suggest moving some of the fairs out of the city centre, with adequate car parks. In London, for example, the fair grounds are 50 minutes away from the city centre by tube."*

Even the hotel trade is involved and positively contributes to the congress trade development, even though the hotel chains in Florence are still a small percentage compared to privately owned hotels. "In the last five years – continues Litta – the offer was increased by 5-6,000 rooms thanks to a plan that also managed to help the smallest hotels.

From the technological point of view, the hotel accomodation is growing to cope with the demand of a higher level public. Internet access, e.g., is now offered in many hotels and often as a wi-fi connection or as an internet point facility. Hotelkeepers are always in the front line for the development of the congress sector, not in competition with other institutions involved, but cooperating with the other players."

According to ***Antonio Preiti****, director of Florence's Apt (Association for Tourism Promotion), the city has two important tourist assets: "the first is a very strong brand awareness recognized worldwide, the second is a Congress Centre which is in the heart of the city. The launch of a new centre for big events – even though the Florentine tradition could boast events as big as the Worldwide Congress on Aids, with over 10,000 delegates – would stress the response to a demand for events with very big figures. Florence's tourist system works well: we cooperate with Fcb every time our participation is requested – explains Preiti – and among the next projects there is a new Congress Guide for Florence in 2007."*

A first step to involve Promofirenze were the international actions, operated by Fcb within the agreement with The Italian Chamber of Commerce in London, to promote Florence from the Mice point of view in the British market. Promofirenze, the special agency of the Florence Chamber of Commerce devoted to area marketing, will create synergies with the city to revamp the Mice market. "Although we do not directly organize congresses – explains ***Luigi Boldrin****, director general of Promofirenze – we have two guidelines to promote the destination in this direction.*

The first one is the development of the web portal Let's Meet in Florence (www.meetinflorence.com), showing Florence's congress offer and giving an outlook of the private and public structures and services connected with this sector.

The second one is a project, discussed with Fcb, about the possibility of using our office network abroad as an area marketing instrument, linked with the congress offer. This will enable the promotion of Florence in cities such as Bombay, Peking, Lima, Casablanca, Mexico City, Moscow, Tokyo and from January, also Buenos Aires. All these cities are particularly interested in approaching the italian market. We intend to finalize an agreement with Fcb to train all our foreign staff about the congress sector, for a better promotion of the destination. Today already, every time we present Florence abroad, we reserve room to the presentation of the congress offer: the next opportunity being the Brussels meeting in mid December."

Last but not least, international promotion for the destination are the application of Florence to get the Icca (International Congress and Convention Association) meeting in 2009, and the arrival of the British and Irish section of Icca from 17 to 19 January 2007. The section will work side by side with italian Icca Committee, represented by a multitude of Convention Bureax, pco's, hotels and other operators in the trade, to compare individual experiences about the application strategies for destinations, marketing actions and success of some congress destinations.

Mcc's new team

Il Motexha attira sempre più imprese italiane

Motexha, salone mediorientale di abbigliamento, tessuti, pelletteria e accessori (Dubai, 19-21/3/07) è diventato il principale luogo di scambio b2b per le imprese italiane che puntano al mercato mediorientale locale e di riesportazione. Il Motexha ha registrato una crescente partecipazione di espositori italiani, in primo luogo produttori di indumenti, pelletteria, calzature e accessori moda.

Motexha 2007 farà da vetrina a più di 250 produttori di tutto il mondo, attivi in un mercato tessile e della moda del valore di oltre 12 miliardi di dollari.

Il padiglione italiano, nel 2007, accoglierà undici tra i principali produttori italiani: marchi rinomati nel mondo, come Antica Manifattura Pelli e Mario Valentino, hanno scelto Motexha come trampolino di lancio nel mercato mediorientale di alta fascia.

Motexha presenterà due distinte aree oltre al suo profilo principale: *Pure* (dedicato a marchi e franchise di tutto il mondo) e *Kidzone* (abbigliamento per bambini e ragazzi). Dal momento che tutte le principali marche puntano al mercato mediorientale, noto per la sua affidabilità, il Motexha offre la piattaforma adeguata per guadagnare una posizione di mercato remunerativa.

Nel 2007 Motexha quindi rafforzerà la considerazione di cui gode di via maestra per responsabili degli acquisti e per professionisti del settore attraverso il Golfo Arabo, il subcontinente indiano, l'Iran, il Medio Oriente, l'Africa settentrionale e orientale e l'Europa dell'Est.

www.motexhaonline.com

Meet in Italy: workshop innovativi per il 2007

Sulla base del successo riscosso a luglio sul Lago Maggiore dal nuovo workshop di Meet in Italy *ExMeetEx*, l'associazione ha messo a punto per il 2007 un calendario di eventi innovativi e diversificati, che tengono conto dei nuovi trend del mercato, in particolare il cosiddetto Selt (*Slow exclusive and luxury tourism*).

Sono eventi destinati agli associati e a una selezione di qualificati operatori invitati.

New trends of luxury: Mice & Selt Markets (15-17 marzo 2007, Portofino). La 2ª edizione di *ExMeetEx* è promossa da Portofino Coast in occasione dei vent'anni dalla sua nascita, in collaborazione con Meet in Italy.

Questo workshop è dedicato alle nuove tendenze, che vedono i mercati Mice e Selt sempre più complementari e sinergici. Il Selt si rivolge a un'utenza di livello medio-alto e alto che abbraccia ampi segmenti di interesse, intesi in modo esclusivo. E che chiede supporti adeguati per gustare programmi costruiti su misura (dalla vela alla pittura all'equiturismo) con una caratteristica in comune: permettere di andare alla scoperta, nel massimo del comfort e del lusso, dell'essenza e delle peculiarità del luogo.

Top Mice Market Europe & Usa (11-13 ottobre 2007, Venezia, Molino Stucky Hilton Hotel). Incontro con l'eccellenza dei buyer europei e, questa volta, anche americani. La sede è il complesso alberghiero a cinque stelle sull'isola della Giudecca, lussuoso esempio di recupero di archeologica industriale, di prossima inaugurazione a Venezia.

La caratteristica dei workshop di Meet in Italy è quella di offrire incontri mirati, organizzati sulla reale rispondenza fra le caratteristiche dell'offerta e le esigenze della domanda. A ciascun espositore viene garantito un programma di incontri con almeno 20 appuntamenti mirati, costituiti esclusivamente da nuovi contatti.

www.meetinitaly.com

Budapest: inaugurata la Royal Spa del Corinthia Grand Hotel Royal

Da settembre è aperto l'imponente complesso termale del Corinthia Grand Hotel Royal di Budapest, che si basa su una struttura originaria del XIX secolo.

La sua storia e gli impianti di prim'ordine rendono la struttura la migliore al mondo nella sua categoria. Gli interni, in stile classico, sono stati ridisegnati con attenzione per estendere su oltre 1000 m^2 di spazio i due piani dedicati alla vitalità e al benessere.

La struttura ha una piscina di 15 metri, aree relax, saune, bagno turco, vasche Jacuzzi, sala fitness, docce *tropical rain*, vasche per trattamenti Niagara, bagni di fango e di alghe.

La Royal Spa

La Royal Spa è accessibile dall'hotel o da un ingresso separato in Erzsébet Boulevard. I prodotti utilizzati sono solo Algotherm, nota specialista francese per le terme.

www.corinthiahotels.com

Montreux Convention Centre announces arrival of new associates

Mcc's managing director Rémy Crégut, who took up his position at the end of the year 2005, has recently appointed a group of new experienced associates to assist him in his venture: ***Christian Dubugnon****, Director of Operations, has held in the last 10 years several positions in the hotel chains Ritz-Carlton and Four Seasons in the United States of America;* ***Daphnée Mauran****, Marketing Manager, was in charge of the marketing service at Paris Expo, one of the largest venue administrator in Europe;* ***Laurent Mercier****, Sales & Organization Manager, was in charge of Events at the Palace of Festivals in Cannes;* ***Loïs Vitry-Trapman****, Business Development Manager, occupied a similar position for a group of Hotel Management Schools the Swiss Education Group.*

This is related to projects such as the re-thinking of the visual identity of the Convention Centre, the acquisition of a new computer system, the renovation of the reception area and close cooperation with the Beaulieu Exhibition Centre of Lausanne.

www.montreuxcongres.ch

Bruno Ialuna è il nuovo direttore

della Borsa del Turismo Sportivo (Bts), la cui 14ª edizione si è tenuta alle Terme Tettuccio il 17 e 18 ottobre 2006. Docente di lettere ed ex-assessore alla cultura del Comune di Montecatini, Ialuna è l'ideatore e fra i principali organizzatori della *Notte Rosa* di Arezzo (giunta con successo alla seconda edizione).

Bruno Ialuna

"Bts – dice Ialuna – ribadisce il proprio forte radicamento nella realtà montecatinese e toscana, senza però rinunciare a una sempre più ampia internazionalizzazione. L'obiettivo della Borsa, soprattutto nel triennio 2006-2008, è quello di rendersi ancor più visibile non solo agli addetti ai lavori, ma a tutti i settori dello sport. Puntiamo a dare vita a eventi collaterali alla Borsa, con lo scopo di fare di Montecatini la Città dello sport per tre-quattro giorni all'anno."

Fra le novità annunciate dal neodirettore ci sono il portale internet di Bts e una collaborazione coi comuni della Valdinievole per l'organizzazione di manifestazioni turistico-sportive con positive ricadute sull'intero territorio.

www.borsaturismosportivo.com

Nuccio Falbo

Lux Wine debutta al Grimaldi Forum
Lux Wine makes its debut at Grimaldi Forum

La novità nel Principato di Monaco per il 2007 sarà Lux Wine, che si svolgerà dal 27 al 29 aprile al Grimaldi Forum: un appuntamento irrinunciabile della primavera monegasca.

Sarà l'occasione, per chi ama distinguersi nel settore dei vini di qualità, di rapportarsi con un mercato esclusivo di consumatori d'altissimo livello economico e culturale. La manifestazione è organizzata dalla Events di Nuccio Falbo e vedrà la presenza delle più rinomate cantine e la partecipazione dell'Ais (Associazione Italiana Sommelier): ci sono le basi per farne un evento di prestigio.

Sono attesi per la prima edizione circa 150 espositori su 4000 m². Avvenimento collaterale di rilievo sarà l'asta dei vini da collezione, che apporterà un tocco di classe permettendo a intenditori e appassionati di acquistare bottiglie di gran valore.

Principality of Monaco's brand new event, for 2007, is surely Lux Wine show, taking place from 27th to 29th April in Grimaldi Forum: one of Monaco's springtime musts.

Lux Wine is going to be a real opportunity for those aiming to make their mark in the top-quality wine sector and wanting to make direct contact with a very exclusive market of wealthy and highly cultured consumers.

The show is organized by Nuccio Falbo's Events and will host the presence of the greatest wineries and of Ais (Italian Sommeliers Association), taking part in the show; Lux Wine will be an essential hub of the high-end wine industry.

Almost 150 exhibitors are expected to attend the first edition, hosted in a 4,000 m² area. One of the show's big highlights is going to be the Luxwine Collection auction, where connoisseurs will be able to bid for extremely valuable bottles.

www.montecarloluxwine.com

Movint-Expologistica 2007: in piena attività la macchina organizzativa

La macchina organizzativa di Movint–Expologistica 2007, l'appuntamento fieristico internazionale con la logistica, la cui tredicesima edizione si svolgerà a Bologna Fiere dal 9 al 12 maggio 2007, è in piena attività.

Dopo il successo registrato nell'edizione del 2004, che aveva richiamato più di 22.000 visitatori, la manifestazione è molto attesa dagli operatori nazionali ed esteri.

L'evento è promosso da Anima-Federazione delle Associazioni Nazionali dell'Industria Meccanica Varia ed Affine, Aisem-Associazione Italiana Sistemi Sollevamento Elevazione Movimentazione, Assologistica-Associazione Italiana Imprese di Logistica, Magazzini Generali e Frigoriferi, Terminal Operator Portuali, Interportuali e Aeroportuali e Acai/Cisi-Associazione Costruttori in Acciaio Italiani – Sezione Scaffalature Industriali.

La segreteria organizzativa è affidata a Promexpo *(www.promexpo.it)*.

Quella del 2007 sarà una rassegna all'insegna della tradizione e, nel contempo, del cambiamento. Tradizione perché Movint continuerà a rappresentare l'intero panorama nazionale dei prodotti per la movimentazione e il magazzinaggio all'interno della fabbrica. Si tratta di prodotti classici nel loro impiego, ma che vanno sempre più adattandosi all'introduzione dell'automazione e dell'informatica nelle fasi funzionali e di controllo.

Cambiamento in quanto i sistemi e le soluzioni di logistica integrata stanno assumendo un ruolo fondamentale nel determinare le strategie delle aziende su tutti i mercati internazionali.

Movint-Expologistica rappresenterà un'opportunità unica per decine di migliaia di operatori per conoscere le innovazioni tecnologiche e organizzative che rendono sempre più la logistica una risorsa manageriale imprescindibile.

www.movintexpologistica.it

Nuovo look per l'Atahotel Aeroporto Fiumicino Executive Center

L'Atahotel Aeroporto Fiumicino Executive Center torna in piena attività dopo i lavori di ristrutturazione che, tra aprile e settembre, lo hanno interessato.

Migliorato nelle funzionalità, nell'offerta di servizi telematici e valorizzato nel design il centro, situato nei pressi del terminal A di Fiumicino, è stato oggetto di un'opera di restyling intesa a soddisfare le esigenze sempre più specifiche dei viaggiatori d'affari in transito nello scalo romano.

Il centro dispone ora di quattro sale vip con angolo ristorazione e di altre cinque sale suddivise per destinazione d'uso: un'area relax e quattro sale meeting polifunzionali, con servizi per video-conferenze, accesso wireless all'internet, filodiffusione, telefono, fax ecc.

La connessione internet a rete fissa è proibita all'interno delle restanti aree aeroportuali.

www.atahotels.it

Massimo Fabio

Un piano per il distretto congressuale all'Eur

Roma candidata a diventare il polo italiano del turismo congressuale. La proposta del Presidente di Italcongressi, Massimo Fabio, è stata accolta favorevolmente dall'amministratore delegato di Eur Spa, Mauro Miccio. Il piano strategico condiviso prevede l'identificazione e il riconoscimento del quartiere romano quale distretto congressuale dove convogliare i principali convegni e i grandi eventi internazionali.

"Il settore congressuale, dei convegni e degli incentive – spiega Fabio – rappresenta la parte più cospicua della bilancia dei pagamenti nazionali nell'ambito del turismo ed è necessario pertanto sostenerlo adeguatamente. La chiave della competitività è rappresentata da un'integrazione armonica tra società di servizi e strutture. L'Eur ha tutto quello che serve – conclude Fabio – per diventare un distretto d'eccellenza."

A consacrare l'intesa tra Italcongressi e la società romana sarà il congresso annuale dell'Associazione, che si terrà a febbraio 2007 proprio all'Eur.

www.italcongressi.it

Maurizio Giordani nuovo Channel Sales Manager

Maurizio Giordani

di FileMaker per l'Italia. In questa funzione Giordani ha l'importante compito di gestire il canale distributivo sul territorio italiano, impegnandosi a supportare lo sviluppo e l'espansione del marchio FileMaker in ambito nazionale.

Giordani assume il compito "con l'obiettivo di mantenere e rafforzare le vendite della ormai nota gamma di prodotti FileMaker, usato da milioni di utenti e gruppi di lavoro e riconosciuto quale strumento leader di mercato per le soluzioni database."

Giordani vanta già significative esperienze professionali nel mondo dell'IT, sia nell'ambito marketing che in quello vendite.

Inizia la propria carriera in Yamaha Musica Italy, dove entra nel 1999 come responsabile del supporto tecnico.

Nel 2002 è in Macromedia Italia, dove ricopre incarichi diversi dapprima come responsabile marketing e in seguito come Inside Sales Executive. Mantiene lo stesso incarico in Adobe Systems quando questa acquisisce Macromedia, nel 2005.

www.filemaker.it

Cerimonia di inaugurazione della Nuova Fiera di Roma

Fiera di Roma: in corsa per la leadership

Fiera di Roma: running towards leadership

Il nuovo polo romano, inaugurato lo scorso settembre, ha tutte le carte in regola per diventare protagonista di primo piano del mercato fieristico italiano ed europeo

The new exhibition fairground in Rome, inaugurated last September, has all the requisites for a leading role in the italian and european exhibition market

di/by Giovanni Paparo

L'onore e l'onere di inaugurare la Nuova Fiera di Roma è spettato, il 22 settembre, a Orocapital Event (cfr. a p. 14). Nella cerimonia di apertura, il sindaco di Roma Veltroni, il presidente della Regione Marrazzo e il presidente di FdR Spa Mondello non hanno mancato di sottolineare la soddisfazione, e il sollievo, per il rispetto dei tempi previsti, nonché i grandi traguardi già raggiunti e quelli alla portata.

Nella stessa occasione è stato annunciato l'accordo con Messe Frankfurt per portare a Roma Automechanika Italia (gennaio 2008) declinazione nazionale della più importante fiera al mondo del settore aftermarket. Altri importanti accordi erano già stati stipulati con attori di primo piano del panorama fieristico nazionale. Con Rimini Fiera Spa per Globe, la Fiera Internazionale del Turismo, che esordirà dal 22 al 24 marzo 2007, con Fiere di Parma e Federalimentare per Cibus Roma (dal 14 al 17 aprile 2007).

I dati di fatto

La Nuova Fiera di Roma si estende su un'area di 920.000 m^2 (302.000 m^2 a verde pubblico) e si comporrà, a regime, di 22 padiglioni per un totale di 186.000 m^2 coperti, 101.000 m^2 l'area espositiva netta e 19.000 i m^2 dedicati ai servizi. I padiglioni, monoplanari, interamente cablati e condizionati, sono a pianta rettangolare (la lunghezza trasversale è per tutti di 72,60 m, quella longitudinale varia da 72,60 a 144,60 m) e realizzati con travi a luce libera appoggiate su pilastri di facciata, con altezza massima utile sotto trave di 11,35 m.

Una passerella meccanizzata, a sei m da terra, collega i padiglioni tra loro consentendo il percorso pedonale dei visitatori, che possono accedere da quattro ingressi situati nei punti cardinali della Fiera (ciascuno dotato di propria hall di ingresso e biglietteria).

In corrispondenza degli ingressi sono ubicati quattro parcheggi capaci di ospitare complessivamente 12.000 auto.

La Nuova Fiera di Roma sarà dotata di un Centro Direzionale di oltre 3000 m^2 e di un Centro Convegni situato al centro del quartiere, con una capienza fino a 4000 posti, per ospitare sia grandi eventi che convegni di dimensioni minori, grazie alla modularità degli ambienti.

Nei tre edifici dei servizi complementari, sono disponibili 15 sale riunione da 40 a 150 posti, spazi dedicati alle segreterie organizzative e ai servizi tecnici, 30 punti attrezzati per la ristorazione, agenzie di viaggi, ufficio postale e sportelli bancari.

Progettata dall'arch.Tommaso Valle, la Nuova Fiera di Roma si trova a 5 km dall'aeroporto di Fiumicino, in posizione strategica facilmente raggiungibile via auto, tramite due complanari in entrata e in uscita nel tratto compreso tra il GRA e lo svincolo dell'A12, l'autostrada per Civitavecchia, ma anche via bus e treno.

Il 10 dicembre si inaugurerà la stazione Fiera della Fr1, la ferrovia che va da "Fiumicino Aeroporto" a Orte, con fermate nelle stazioni di: Muratella, Magliana, Villa Bonelli, Trastevere, Ostiense, Tuscolana, Tiburtina, Nomentana, Nuovo Salario e Fidene. Intanto continuerà a funzionare la linea bus "F" di Atac, che collega la Nuova Fiera alla stazione Ponte Galeria della Fr1.

Dichiarazioni di Marco Sogaro

Marco Sogaro, amministratore delegato di Fiera Roma Srl, spiega: "La Nuova Fiera di Roma è una realtà che farà della Capitale una delle principali piazze espositive italiane ed europee per grandezza, funzionalità, accessibilità e qualità dei servizi.

La posizione consente di offrire a tutti gli operatori e visitatori un soggiorno che coniughi in maniera ottimale affari e tempo libero, anche grazie all'offerta romana di ospitalità. Nelle zone limitrofe sono presenti strutture alberghiere con una capienza complessiva di oltre 4000 camere e una serie di servizi per il tempo libero (40 sale cinematografiche, shopping mall, centri sportivi e due campi da golf).

Il nuovo polo espositivo permetterà a Roma di collocarsi all'interno del sistema fieristico internazionale come una delle eccellenze nazionali ed europee e di accrescere la competitività e lo sviluppo del territorio, dando notevole impulso al turismo d'affari e congressuale.

Sotto il profilo organizzativo – aggiunge Sogaro – intendiamo sviluppare i futuri calendari fieristici a livello internazionale, realizzando un mix equilibrato tra fiere organizzate direttamente ed eventi di organizzazioni esterne.

Per l'organizzazione dei nuovi eventi che andranno ad affiancarsi alle rassegne già presenti nel calendario della Fiera di Roma, l'obiettivo è realizzare accordi strategici per settori specifici. Un sistema di alleanze per singoli prodotti di cui la partnership con Senaf, che ha prodotto Site, il salone dell'impiantistica in calendario in questi giorni, e quella con il Gruppo Rimini Fiera, che darà vita a Globe 07, costituiscono un primo felice esempio. Per quanto riguarda l'area congressuale, nel novembre 2007 ospiteremo il 20° Congresso dell'energia, World Energy Council, l'appuntamento più autorevole del dibattito energetico internazionale.

Altri settori considerati come strategici per la nostra attività sono l'alimentare, l'edilizia, la cultura e gli eventi per la Pubblica Amministrazione. Tutti i progetti mirano a sviluppare le enormi potenzialità del sistema Roma, valorizzandone la centralità e il ruolo della città come capitale del Mediterraneo."

Orocapital Event

It was up to Orocapital Event the honor and the burden to inaugurate the new Fiera di Roma on September 22nd (see p. 14). During the opening ceremony, Rome's Mayor Mr Veltroni, Lazio Region's President Mr Marrazzo and Fiera di Roma Spa President Mr Mondello expressed their satisfaction and relief for having respected the time limits and for the results they already reached and the ones they are going to reach .

On the same occasion, the alliance with Messe Frankfurt was also announced. Aim of the alliance is to bring to Rome Automechanika Italia (January 2008), which will be the national edition of the main exhibition of the aftermarket sector. Other partnerships were already created with the main players of the Italian exhibition market: with Rimini Fiera Spa for Globe, the International Travel Exhibition, from March 22nd to 24th 2007, with Fiere di Parma and Federalimentare for Cibus Roma (from April 14th to 17th 2007).

Marco Sogaro

The facts

The New Fiera di Roma occupies an area of 920,000 m² (302,000 m² of which green spaces) and, once fully operational, it will consist of 22 pavillions, covering a 186,000 m² indoor area, 101,000 m² of net exhibiting area and 19,000 m² for services. The halls will be one-level, fully cabled and air-conditioned, rectangular in plan (transversally they measure 72.60 m, while longitudinally from 144.60 m to 72.60 m). They are realized with free light beams, resting on facade pillars, with a maximum free height of 11.35 m.

Pavilions are joined through an elevated pathway, six m high from the ground. Visitors can access the fair from four entrances, situated at the four cardinal points (every entrance has its own entrance hall and ticket office). Near the entrances there are four car parks with 12,000 spaces.

The New Fiera di Roma has also a 3000 m² Business Centre and a Conference Centre at the 4th floor of the fairground, with a capacity up to 4000 seats; it can host great events and smaller ones as well, thanks to mobile partitioning.

In the three building devoted to ancillary services, there are 15 meeting rooms from 40 to 150 seats, and also spaces devoted to organizing secretariats and technical services, 30 restoration points, travel agencies, postal office and bank counters.

The Nuova Fiera di Roma was projected by architect Tommaso Valle, and it is located about 5 km form Fiumicino's airport. This is a strategic position, easily reached by car through two fast-flowing roads between the GRA and the A12 junction, the highway to Civitavecchia, but also by bus and train.

On December 10th, there will be the inauguration of the Fiera station of the Fr1, the railway joining "Fiumicino Aeroporto" and Orte, with stops at the following stations: Muratella, Magliana, Villa Bonelli, Trastevere, Ostiense, Tuscolana, Tiburtina, Nomentana, Nuovo Salario and Fidene. Meanwhile, Atac's bus line "F", that links the Nuova Fiera di Roma to Ponte Galeria station of the Fr1, will continue to work.

Marco Sogaro's statements

Managing director of Fiera Roma Srl Marco Sogaro explains: "The Nuova Fiera di Roma will make of the Capital one of the main exhibition places in Italy and in Europe, thanks to its dimensions, functionality, accessibility and quality of the services.

Thanks to its favourable position, operators and visitors can enjoy a stay, optimally combining business and leisure, also due to Rome's hospitality offer. Near the fairgrounds, there are many hotels, with a total capacity of 4000 rooms and different services for leisure time (40 cinemas, shopping malls, sport centres and two golf courses).

The new exhibiton ground will let Rome be present in the intenational trade fair market, as one of the national and European excellences and to enhance the competitivity and the development of its territory, boosting the business and congress tourism.

Under the organizational point of view – states Sogaro – we aim at developing the future exhibition calendars on an international level, operating a balanced mix between directly organized events and events organized by others.

As for the events which will be added to the exhibitions that are already present in the Fiera di Roma's calendar, our goal is to make strategic alliances for specific sectors. It will be a system of alliances for individual products, such as the partnership with Gruppo Rimini Fiera for Globe 07, Travel Exhibition in Rome.

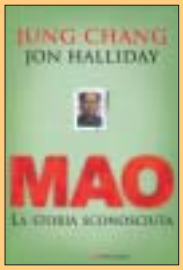
Other strategic sectors for our business are: food, building, culture and events for the public administration. All projects aim at developing the capabilities of the 'Rome system', thus enhancing its central position and its role as the Capital of the Mediterranean."

Beda Romano
Germania, questa sconosciuta
Longanesi, Milano 2006, pp. 256 euro 16,00

Un'opera prima che non è un saggio accademico ma nemmeno un *reportage* giornalistico.

La Romano, piuttosto, mira a raccontarci la Germania moderna attraverso fatti, date, protagonisti e aneddoti: per scoprire che è molto più simile all'Italia di quanto non si pensi.

Jung Chang, Jon Halliday
Mao
La storia sconosciuta
Longanesi, Milano 2006, pp. 972 euro 22,60



Quasi mille pagine, frutto di dieci anni di ricerche: questo saggio è straordinariamente esaustivo e ricco di rivelazioni sorprendenti.

Mao ne emerge come una figura priva di ogni idealismo, arrivata al potere solo grazie a Stalin, e interessata soprattutto a creare un impero mondiale.

a cura di Robert Gellately e Ben Kiernan
Il secolo del genocidio
Longanesi, Milano 2006, pp. 512 euro 24,00

Diciassette studiosi, in vari saggi, affrontano il tema del genocidio nella storia del '900.

La stessa nozione di genocidio è oggetto di accesi dibattiti, e ci si domanda come esso abbia accomunato regimi e democrazie.

Orocapital: nuova sede, nuovi scenari di mercato

Si è svolta a Roma dal 22 al 25 settembre scorsi, con grande soddisfazione da parte dell'organizzazione e degli espositori, la 41ª edizione di Orocapital Event, mostra ideata dal Consorzio Oro Italia di Giovanni Perrone

di Alberto Guizzardi

Walter Veltroni

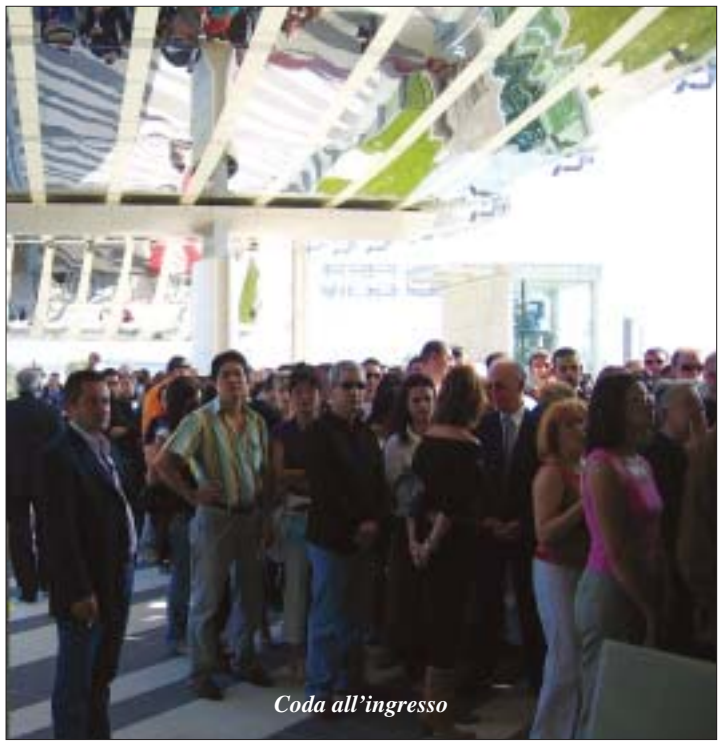
Come è noto (cfr. Prisma 86/06, p. 25) Orocapital Event, a sottolineare il prestigio acquisito nel tempo, è stata la manifestazione chiamata a inaugurare la Nuova Fiera di Roma, il polo fieristico destinato a diventare in breve tempo uno dei principali player europei.

Proprio in questa nuova sede si è tenuta, il 22 settembre scorso, l'inaugurazione. Tra le autorità intervenute, il sindaco di Roma Walter Veltroni, il presidente della Camera di Commercio di Roma Andrea Mondello, il Presidente della Regione Lazio Piero Marrazzo, l'Assessore a Pmi, Commercio ed Artigianato della Regione Lazio Francesco De Angelis, il Presidente della Provincia di Roma Enrico Gasbarra, l'Assessore alle Attività Produttive Provincia di Roma Bruno Manzi. Una forte presenza istituzionale, dunque, attenta a cogliere nell'evento la centralità di Roma non solo a livello politico e culturale, ma anche economico.

Orocapital Event si è affermata come manifestazione capace di coniugare le ragioni del business con quelle dell'intrattenimento in un comparto, quello orafo, emblematico del gusto e della creatività del nostro paese.

E così, nelle quattro giornate si sono succedute *performance* artistiche a cura della compagnia Nouveau Cirque, balletti, teatro e musica, nonché momenti squisitamente conviviali quali cocktail e degustazioni enogastronomiche.

Insomma una nuova formula, che si lascia alle spalle il vecchio concetto di fiera campionaria, ormai prerogativa di realtà non altrettanto propositive.



Coda all'ingresso

Le attività collaterali

Tra i contributi alla manifestazione si segnala il convegno promosso da Sviluppo Lazio, tenutosi venerdì 22 settembre, dal titolo A Roma nel Lazio: il settore della gioielleria made in Italy nell'Era Globale.

Per quanto riguarda i temi trattati, si è analizzato il ruolo della fotografia nel settore gioielleria made in Italy in un contesto globale; alcuni protagonisti del settore hanno inoltre delineato le prospettive sul futuro del gioiello italiano, con enfasi sulle produzioni artigianali locali, in primis della realtà laziale.

Ancora, si è trattato dei grandi marchi e dell'artigianalità a confronto con l'appiattimento derivante dalla globalizzazione; delle holding dei marchi italiani nel mercato internazionale; dell'industria orafa italiana e delle sue prospettive; dell'atteggiamento degli artigiani nei confronti dell'attuale momento storico ed economico; della percezione del gioiello come oggetto che fa *status symbol* da parte del consumatore italiano; dell'atteggiamento della stampa sul posizionamento del gioiello *made in Italy*.

I lavori sono stati chiusi da Giovanni Perrone, che ha illustrato obiettivi e contenuti di Orocapital Event.

A conclusione del convegno si è svolta una sfilata-balletto di gioielli, che ha coinvolto quindici tra le marche più importanti presenti in mostra, quali La Nouvelle Bague, Bibigì, DDonna, Io Si, Roberta Porrati, Stefan Hafner, Leo Pizzo, Raima; indossatrici d'eccezione le ballerine dell'Accademia di Ballo di Roma.

Sabato 23 settembre si è svolto invece, un seminario a cura di Tjf, società inglese specializzata nell'analisi previsionale delle tendenze del settore orafo, il quale ha trattato delle atmosfere e direzioni del gusto dei consumatori per le stagioni 2007, con un tracciato sulle macrotendenze che influenzeranno le motivazioni d'acquisto e attenzione su nuovi prodotti, materiali, lavorazioni e pietre.

Per quanto riguarda la partecipazione degli operatori, la mostra ha registrato un incremento del 60% rispetto alla precedente edizione di febbraio 2006. Riscontri positivi anche dalla stampa e forte presenza sulle reti televisive; in particolare, i telegiornali Rai hanno dedicato ampi servizi alla mostra.

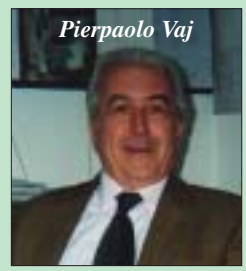
Orocapital Event si è concluso lunedì 25 settembre: il prossimo appuntamento è alla 42ª edizione dal 16 al 19 febbraio 2007, in un'ottica di promozione e sostegno di una preziosa voce del *made in Italy*.

Il sistema fieristico come distretto industriale

Il sistema fieristico sta attraversando cambiamenti strutturali verso i quali operatori e istituzioni devono orientare una riflessione comune.

È necessario che il panorama industriale del settore fieristico cominci a considerarsi una vera e propria filiera, per non perdere le sfide lanciate dalla concorrenza internazionale.

Questo è il filo conduttore del 1° *Forum della Filiera Fieristica* organizzato da Asal Assoallestimenti, associazione di Federlegno-Arredo che rappresenta circa 500 aziende italiane di allestimenti, il prossimo 29 novembre dalle ore 9.30 nella sede della Fondazione Edison (Milano, Foro Buonaparte 65).


Pierpaolo Vaj

Pierpaolo Vaj, presidente Asal, propone una riflessione sul modello fieristico da adottare: "Assistiamo alla realizzazione di consistenti piani di ampliamento da parte degli enti fieristici.

Il rischio è quello di ritrovarsi con un proliferare di manifestazioni fieristiche simili, in una lotta competitiva che avvantaggerebbe sistemi fieristici esteri più concentrati e quindi con più risorse."

In occasione del Forum le diverse componenti della filiera fieristica potranno discutere sulle tematiche cruciali per il settore.

www.asalonline.it

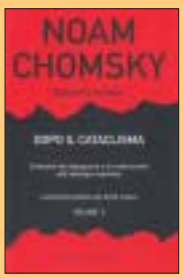
Diarmuid Jeffreys
Aspirina
L'incredibile storia della pillola più famosa del mondo
Donzelli, Roma 2005, pp. 314 euro 13,90

La storia dello sfruttamento commerciale dell'acido acetilsalicilico è ricostruita come un avvincente romanzo, ricco di colpi di scena, ma invita a riflettere sui legami tra medicina e mercato.

Bruno de Finetti
Matematica logico intuitiva
Nozioni di matematiche complementari e di calcolo differenziale e integrale come introduzione agli studi di scienze economiche statistiche attuariali
Giuffrè, MIlano 2005, pp. 632 euro 50,00

Nel centenario della nascita vengono riunite in unico volume tre tra le principali opere di uno dei maggiori studiosi della probabilità.

Noam Chomsky, Edward S. Herman
Dopo il cataclisma
L'indocina del dopoguerra e la ricostruzione dell'ideologia imperiale
Baldini Castoldi Dalai, Milano 2006, pp. 424 euro 19,50



Nei rapporti col terzo mondo, spiegano gli autori, gli Usa hanno sostenuto un sistema neocoloniale di stati clienti retti dal terrore e utili soprattutto agli interessi di oligarchie economico-militari tanto locali quanto straniere.

Alleanza strategica tra Messe Frankfurt e Fiera di Roma

Strategic alliance: Messe Frankfurt – Fiera di Roma

Siglata una lettera di intenti: la prima manifestazione organizzata congiuntamente sarà, a inizio 2008, Automechanika Italia
Letter of intent signed. First joint event will be Automechanika Italia, to be launched early 2008

di/by Lorenzo Paparo

Michael von Zitzewitz

È stata firmata il 19 settembre a Roma dall'amministratore delegato di Fiera Roma e dal presidente di Messe Frankfurt, rispettivamente, Marco Sogaro e Michael von Zitzewitz, una lettera d'intenti che sigla la nascita di una alleanza strategica ad ampio respiro tra le due società. Il primo passo dell'alleanza sarà l'organizzazione congiunta, all'inizio del 2008, di una fiera Automechanika a Roma, mentre ulteriori dettagli e sviluppi della partnership verrano messi a punto nei prossimi mesi.

Automechanika di Francoforte è la più grande e importante fiera del mondo dedicata ai settori degli accessori per auto e dei servizi per le officine.

Marco Sogaro: "La partnership con Messe Frankfurt favorirà lo sviluppo internazionale delle manifestazioni nel nuovo polo. Nello specifico, con Francoforte contiamo di organizzare iniziative commerciali tese sia a far emergere le potenzialità della domanda inespressa dall'area del Mediterraneo, del Nord Africa e del vicino Oriente, sia ad ampliare l'offerta di prodotti fieristici nelle stesse aree. Proprio da questo punto di vista, la fiera Automechanika pianificata per il 2008 a Roma, rappresenta l'avvio perfetto di questa alleanza."

Michael von Zitzewitz: "Non intendiamo limitare la cooperazione soltanto ad Automechanika, bensì portare a Roma altre manifestazioni del nostro portafoglio per consolidarle e svilupparle insieme ulteriormente. Per il momento ci concentreremo principalmente su temi dei settori tecnologici e della sicurezza, così come del tessile. Oltre a ciò intendiamo esaminare altre possibilità che possano funzionare, compresa quella di sviluppare insieme anche temi completamente nuovi.

Questa partnership strategica dovrebbe essere consolidata dalla costruzione di strutture e di un management comuni." Sogaro conclude: "In quale forma ciò dovrà avvenire, sarà l'argomento dei nostri prossimi colloqui."

Messe Frankfurt and Fiera di Roma are on their way towards forging a far-reaching strategic alliance. The chairman Michael von Zitzewitz (Frankfurt) and the managing director Marco Sogaro (Rome) laid the foundations today by signing a letter of intent in Rome.

The first concrete step will be the joint staging of an Automechanika show in Rome, planned at the start of 2008. Further details and phases of development for the partnership are to be worked out over the next few months.

The Frankfurt-based Automechanika is the world's biggest and most important trade fair for an extremely diverse range of sectors comprising the automotive aftermarket industry.

Marco Sogaro: "The partnership with Messe Frankfurt will help to give the new fairgrounds a more international flavour. Together, we intend to tackle further steps regards expansion. Our combined forces will give us better access to certain markets, especially those in the Mediterranean region and in northern Africa, which have a significant and for the most part still untapped potential. It is especially in light of these aspects that Automechanika in Rome planned for 2008 promises to be a perfect start for our partnership."

"Far from limiting our cooperation to Automechanika, we intend to establish further events from our portfolio in Rome and develop them on a partnership basis", explains Michael von Zitzewitz. "In doing so, we will initially be focussing on themes from the areas of technology, security and textiles. We will also be examining further options beyond these fields. Ultimately, we also plan to jointly develop new exhibition topics."

The creation of joint structures and a joint management set-up will serve to underline the strategic partnership."

Marco Sogaro explains: "We will in the near future be discussing how this is to take place."

Donald Wich: Roma sede ottimale per una fiera del settore automotive

Il direttore di Messe Frankfurt Italia spiega la scelta di organizzare una edizione di Automechanika a Roma

La notizia è dirompente per il panorama fieristico nazionale e internazionale, così come per l'industria di riferimento: l'aftermarket dell'auto.

Messe Frankfurt forte di oltre 120 manifestazioni organizzate nel 2005, di cui più del 70% lontano da Francoforte, ha deciso di "prestare" uno dei suoi gioielli al nuovo quartiere fieristico di Roma. È così dal gennaio 2008 l'avveniristico quartiere della capitale ospiterà la prima Automechanika Italia, dedicata appunto al mondo dei ricambi e dell'assistenza per i veicoli su ruote.

Automechanika è già un format di successo mondiale che partendo da Francoforte, dove regna sovrana la biennale madre, si è estesa poi a tutto il mondo. Sarà l'undicesima Automechanika, *new entry* assieme a quella che a maggio 2007 sarà realizzata in un'altra grande capitale europea: Mosca, in un vero e proprio risiko fieristico dell'industria automobilistica (le altre fiere Automechanika, oltre che a Francoforte, sono organizzate a Shanghai, Città del Messico, Dubai, Bangkok, Kuala Lumpur, Buenos Aires, San Pietroburgo e Istanbul).

Una decisione lungimirante e impegnativa per l'organizzazione tedesca, che può contare su una presenza di oltre 856 anni sul mercato fieristico (la prima fiera organizzata a Francoforte di cui si hanno notizie è del 1150) e su una rete vendita globale presente direttamente in 49 paesi del mondo. Ma anche una mossa inevitabile per offrire all'industria italiana dell'automotive (tradizionalmente una delle più competitive) una passerella internazionale in cui poter mostrare al mondo la forza e l'innovatività della propria produzione.

Donald Wich, dal 1999 a capo di Messe Frankfurt Italia, spiega come e perché i produttori italiani e internazionali di ricambi, componenti e attrezzature per l'assistenza, così come gli organizzatori di catene di officine, avranno a inizio 2008 una fiera dedicata tutta a loro, come non avveniva dal 2003, anno dell'ultima edizione di Automotor a Torino.

Partiamo dalla sede, che è la vera novità del panorama fieristico internazionale.

Abbiamo scelto Roma – spiega Wich – perché la capitale si è dotata di un nuovo magnifico quartiere e perché rappresenta un punto ideale per aprire la fiera ai visitatori del Sud Italia, ma anche e soprattutto ai buyer del bacino nordafricano e dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo. La fiera si caratterizzerà infatti per la sua dimensione internazionale e mediterranea. La capitale d'Italia, da sempre storicamente al centro dei commerci del *Mare Nostrum*, da questo punto di vista è la sede migliore.

Se ne sentiva davvero il bisogno in Italia?

L'ultima Automotor, la fiera torinese dedicata ai ricambi, è del 2003: da allora l'altra fiera nazionale dedicata all'automotive, Autopromotec, ha aperto un padiglione per ospitare, oltre alle autoattrezzature, anche la ricambistica, ma senza soddisfare le esigenze dei produttori italiani che a Bologna hanno incontrato gli autoriparatori, cioè i consumatori finali, ma non i distributori dei loro prodotti. Questi sono il vero target di riferimento per l'industria di produzione a cui Automechanika si rivolge.

Sicuramente si tratta di una scelta strategica importante e anche dirompente per la tranquilla realtà italiana, in cui un solo operatore fieristico operava dal 2003 in monopolio forzato.

Cosa vi ha convinto dell'opportunità dell'iniziativa?

Una ricerca effettuata tra gli espositori italiani presenti a Francoforte ha dimostrato che la formula Automechanika, in cui si incontrano produttori e distributori dell'industria automobilistica del post vendita, manca alla realtà italiana, che pur è fatta di imprese leader mondiali e di piccole e medie realtà che riforniscono i produttori d'auto di mezzo mondo.

Un'industria che ha imparato a internazionalizzarsi seguendoci sia a Francoforte (dove gli italiani sono oltre 600, i più numerosi dopo i tedeschi) sia nelle Automechanika Global da Dubai a Città del Messico. Una realtà produttiva che proprio per questo motivo ha bisogno di una vetrina veramente internazionale a casa propria, per mostrare la sua forza e resistere all'attacco di altri industrie più attive ma meno attente alla qualità.

Donald Wich

Chi e cosa si troverà ad Automechanika a Roma?

Espositori italiani sopra tutti, ma anche spagnoli, turchi... lì dove l'industria è veramente forte e rappresentativa, i nostri uffici lavoreranno per portare aziende che rispettino in ogni caso la qualità e gli standard internazionali così come le buone regole di concorrenza.

Per essere chiari: le copie saranno bandite, ma l'industria emergente dell'Asia orientale che rispetta i nostri parametri sarà rappresentata. Contemporaneamente sono previste missioni organizzate di visitatori e buyer dai paesi della sponda Sud del Mediterraneo, che sono un bacino floridissimo e poco esplorato per le aziende italiane.

Naturalmente i ricambi e componenti avranno un ruolo principe, poi le catene di distribuzione, quelle car services, e anche il tuning, per dare uno spazio organizzato, con la rinomata qualità tedesca, a tutte le anime dell'automotive.

E la concorrenza che dice?

Una fiera del genere oggi non esiste in Italia; quelle che già esistono soddisfano altre esigenze di settori molto particolari, quasi nicchie di mercato, per cui tutte potranno continuare a convivere e fare il loro lavoro. Chi vorrà affacciarsi sul panorama internazionale troverà nell'Automechanika di Roma, così come avviene nelle altre Automechanika Global, un palcoscenico adatto alle sue esigenze di business sul mercato globale.

L. P.

LA MUSICA È CAMBIATA, E ANCHE GLI ORCHESTRALI

Finalmente il noleggio cambia faccia. E nome.

NORD-EST FRIGORIFERI S.R.L. NOLEGGIO FOR FOOD AND BEVERAGE

NOLEGGIO E VENDITA

FORNITORI UFFICIALI DI EVENTI IN

ATTREZZATURE PER LA REFRIGERAZIONE, LA COTTURA ED IL LAVAGGIO.

NORD-EST FRIGORIFERI S.R.L. NOLEGGIO FOR FOOD AND BEVERAGE
frigoriferi@nordestvetrine.com

NORD-EST VETRINE NOLEGGIO VETRINETTE
vetrine@nordestvetrine.com

NORD-EST CASSEFORTI S.R.L. Noleggio e vendita armadi di sicurezza
casseforti@nordestvetrine.com

ALLUMINIA SRL TRALICCI IN ALLUMINIO Vendita e noleggio struttura americana
alluminia@nordestvetrine.com

PIETRANERA RENT AND SALE VETRINE DI SICUREZZA
pietranera@nordestvetrine.com

PromoTEND NOLEGGIO CASETTE IN LEGNO E GAZEBO
promotend@nordestvetrine.com

www.nordestvetrine.com

GRUPPO NORD-EST VETRINE srl

Sede e Show Room: via Boniole, 9 - 35040 Z.I. Boara Pisani (Pd) Tel. 0425 485606 (6 linee R.A.) - Fax 0425 486857

Giovanni Codovini
Storia del conflitto arabo israeliano palestinese
Tra dialoghi di pace e monologhi di guerra
Bruno Mondadori, Milano
2006, pp. X-470 euro 15,00

Un'opera documentata in modo imponente, che ricostruisce in modo chiaro e obiettivo le origini del conflitto mediorientale.

Farian Sabahi
Storia dell'Iran
Bruno Mondadori, Milano
2006, pp. XX-300
euro 15,50

Edizione aggiornata alla primavera 2006, l'opera ripercorre le vicende dell'Iran contemporaneo partendo dal 1892, anno in cui i religiosi locali si alleano coi mercanti per protestare contro la concessione del tabacco a uno straniero.

Un'alleanza che ripercorre tutto il secolo, destinata a sfociare nel 1979 nella rivoluzione islamica che trasforma il paese in una teocrazia.

Carmelo Adagio
Alfonso Botti
Storia della Spagna democratica
Da Franco a Zapatero
Bruno Mondadori, Milano
2006, pp. XII-196
euro 18,00

Da soli 30 anni la Spagna è una democrazia. Il volume è la prima opera italiana a ricostruire la storia di questo trentennio, con un excursus sui principali avvenimenti.

SPECIALE

Enogastronomia, Natura, Benessere, Horeca

Italia: nazione dell'anno al BioFach
Italy: country of the year at BioFach

di/*by* Luca Bianco

Il mercato italiano del biologico è da tempo uno dei settori d'eccellenza per l'agroalimentare italiano, e uno dei più importanti in Europa. Questo nonostante la non felicissima situazione dell'agroalimentare nel nostro paese (vedi a p. 20).

Secondo le stime di www.greenplanet.net, nel 2005 il fatturato nazionale del settore bio ha raggiunto 1,7 miliardi di euro, cui si aggiunge un volume di esportazioni di 700 milioni. Per fare un raffronto: in Germania, il maggiore mercato bio europeo, nel 2005 il fatturato ha toccato i 4 miliardi. Per quanto concerne i prodotti biologici, le catene di supermercati italiane registrano indici di crescita fino al 5% e i negozi specializzati addirittura tra il 14 e il 17%. Gli agricoltori biologici lavorano circa un milione di ettari di superficie agricola utile e, stando ai dati della Federbio, 47.000 aziende (il 20% in più rispetto al 2004) producono, lavorano, trasformano o commerciano alimenti biologici.

Grazie a questo retroterra, l'Italia è stata eletta nazione dell'anno per il BioFach 2007 – il Salone Mondiale dei Prodotti Biologici, a Norimberga dal 15 al 18 febbraio. Per l'evento sono attesi 2100 espositori da 73 nazioni, e più di 37.000 visitatori da oltre 100 paesi. Da anni l'Italia è la nazione estera maggiormente rappresentata, con 273 produttori e rivenditori biologici nel 2005.

Un futuro ancora positivo per il settore è quanto lasciano sperare le numerose iniziative di promozione e sostegno per il mercato biologico italiano. Si pensi a Biobenessere, un progetto da 5 milioni di euro (cofinanziato dall'UE) per l'organizzazione di giornate promozionali con degustazioni e offerte in supermercati e negozi. In crescita, inoltre, l'uso di ingredienti biologici nelle cucine scolastiche (circa 650 nel 2005) e nei ristoranti. Buone intenzioni traspaiono infine dall'attuale governo: il ministro delle politiche agricole Paolo De Castro ha annunciato di volere invitare un rappresentante del mondo biologico a far parte della commissione "Tavolo agro-alimentare", per discutere le relative questioni politiche con le associazioni di settore.

The Italian organic market has been for many years one of the main sectors for the national agro-food business, and one of the most important in Europe. This happens despites the not so happy situation of Italian agro-food market (see p. 20).

According to estimates by www.greenplanet.net, domestic market sales in 2005 amounted to 1.7 billion euros, plus exports worth 700 million. By comparison: sales in Germany, Europe's biggest organic market, were some 3.9 billion in 2005. Italian supermarket chains register a 5% growth rate for organic products, and the specialist trade, including many organic supermarkets, can even reach growth rates from 14 to 17%. Organic farmers in Italy manage around one million ha of agricultural land. According to Federbio, 47,000 companies – as many as 20 % more than in 2004 – produce, process or trade organic food.

Thanks to this background, BioFach 2007, The World Organic Trade Fair (Nuremberg 15-18 February 2007) presents Italy as Country of the Year. BioFach expects 2,100 exhibitors from 73 nations and over 37,000 visitors from over 100 countries. Italy has been the country with the most exhibitors after Germany for years, and 273 Italian organic producers and traders were present in the last edition.

Many initiatives for the promotion and support of the market let us hope in a positive future. Take, for instance, Biobenessere, which is a 5 million euros project (co-financed by the EU), for the organization of promotion days with tastings and price campaigns in supermarkets or organic food shops. Organic ingredients are more and more used by school canteens (more than 650 in 2005) and also by restaurants. Finally, the present Italian government is showing good intentions: for instance the Minister of Agriculture Paolo De Castro appointed an organic representative to the Tavolo agro-alimentare *commission, in which the government discusses political matters with associations in the food industry and agriculture.*

Andrea Moro
I confini di Babele
Il cervello e il mistero delle lingue impossibili
Longanesi, Milano 2006, pp. 330, euro 16,60

La ricerca di Moro dimostra che la distinzione tra lingue possibili e lingue impossibili ha un fondamento biologico e non culturale.

Si parla di apprendimento linguistico dei bambini, di linguaggio animale, arrivando a comprendere l'importanza dell'organismo nella costruzione delle grammatiche.

Elena Polidori
Via Nazionale
Splendori e miserie della Banca d'Italia
Longanesi, Milano 2006, pp. 208, euro 13,60

Piuttosto che un saggio sulla Banca d'Italia, il volume fa i ritratti dei governatori della Banca d'Italia che si sono succeduti. Ci si interroga sulla decadenza di questa istituzione.

James Holland
La fortezza Malta
Un'isola sotto assedio. 1940-1943
Longanesi, Milano 2006, pp. 512, euro 22,50

Holland ricostruisce un episodio cruciale, ma poco noto, della seconda guerra mondiale: l'assedio di Malta, durato tre anni e durante il quale 3000 raid aerei sganciarono il doppio delle bombe cadute su Londra nel corso del blitz tedesco dell'estate del 1940.

Fiere, un propulsore per l'alimentare italiano nel mondo – *Trade fairs, a propellor for the Italian food worldwide*

di/by Luca Bianco

Così Luigi Rossi di Montelera, presidente di Federalimentare, sintetizza gli esiti del 4° Rapporto Federalimentare-Ismea sullo stato del settore in Italia: "L'industria alimentare italiana riscuote un enorme prestigio all'estero e agisce su nicchie di mercato di altissima qualità comportandosi, tuttavia, come una Ferrari che procede al ritmo di un'utilitaria."

Il rapporto Federalimentare-Ismea

Se, da un lato, l'agroalimentare italiano ha mostrato una crescita complessiva del 1,9% nel 2005 (con 107 miliardi di fatturato) e un +1,7% quanto alle esportazioni, d'altro lato, questi dati si inseriscono in un contesto più problematico. Infatti, la produttività dell'industria alimentare dal 1996 al 2005 è diminuita del 3%, (contro il +0,8% dell'industria manifatturiera). Anche rispetto alla quota di commercio mondiale complessiva, il contributo dei nostri prodotti agroalimentari scende in maniera preoccupante, e si ferma al 4%: quasi la metà rispetto a Francia, Olanda e Germania.

L'export alimentare, poi, perde punti rispetto all'export totale del Paese (da un'incidenza del 5,4% nel 2003 ad una del 5,2% nel 2005) e rimane ancorato alla soglia del 14% rispetto al fatturato totale del comparto, laddove la media europea è del 18%.

Internazionalità e alleanze

Qual è, in questo contesto, il ruolo che possono, e devono, svolgere le manifestazioni fieristiche? Sicuramente centrale, se proprio nel supporto alle fiere Federalimentare ha individuato una delle Linee direttrici dell'attività promozionale per il 2007.

Le principali manifestazioni italiane del settore sembrano trovarsi di fronte a una sfida comune: rafforzare la presenza dell'alimentare italiano, fortemente radicato nei territori d'eccellenza, a un livello internazionale.

In quest'ottica nasce **Tuttofood** (5-8/5/07) di Milano, che vuole proporsi come un evento in grado di competere con le altre grandi manifestazioni europee, grazie a un'elevata internazionalità dell'offerta. L'effetto di ritorno sarebbe allora il rafforzarsi dell'alimentare italiano sul mercato globale.

Stand del culatello di Zibello al Salone del gusto

Luigi Rossi di Montelera

Se un discorso di questo tipo è possibile per un gigante come Fiera Milano, forte di una struttra espositiva nuova e all'avanguarda, altri operatori perseguono invece la strategia delle alleanze. È quanto avvenuto tra **Veronafiere** e **Fiere di Parma**, che hanno dato vita a una partnership per il marketing e la promozione unitaria sui mercati internazionali. In questo contesto prende vita l'edizione congiunta del **Cibus** e del **Vinitaly**, a Shanghai dal 23 al 25 novembre prossimi. E ancora, Parma si allea con Colonia, per promuovere e supportare più efficacemente le fiere professionali nel settore alimentare. In questa direzione, infine, va l'accordo di Fiere di Parma e Federalimentare con Roma, per la realizzazione del nuovo **Cibus Roma**, dal 14 al 17 aprile 2007 nel nuovo quartiere fieristico della capitale.

La politica associativa fa da sfondo anche al **Salone del gusto** di Torino, organizzato ogni due anni da **SlowFood** (edizione 2006, dal 26 al 30 ottobre). Forte della propria estesissima rete associativa, SlowFood è infatti in grado di riunire tante piccole produzioni di qualità, che possono disporre di una vetrina autorevole e internazionale.

Cibus

La crescita del profilo internazionale è anche un obiettivo importante per gli organizzatori della **Mia** di Rimini, la Mostra internazionale dell'alimentazione (37ª edizione 10-13/2/2007). Per questo, sono state incrementate le rappresentanze estere, mentre già lo scorso anno si tennero oltre 400 incontri d'affari fra buyer stranieri e operatori italiani.

Indubbiamente il mercato fieristico agroalimentare in Italia si trova di fronte a una concorrenza interna e internazionale notevole. Ma, proprio attraverso questa accresciuta concorrenza, potrà sperimentare nuove soluzioni per rafforzarsi, e assumere una fisionomia in grado di promuovere e potenziare un settore cruciale per l'economia del paese.

This way Luigi Rossi di Montelera, President of Federalimentare, summarizes the outcomes of the 4th Federalimentare-Ismea Survey on the situation of the Italian agro-food market: "The Italian food industry has gained an enormous prestige abroad and acts on niches of market, but it moves itself like a Ferrari with the rhythm of an economy car."

The Federalimentare-Ismea survey

If, on the one hand, Italian agro-food market showed a total increase of +1.9% in 2005 (with a 107 billions turnover) and in particular a + 1.7% as for the exports, on the other hand, these data should be considered within a more complex framework. In fact, the productivity of the food industry from 1996 to 2005 is diminished of 3%, (against +0.8% of the manifacturing industry). As for the total quota worldwide commerce, the contribution of our agriculture and food products comes down to 4%: nearly one half if compared to France, Holland and Germany.

The export, then, is loosing points compared to the total of the country (from a 5.4% incidence in 2003 to a 5.2% in 2005) and remains to the threshold of 14% compared to the total turnover of the sector, while the European average is 8%.

Internationalization and partnerships

Which is, in this context, the role that trade fairs can, and have to, carry out? Sure they are very important, if Federalimentare pointed at the support to trade fairs as one of the Guidelines of 2007 promotional activity.

This seems to be the challenge the Italian trade fair market is facing: to strengthen the presence of Italian food, with its deep roots in territories of excellence, on an international level.

And this is the goal of the new Milan's Tuttofood (5-8/5/07). The organizers' attempt is to give life to an exhibition, which will be able to compete with the other great European events, thanks to a highly international offer.

If a giant like Milan is able to go along this way, other operators try instead the way of alliances. This is the case of ***Veronafiere*** *and* ***Fiere di Parma****, who gave life to a partnership for the marketing, the communication and the promotion of their fairs on the international market. In this context, the new* ***Cibus Vinitaly*** *will take place and from November 23 to 25 in Shanghai. Parma again formed an alliance with Cologne, in order to promote and support more effectively their food exhibitions, focusing on their respective Countries. In this sense, we have also to mention the partnership of Fiere di Parma and Federalimentare with Rome, which has been designed as the venue of the new* ***Cibus Rome****, taking place from April 14th to 17th 2007 in the new exhibition centre of the capital.*

Associative politics is also background of Turin's ***Salone del gusto****, organized every two years by* ***SlowFood*** *(and 2006…). Thanks to its own extended associative network, SlowFood is able to gather many small producers of quality food, so to give them an authoritative and international showcase.*

The internationalization is a main goal also for the organizer of Rimini's ***Mia****, International food show (37th edition: 10-13/2/2007). Last year, 400 business meetings between foreign buyers ed Italian operators already took place. Moreover, international representations have been boosted for this year's edition.*

Vinitaly

Undoubtedly the agro-food-trade fairs market in Italy is going to face a remarkable inner and international competition. But just through this increased competition, it will be able to experience new solutions in order to strengthen itself, and to enhance its function of promoting a fundamental field for the Italian economy.

Vinitaly

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 Cafiero,31 • Pieve Modolena
42100 REGGIO EMILIA
Tel. 0522 79 22 49 • Fax 0522 30 48 87
e-mail: info@iottifrigoriferi.it

TÜV CERT
DIN EN ISO 9001:2000

www.iottifrigoriferi.it

IOTTI FRIGORIFERI
dal 1973

Massiccia presenza di attrezzature a noleggio della Iotti frigoriferi al Cibus di Parma e al Sana di Bologna

L'azienda reggiana si conferma un partner affidabile per le manifestazioni del settore agroalimentare

di Massimo Marrone

La Iotti Frigoriferi srl di Reggio Emilia è un'azienda specializzata nel noleggio di attrezzature frigorifere presente sul mercato dal 1973. Leader in Italia nel suo settore, deve il successo ottenuto alla qualità dei prodotti e del servizio che metta a disposizione dei clienti.

A conferma di ciò, è sufficiente avere visitato nel maggio scorso la manifestazione Cibus alla Fiera di Parma o, più recentemente, il Sana a Bologna (settembre), fiere entrambe molto visitate e riuscite, con migliaia di specialità alimentari d'ogni genere in esposizione.

Passeggiando tra genuinità prodotte con antichi metodi tradizionali fino a specialità pronte trattate con le più moderne tecnologie produttive, è molto facile riconoscere il marchio Iotti Frigoriferi sulle attrezzature cui è affidata la freschezza di quanto esposto.

Una vastissima scelta

I motivi che hanno indotto molti produttori di generi alimentari a affidarsi a Iotti Frigoriferi per portare "in prima linea" la loro immagine sono certamente da ricercarsi nella vastissima scelta di tipi di attrezzature sempre pronte, come banchi frigoriferi, espositori refrigerati, banchi per surgelati disponibili nelle dimensioni che più soddisfano le esigenze di spazio; nella gamma di prodotti di supporto per la degustazione come affettatrici, friggitrici, cuocipasta, tavoli in acciaio inox e nella proverbiale affidabilità dell'azienda.

La cura della qualità

Ogni prodotto noleggiato è accuratamente verificato nella sua integrità estetica e funzionale, pulito e sanificato, ed è corredato di scheda tecnica che ne certifica le caratteristiche prima della consegna in loco.

Consegna, posa e ritiro sono effettuati direttamente dalla Iotti Frigoriferi con propri mezzi e proprio personale specializzato.

Affidarsi a uno specialista del noleggio dà quelle garanzie e quelle sicurezze che sono alla base della riuscita di un evento, dove si mette in gioco la credibilità e l'immagine sul mercato dei prodotti che si espongono e si presentano al pubblico. La professionalità acquisita in tanti anni di presenza nelle più importanti manifestazioni ha permesso alla Iotti Frigoriferi di diventare partner ufficiale di importanti enti fiera sia italiani sia europei.

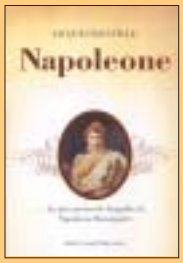
Maggiori informazioni sulla gamma e sui servizi della Iotti Frigoriferi si possono trovare sul catalogo prodotti o visitando il sito **www.iottifrigoriferi.it**.

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

Cecilia Brighi
Il Pavone e i generali
Birmania: storie da un Paese in gabbia
Baldini Castoldi Dalai, Milano 2006, pp. 320 euro 160

La Birmania è un paese oppresso da quasi mezzo secolo da una dittatura militare. La Brighi racconta le vicissitudini e l'esilio di alcuni tra i principali protagonisti politici e sindacali dell'opposizione clandestina.

Jacques Bainville
Napoleone
Baldini Castoldi Dalai, MIlano 2006, pp. 608 euro 20,00



La classica biografia di Jacques Bainville, edita nel 1931 con gran successo editoriale, viene ora riproposta al pubblico italiano.

La storia di Napoleone è vista come una tragedia, individuale e collettiva.

Luisa Muraro
La signora del gioco
La caccia alle streghe interpretata dalle sue vittime
La Tartaruga, Milano 2006, pp. 344 euro 16,50

La Muraro affronta il tema della caccia alle streghe cercando di far trasparire dalle fonti disponibili la voce delle vittime.

Un libro che cerca soprattutto di mostrare il lavoro fatto dalle donne per sfuggire in qualche modo dalla loro paurosa situazione, che avrà fine solo nel XVIII sec.

Host 2007: fervono le novità
Host 2007: a flurry of activity

A circa un anno dalla prossima edizione di Host (19-23/10/07), la rassegna biennale dell'ospitalità professionale, si annunciano tante novità.

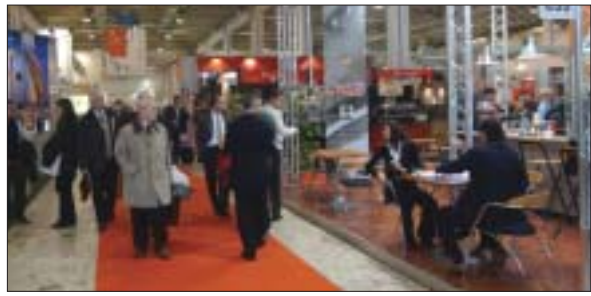
Prima fra tutte il Mippp ("Milano pane pasta pizza"), la prima mostra internazionale dedicata alle "tre p" dell'arte bianca, che si svolgerà nell'ambito di Host. "Da molti anni – dice Fabio Majocchi, direttore generale di Expocts, organizzatrice della mostra – gli operatori dell'arte bianca erano alla ricerca di un punto di riferimento espositivo, in cui l'intera filiera potesse promuovere e sviluppare il proprio business.

Insieme al Mipp, si svolgeranno il terzo Sic, Salone internazionale del caffè e Hotel Emotion, Salone internazionale dell'industria alberghiera. Si aggiunga la sinergia con Franchising & Trade, il salone dedicato al mercato dell'affiliazione commerciale. "L'insieme di questi elementi – commenta Carlo Bassi, amministratore delegato di Expocts – farà dell'edizione 2007 un appuntamento ancora più centrale nell'economia internazionale dell'ospitalità."

Although Host (19-23/10/07), biennial exhibition of the hospitality industry, is one year away, its "what's new" list is already long.

The first new entry will be Mipp (Milano pane pasta pizza), the first international exhibition about the "three Italian Ps" of the flour-processing industry. "For many years – says Fabio Majocchi, general manager of organizer Expocts – professionals had been looking for a trustworthy trade fair the pasta-making supply chain could use for the promotion and growth of its business."

Two other shows will take place within Host: Sic (International Coffee Exhibition) and Hotel Emotion (Trade Fair of the Hotel Industry). Finally, we must add the synergy with Franchising & Trade, the annual international franchising and trade exhibition. "All this – states Carlo Bassi, managing director of Expocts – will turn the 2007 edition into an even more crucial event for the international hospitality industry".



Interfood China a Guangzhou
Interfood China in Guangzhou

Secondo la China Food Industry Association, nel 2005 l'industria alimentare cinese ha realizzato un fatturato di 1989,9 miliardi di yuan, +26.78% sul 2004. La richiesta di prodotti alimentari sta crescendo al ritmo del 6%-10% l'anno.

In particolare, Guangzhou è al primo posto in Cina per l'industria del catering ed è la principale porta d'ingresso per gli esportatori di prodotti alimentari interessati al mercato cinese.

Anche per questo, dal 2004 Guangzhou ospita Interfood, salone internazionale degli alimentari, organizzato dal Canton Universal Fair Group. Finora, ha attratto più di 1300 imprese da Giappone, Corea, Singapore, Vietnam, Thailandia, Spagna, Francia, Romania, ecc. L'offerta spazia dai cereali ai cibi istantanei, dai cibi pronti alla carne, bevande, ingredienti, additivi, lavorazione dei cibi e macchinari.

L'edizione 2007 si svolgerà dal 7 al 9 giugno.

According to China Food Industry Association, in 2005 the Chinese food industry achieved sale income of over 1989,9 billion yuan, +26.78% compared to 2004. Foods & beverages are 36.7% of consumers' total income on average and the demand of convenience foods grew of 6%-10% a year.

In particular, Guangzhou's catering industry ranks first scale in the country. Therefore, this city is the main access for food exporters to China.

That's why Guangzhou hosts from 2004 Interfood China, China International Foodstuff Exposition, organized by Canton Universal Fair Group Ltd. Since 2004, it attracted more than 1300 food enterprises from Japan, Korea, Singapore, Vietnam, Thailand, Spain, France, Romania, etc. Products range from cereals, instant food, meat, beverages, ingredients, food additives, food machines etc.

The 2007 edition will be held from June 7th to 9th.

2007: torna l'appuntamento col Sirha

Dal 20 al 24 gennaio 2007 la tredicesima edizione del salone biennale lionese, che nel 2005 ha registrato oltre 160.000 visitatori e più di 1800 espositori

di Alberto Guizzardi

Le tendenze e le innovazioni nella ristorazione si mettono in mostra al Sirha 2007 (*Salon int. de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation*): dopo gli ottimi risultati del 2005, a gennaio sono previsti 1900 espositori su 108.000 m² di esposizione.

Negli ultimi anni il Sirha si è imposto come riferimento di settore: basti pensare che dal 1999 al 2005 il numero di espositori è aumentato del 50% e, nello stesso periodo, quello di visitatori internazionali è salito del 58%.

Ospite d'onore di Sirha 2007 è il Belgio, un partner storico del Sirha che esporrà la ricchezza della sua ristorazione in tre padiglioni (Vallonia, Fiandre e Bruxelles).

Nel corso del salone, ospiti, chef, fornitori e produttori progetteranno insieme i menù che gli avventori troveranno in tavola nella prossima stagione; negli stand, i professionisti della ristorazione si avvicendano quasi fossero stilisti, per scoprire in anteprima le nuove "mode" culinarie.

Del resto, nello spazio dedicato agli chef, creatori di tutto il mondo presenteranno le più belle "collezioni" gastronomiche del pianeta e gareggeranno tra loro nel *Bocuse d'Oro*, nella *Coppa del Mondo della Pasticceria* e nell'*International Caseus Award*.

Concorsi e convegni

Al Sirha gli artigiani dell'alimentazione mostrano la loro abilità in dimostrazioni culinarie e concorsi professionali. Nel 2007 andrà in scena un nuovo concorso, il *Mondiale del pane gusto e tradizione*, che riunirà dodici squadre mondiali di panettieri.

Il Sirha si caratterizza proprio per questo: nel settore, è il solo salone di dimostrazione nel mondo, che permette agli operatori di assaggiare e provare le innovazioni proposte.

Ma al Sirha c'è anche spazio per momenti congressuali. Il consumatore presta sempre maggiore attenzione a un'alimentazione sana ed equilibrata: partendo da questo assunto, Sepelcom, organizzatore del Sirha, ha riunito nutrizionisti specialisti per discutere sul ruolo della ristorazione per il benessere e la salute del consumatore. Nell'ambito del salone verrà inoltre ospitato il primo *Congresso mondiale sulla ristorazione del futuro*.

www.sirha.com

Al Sial di Parigi molti eventi collaterali per gli operatori della distribuzione alimentare

Dal 22 al 26 ottobre 2006, il Sial (*Salon int. de l'alimentation*) ha accolto a Paris Nord-Villepinte oltre 61.000 operatori, francesi e internazionali: compratori della grande distribuzione, di hard discount, grossisti, ...

Un'edizione caratterizzata da nuovi eventi su misura: per esempio, i prodotti da drogheria sono stati presentati in modo dinamico e valorizzati maggiormente; un'area dedicata al commercio equosolidale e poi le dimostrazioni culinarie *La cucina del Sial*, i *Best Buy* specializzati sul vino e il *French export corner* per l'offerta francese.

Tra gli eventi collaterali, lo spazio *Tendances & Innovations* ha festeggiato quest'anno i dieci anni rinnovando la propria veste. Appuntamento irrinunciabile per i visitatori del Sial (tre su quattro frequentano quest'area), *Tendances & Innovations* anticipa il mercato di domani valorizzando le innovazioni degli espositori.

Altra novità del 2006, la *Grande Épicerie de Paris* ha svelato in anteprima al pubblico le innovazioni del Sial, proponendo per 15 giorni nei suoi spazi novità selezionate tra quelle proposte dagli espositori.

Infine, per la prima volta è stata organizzata una giornata di visita ai negozi parigini e londinesi per consentire ai visitatori del salone di apprendere da vicino i più recenti sviluppi della distribuzione alimentare.

Tra le catene che hanno aderito a questa iniziativa: Carrefour, Intermarché, Lafayette, E. Leclerc, Picard, Auchan (a Parigi) e Wal Mart, Harrods, Marks & Spencer, Sainsbury's, Tesco (a Londra).

C. B.

Eurocarne vince la scommessa del rinnovamento

Bilancio positivo per Eurocarne, il 23° Salone internazionale delle tecnologie per la lavorazione, conservazione, refrigerazione e distribuzione delle carni, svoltosi a Veronafiere dall'11 al 14 maggio scorsi.

La manifestazione, organizzata da Veronafiere Spa in partnership con Ipack-Ima Spa, ha registrato una qualificata presenza di operatori (oltre 15mila), con un incremento di quelli esteri pari al 3% nei confronti dell'edizione del 2003. Gli espositori sono stati 407, di cui il 27% esteri, provenienti da 18 paesi. Rispetto al 2003 sono cresciuti del 21%, mentre la superficie espositiva, che ha superato i 16mila metri quadrati netti, è aumentata del 16%. Sono dati che premiano il riposizionamento strategico della rassegna, uno degli appuntamenti di riferimento in Europa per gli operatori del comparto.

"Un lavoro di selezione e di qualificazione della filiera" – spiega Luigi Castelletti, presidente di Veronafiere – "che ha l'obiettivo di mettere in contatto gli espositori direttamente col mercato, il cui valore in Italia è di oltre 26 miliardi di euro. Abbiamo potenziato i servizi e razionalizzato gli allestimenti, occupando quattro padiglioni col meglio delle attrezzature e dell'innovazione per un settore tecnologico che vede l'Italia, con circa 4 miliardi di euro, come il principale produttore al mondo."

"Abbiamo completamente ridisegnato la manifestazione – spiega Guido Corbella, amministratore delegato di Ipack-Ima. Eurocarne è stata focalizzata sulle esigenze del visitatore. Tali scelte sono state apprezzate e ampiamente condivise."

Prossima edizione: maggio 2009.

Hosfair: dove la Cina incontra il mondo – *Hosfair: where China meets the world*

La provincia di Canton è tra le più prosperose della Cina, in grado di produrre circa un terzo di tutto l'import-export del paese. Inoltre, l'industria alimentare della provincia è la numero uno in Cina, con un totale di vendite al dettaglio di 117.4 miliardi di yuan nel 2005. Non a caso Canton ospita ogni anno la Hosfair, salone internazionale per hotel e ristoranti, una delle manifestazioni horeca in più rapida crescita. Segno di questa crescita è il numero di visitatori ed espositori esteri, in costante aumento nelle ultime edizioni.

Le prossime Olimpiadi stanno contribuendo non poco a potenziare l'importanza del mercato cinese per il settore horeca. Per quell'occasione, infatti, è prevista la costruzione o la ristruttrazione di numerosi hotel d'ogni livello.

A parte ciò, con la globalizzazione, lo stile di vita dei cinesi sta cambiando notevolmente. Prendiamo il settore tessile, che non è il più grande per la Hosfair; tuttavia, il numero di espositori e la qualità dei prodotti sono in crescita. In passato, molti prodotti erano esportati in Europa e in Nordamerica, mentre oggi stanno rientrando nel mercato interno, per far fronte alla richiesta da parte di alberghi e ristoranti di lusso e ceti abbienti.

La prossima Hosfair di Canton sarà dal 28 al 30 giugno 2007.

Canton's province is one of the most prosperous one in China, being responsible for one third of the country's export & import trade. Moreover, the province's foodservice industry ranked No. 1 in China, with total retail sales of 117.4 billion yuan in 2005. That's why Canton hosts every year one of the fastest growing horeca exhibition: Hosfair, the international trade show for hotels and restaurants. A sign of this is the number of overseas visitors and exhibitors, which saw steady increase in the recent sessions.

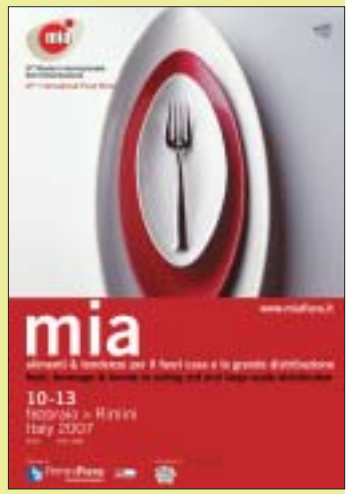
China's lodging and foodservice industries are embracing eminent opportunities with the next Olympic Games: many hotels of all levels will be built or renovated on the Chinese soil.

Apart from this, as the country is enhancing its pace in globalization, people's lifestyle are changing. Take the textiles sector for example: it is not the biggest sector for Hosfair, but the quantity of exhibitors and quality of products were on the rise. In the past, many products were exported to EU and North America, now they have returned to domestic market to cater for world-class hotels, restaurants and wealthy people.

Next Hosfair will take place in Canton from 28th to 30th June 2007.

L. B.

Mia Rimini, a misura di chef



Una fiera al servizio degli chef. Di anno in anno la Mia-Mostra Internazionale dell'Alimentazione, la cui 37ª edizione si svolgerà dal 10 al 13 febbraio 2007 a Rimini Fiera, accentua la sua attenzione al cuore di ogni ristorante.

La grande *Piazza degli chef* sarà un'area interattiva di circa 2000 m² al padiglione D7, all'interno della quale si svolgeranno diverse iniziative: in primis Artistica 2007 (4ª edizione della competizione internazionale degli chef artisti) con la partecipazione di 200 concorrenti provenienti da tutta Italia e dall'estero.

Al termine delle *performance*, rigorosamente dal vivo e che attirano l'interesse di migliaia di operatori, le premiazioni giornaliere dei vincitori e quindi l'esposizione di tutte le opere.

I protagonisti di Artistica 2007 sono chef artisti che praticano l'arte dell'intaglio nei laboratori di cucina, la quale impreziosisce e valorizza la presentazione della ristorazione nei vari luoghi di consumo.

"La manifestazione si è ormai consolidata – spiega Gian Paolo Cangi, segretario generale della Federazione italiana cuochi – e la prossima edizione vedrà la presenza di una giuria totalmente internazionale. Il nuovo posizionamento in fiera ci assicurerà ancora maggiore visibilità e quindi valorizzerà la straordinaria qualità dei partecipanti."

"Le fiere, in primo luogo le più importanti a livello internazionale – continua Paolo Caldana, presidente della Fic – sono un luogo di confronto imprescindibile per un cuoco.

Aspettiamo tanti professionisti e a loro vorrei dire che senza confronto, senza voglia di dialogare col nuovo, sia a livello di prodotti che di tecnologia, si fanno pochi progressi in cucina."

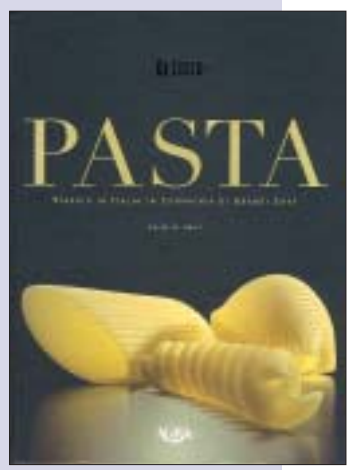
In contemporanea si svolgeranno *Mediterranean Seafood Exhibition*, *Pianeta Birra Beverage & Co.* e *Food & Beverage Logistics Expo*.

Carlo G. Valli

Pasta

Viaggio in Italia in compagnia di grandi chef

Roma, Agra 2005,
pp. 116 euro 30,00



Una monografia sulla pasta, sponsorizzata dal pastificio De Cecco, suddivisa in due parti.

Nella prima parte si illustra la storia della pasta e della sua produzione; nella seconda si ripercorre un itinerario attraverso le cucine regionali in compagnia di grandi chef che propongono ricette di loro ideazione corredate di foto.

Cibus Roma, la festa del cibo

Triplice intesa Fiera di Roma-Fiere di Parma-Federalimentare a sostegno del Made in Italy alimentare. Franco Boni, presidente di Fiere di Parma: "L'evento nella capitale nasce già grande e ha tutte le potenzialità per valorizzare l'importante mercato centromeridionale del cibo"

di Lorenzo Paparo

Dal 14 al 17 aprile 2007 arriva alla Nuova Fiera di Roma la grande rassegna dell'industria alimentare organizzata da Fiere di Parma-Federalimentare.

Cibus Roma, questo il nome della manifestazione, dedicata alla promozione e alla valorizzazione internazionale dei prodotti alimentari italiani, avrà anche le caratteristiche di una grande festa aperta al pubblico (il sabato e la domenica).

Si alternerà negli anni dispari a Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione, che si tiene da oltre 25 anni a Parma negli anni pari, e che nell'edizione 2006 ha riunito nella città emiliana oltre 2400 aziende produttrici, proponendo a un pubblico professionale di 90.000 visitatori quattro giorni fitti di incontri e occasioni di business.

"Sono felicissimo di questa soluzione – ha dichiarato il presidente di Federalimentare Luigi Rossi di Montelera – dal momento che Roma, insieme a Parma, rappresenta un luogo ideale per promuovere la tradizione gastronomica italiana e mediterranea.

Per la posizione strategica, la storia che rappresenta e le infrastrutture che la collegano al resto dell'Italia e al mondo, la capitale è in grado, con Cibus Roma 2007, di contribuire a confermare Cibus come il più importante evento espositivo internazionale dedicato all'agroalimentare italiano."

Il presidente di Fiere di Parma, Franco Boni, ha gentilmente risposto alle seguenti nostre domande.

Con il 2007 Cibus sbarca a Roma negli anni dispari, ci può spiegare questa scelta?

"L'accordo sottoscritto il 21 settembre tra Fiera di Roma e Fiere di Parma-Federalimentare

Franco Boni

sottolinea e rafforza la leadership del marchio Cibus come principale evento promozionale del Made in Italy alimentare.

Con Cibus Roma l'industria alimentare italiana potrà contare su una ribalta internazionale di grande tradizione e visibilità mediatica, che contribuirà ulteriormente all'affermazione del prodotto alimentare italiano sui mercati di tutto il mondo.

Non a caso la scelta di realizzare nella capitale una grande rassegna dedicata al Made in Italy nasce dalla considerazione che Roma è da sempre un importante mercato di consumo di prodotti alimentari. La sua storia e la sua tradizione gastronomica la impongono all'attenzione degli analisti di marketing come baricentro di un più ampio e articolato sistema centro-meridionale di distribuzione. Roma è dunque sembrata la sede più appropriata per localizzare una importante occasione di promozione dei prodotti e delle aziende che proprio nel mercato centromeridionale vogliono inserirsi e farsi conoscere.

Inoltre la capitale si trova al centro di un territorio che da solo ospita ogni anno oltre i due terzi del transito turistico estero e nazionale nel nostro paese. Di qui la scelta di identificare Cibus Roma come il più importante appuntamento nazionale dedicato all'incontro tra la grande ristorazione e le aziende che offrono soluzioni innovative e prodotti indirizzati al segmento horeca."

Quali sono le differenze tra Cibus Roma negli anni dispari e Cibus Parma in quelli pari?

"L'evento romano – spiega Boni –, che come tutte le manifestazioni fieristiche a marchio Cibus si rivolge a un pubblico professionale qualificato, sarà aperto per la prima volta – nelle giornate di sabato e domenica – anche al grande pubblico. Prevediamo anche una forte presenza di manifestazioni ed eventi fuori dal perimetro fieristico, nel cuore della città.

In estrema sintesi, mentre Cibus a Parma dovrà sempre più focalizzare la sua offerta al BtoB, Cibus a Roma dovrà assumere più una connotazione di grande festa dell'alimentazione come momento rappresentativo dello stile di vita italiano."

Il modello fieristico Cibus si avvia a diventare un network articolato, con presenze di rilievo anche all'estero?

"Cibus – ci dice Boni – sbarcherà dal 23 al 26 novembre prossimi a Shanghai grazie a un accordo con Vinitaly China, la rassegna organizzata da Veronafiere che da otto edizioni propone al mercato cinese le produzioni vitivinicole italiane.

A questo primo appuntamento, reso possibile da un'intesa sottoscritta da Fiere di Parma, Verona Fiere, Federalimentare, Regione Emilia Romagna e Ice, Cibus parteciperà organizzando dei *Master Class* di ristorazione che si avvarranno dell'esperienza e della preparazione della scuola di cucina internazionale Alma.

All'inaugurazione ha garantito la sua presenza anche il ministro per le Politiche agricole, alimentari e forestali Paolo De Castro, in quei giorni a Pechino per importanti accordi bilaterali col governo cinese.

Fabrizio Barca
Italia frenata
Paradossi e lezioni della politica per lo sviluppo
Donzelli, Roma 2006, pp. 128 euro 12,50

Barca parte da una questione: perché le modifiche istituzionali degli ultimi anni non sono valse a migliorare l'efficienza statale?

Un altro tema di riflessione è legato alla situazione dei mercati italiani, non concorrenziali e caratterizzati da regole non sempre chiare e condivise tra i vari attori.

Flavio Baroncelli
Viaggio al termine degli Stati Uniti
Perché gli americani votano Bush e se ne vantano
Donzelli, Roma 2006, pp. 208 euro 13,00

Un diario di viaggio che racconta l'America poco nota delle baracche desolate e del ceto povero che ha votato in massa per Bush.

Emergono ritratti e figure originali e spiazzanti, per un libro che ha da insegnare qualcosa anche a noi italiani.

Guido Crainz
Il paese mancato
Dal miracolo economico agli anni ottanta
Donzelli, Roma 2005, pp. 630 euro 14,50

Il saggio ripercorre un periodo breve della storia italiana, attraversato però da profondi mutamenti sociali e culturali oltre che economici.

Una ricostruzione rigorosa e interessante nel contempo.

Cibus Tec 2007: pronti a competere

Cibus Tec 2007: ready to compete

Definite le novità della prossima edizione della rassegna dedicata alla meccanica applicata all'industria alimentare (Parma, 17-20 ottobre 2007) / *Changes are settled for the next edition of the show devoted to food industry machinery (Parma, 17-20 October 2007)*

Forte di una storia che ha spesso tracciato nuove vie per la tecnologia alimentare e dettato nuovi orientamenti per i consumi, Fiere di Parma propone al mercato internazionale Cibus Tec 2007, una delle più importanti manifestazioni mondiali del proprio settore.

Con i suoi circa 1000 espositori da 25 paesi, e circa 25.000 visitatori da oltre 90 paesi, Cibus Tec rappresenta una vetrina di grande prestigio per ogni azienda coinvolta nel processo alimentare; qui è possibile presentare il frutto della propria capacità di sviluppare nuove tecnologie di processo ad una platea costituita da imprenditori e manager ai massimi livelli delle più importanti realtà produttive continentali e mondiali.

Continuando il suo processo evolutivo, Cibus Tec sta verificando la possibilità di incrementare gli scenari di riferimento, esplorando nuove frontiere alla ricerca della massima completezza, ampiezza propositiva e soddisfazione dei propri fruitori, attraverso ricerche di mercato, rapporti istituzionali e internazionali che non mancheranno di confermare la valenza e la caratura del salone.

Conscia degli scenari di riferimento e del mutato quadro economico generale, peraltro in aria di ripresa per lo specifico comparto, Fiere di Parma proporrà alcune novità: accorciamento della manifestazione a quattro giorni, dal 17 al 20 ottobre 2007; un *layout* che esalterà la trasversalità di Multitecno, ponendolo al centro di Milc e Tecnoconserve; iniziative commerciali a sostegno degli espositori.

Fiere di Parma proposes to the international market Cibus Tec 2007, strong of an history that often marked out new roads in food technologies and suggested new trends to consumers; it is one of the most important exhibitions of the world in its product sector.

With almost 1,000 exhibitors from 25 countries and almost 25,000 visitors from more than 90 countries, Cibus Tec is a very prestigious showcase for any company in the food business; here, one can show the results of his capacity to develop new process technologies to an audience made of entrepreneurs and top managers from the main european and global industries.

While continuing its evolution, Cibus Tec is checking the opportunities to widen its benchmarks and exploring new frontiers in search of its maximum completeness, breadth of exhibition and customers satisfaction, through market researchs and international and institutional relations which will not fail in confirming the relevance of the show.

Being aware of the benchmarks and of the changes in the economical scenario (which, however, is recovering as far as the product sector is concerned), Fiere di Parma made some changes to the exhibition layout: the show will be shortened to four days (17th to 20th October 2007); the layout will enhance the transversality of Multitecno, putting it within Milc and Tecnoconserve; there will be more commercial initiatives to support the exhibitors.

A. G.

foto: Michael Zapf

Internorga si conferma leader

Internorga retains its leadership

Aumento degli investimenti e degli ordini alla manifestazione di Amburgo

At Hamburg's exhibition investment is up again and ordering increases substantially

di/by Corrado Scattolin

L'umore è alle stelle, c'è maggiore interesse per gli investimenti rispetto agli anni scorsi e un'accresciuta mole di ordini: sono questi i messaggi positivi che arrivano da Internorga 2006 (Amburgo, 3-8 marzo).

Per l'80ª edizione del salone dedicato a hotel, ristoranti, catering, panetteria e dolciumi si sono registrati circa 108.000 visitatori (il dato 2005 è di circa 105.000), alle prese con prodotti e servizi di 950 espositori da 25 paesi.

Come afferma Ralf Hübner, presidente del consiglio degli espositori di Internorga, "nel 2005 le aziende volevano investire, quest'anno lo hanno fatto davvero." Manfred Sussmann, presidente dell'associazione tedesca delle apparecchiature per cucina, Hki, ha detto: "Internorga ha avuto un approccio fresco, e c'è maggiore volonta d'investire. La qualità dei dibattiti è stata ottima e il mix di visitatori interessante: organizzatori, commercianti, architetti oltre che operatori alberghieri e della ristorazione."

Un sondaggio tra gli espositori condotto dalla Fiera di Amburgo ha rilevato che il 90.3% degli espositori ha assegnato a Internorga un giudizio generale molto positivo (+6.4% rispetto al 2005). Il 91.8% degli espositori descrive Internorga come il più importante salone tedesco del settore horeca. Il sondaggio sui visitatori, invece, ha mostrato che il 59.1% degli operatori ha fatto ordini a Internorga o lo farà nel futuro; il 58.7% di essi ha appositamente aspettato di venire a Internorga prima di fare un investimento.

L'81ª edizione è in programma alla Fiera di Amburgo dal 9 al 14 marzo 2007.

foto: Hartmut Zielke

The mood is upbeat, with more investment interest than for many years, and increased ordering activity – those are the positive messages from the Internorga 2006 (Hamburg, 3rd-8th March).

There were some 108,000 trade visitors (the figure for 2005 was about 105,000) at this 80th International Trade Fair for the Hotel, Restaurant, Catering, Bakery and Confectionery Trades, obtaining information on the products and services of the 950 or so exhibitors from 25 nations.

As Ralf Hübner (Chairman of the Internorga Exhibitor's Board) put it, "In 2005 the companies wanted to invest, but this year they really did it." Manfred Sussmann (Chairman of Hki, trade association for kitchen machinery) said "The Internorga has given a fresh approach, and there is more willingness to invest. The quality of discussions was very good, and the mix of trade visitors interesting, ranging from planners to traders and architects, and including hotel and restaurant operators."

An exhibitor survey conducted by Hamburg Messe showed that 90.3% of exhibitors gave the Internorga a very positive overall assessment, that is up 6.4 percentage points on 2005. 91.8% of the exhibitors described the Internorga as the most important restaurant and catering fair in Germany.

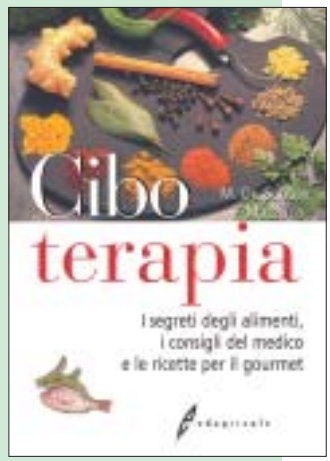
The visitor survey by Hamburg Messe showed that 59.1% of trade visitors placed orders at the Internorga or will place orders in the near future; 58.7% of them deliberately waited till the Internorga before making their investment.

The 81st Internorga will be held at the Hamburg Fair site from 9 to 14 March 2007.

Maurizio De Santis, Paolo Mazzuca

Ciboterapia

Edagricole, Bologna 2006,
pp. XII-172, euro 10,90



Il testo, di facile e rapida consultazione, tratta di tutti quegli alimenti che contengono sostanze antitumorali, antibiotiche, antiossidanti.

Un argomento a metà strada tra la patologia e il nutrizionismo, che interessa anche il mondo della ristorazione, dal momento che ancora oggi si tramandano alcune conoscenze infondate riguardo a determinate spezie, bevande o alimenti.

Completa il testo una appendice, le ricette della salute, che mostra come impiegare in cucina i cibi trattati nel saggio: un particolare rilievo viene dato alle spezie, da riscoprire o scoprire.

Presente anche un glossario di termini medici, semplificati al massimo per facilitare la comprensione.

Octavio Paz
La duplice fiamma
Amore ed erotismo
SE, Milano 2006
pp. 184 euro 18,00

Il premio Nobel Paz ripercorre tutta la tradizione occidentale seguendo l'evoluzione dei concetti di amore ed erotismo, con particolare riguardo alla loro espressione letteraria.

Ernst Cassirer
Linguaggio e mito
Un contributo al problema dei nomi degli dèi
SE, Milano 2006
pp. 128 euro 17,00

Un testo nato dalla sintesi dei primi due volumi dell'opera più nota di Cassirer, *La filosofia delle forme simboliche*. In esso Cassirer cerca infatti sia di riassumere quanto scritto nel suo opus magnum, sia di arricchirlo alla luce delle riflessioni successive.

Bruno Bettelheim
Sopravvivere
e altri saggi
SE, Milano 2005
pp. 320 euro 22,00

Raccolta di saggi scritti nell'arco di una quarantina d'anni dallo psicologo dell'infanzia, che conobbe l'esperienza dei lager.

Il filo rosso che lega i saggi è come si possa – specie tramite la scuola – aiutare le persone ad acquisire una piena autonomia e consapevolezza.

WellFood fa il suo debutto a Colonia

WellFood makes its debut in Cologne

Koelnmesse sta per lanciare una nuova fiera-convegno, WellFood, che si concentrerà sui cibi salutari e biologici e sul loro enorme potenziale di crescita.

Si punta a creare un evento che copra più di un aspetto di discussione sui prodotti; saranno dibattuti anche temi onnicomprensivi riguardo il marketing del cibo salutare e biologico nel commercio al dettaglio, nel catering, nella distribuzione alimentare e per il catering, nei settori alberghiero e turistico.

WellFood debutta alla Fiera di Colonia dal 14 al 15 novembre 2006 e comprenderà un congresso, seguito da delegati di prim'ordine, accompagnato da un salone. WellFood è organizzata da Koelnmesse in collaborazione con la casa editrice Lebensmittel Praxis. La Bve, federazione tedesca dell'industria alimentare e la Bll, federazione tedesca di diritto alimentare e scienze alimentari cooperano per i contenuti dell'evento.

Il cibo salutare e biologico rappresenta una tendenza in crescita del commercio al dettaglio. Sempre più consumatori richiedono prodotti salubri, in grado di far aumentare prestazioni e prevenire malattie rimanendo però gustosi, economici e di bell'aspetto. Questi cibi possono essere usati anche nei ristoranti e nei servizi alimentari e di catering.

La tendenza verso cibi con valori salutari aggiunti è arrivata in Europa e Stati Uniti dal Giappone, attraverso altri stati asiatici. Secondo ricerche di mercato condotte da associazioni e istituti di rilievo, il segmento ha notevoli potenzialità di sviluppo.

L'industria alimentare, industrie leader comprese, sta incrementando le iniziative in questa direzione, mostrando che i cibi salutari e biologici giocano un ruolo sempre più importante in qualità di fattore che genera valore.

WellFood non offrirà solamente un'analisi dei requisiti e dei potenziali di questi cibi, ma anche l'opportunità di condividere idee con rappresentanti del settore, dell'industria, di istituti di ricerca e associazioni industriali.

La nuova fiera-convegno è l'espansione dell'iniziativa sul cibo salutare e biologico lanciata durante l'ultimo Anuga (8-12 ottobre 2005).

Koelnmesse is launching a new combined congress and trade fair called WellFood. It will focus on health and functional food products and their tremendous growth potential.

They aim to create a scope for the event that covers more than just product discussions; also on show will be all-encompassing concepts for marketing health and functional food in the retail trade, the catering sector, the food service and catering market, the hotel trade and the tourism sector.

WellFood makes its debut in Cologne from 14th to 15th November 2006, and will comprise an informative congress attended by top-level delegates, accompanied by an exhibition. WellFood 2006 is being organized by Koelnmesse GmbH in cooperation with Lebensmittel Praxis Verlag Neuwied GmbH (Lpv). The Federal Association of the German Food Industry (Bve) and the German Federation of Food Law and Food Science (Bll) are assisting with the content of the event.

Health and functional food is a growing trend in the retail trade. More and more consumers are calling for products that promote health, enhance performance and prevent disease while remaining tasty, convenient and appealing to the eye. Health and functional food can also be used in restaurants and the food service and catering market.

The trend towards food with added health benefits travelled to Europe and the Usa from Japan via other Asian countries. According to market research conducted by leading associations and institutes, the segment harbours tremendous development potential. The food industry, including market-leading companies, is stepping up its activities in this area, showing that health and functional food is playing an increasingly important role as a factor that generates added value.

WellFood 2006 will offer not only an analysis of the requirements and potential of health and functional food, but also the opportunity to share ideas with representatives of the trade sector, the industry, the catering/food service market, research institutes and industrial associations.

The new congress trade fair is an extension of Koelnmesse's Health & Functional Food initiative launched at the last Anuga (8-12 October 2005).

Anuga prepara un altro successo

A Colonia fervono già i preparativi per l'edizione 2007

Anuga 2005 si era chiusa con risultati ottimi: 158.817 visitatori di cui 83.312 esteri (da 156 paesi); 6294 espositori, per lo più internazionali (5241).

Wolfgang Kranz, amministratore delegato di Koelnmesse, commenta: "Siamo di nuovo riusciti a rendere Anuga il fulcro della produzione alimentare mondiale." Per quanto riguarda la partecipazione italiana, Luigi Recchia dell'ufficio fiere alimentari dell'Ice, afferma: "Le aziende italiane, sotto il padiglione dell'Ice, hanno avuto ottimi contatti selezionati coi compratori, molti espositori hanno potuto evidenziare la loro origine regionale pur nell'ambito espositivo complessivo."

Anche Andrea Zappalorto, amministratore delegato di Illycaffè Germania, è soddisfatto: "Per noi Anuga è un luogo d'incontro internazionale, nel quale invitiamo i nostri partner di tutto il mondo. Anche la qualità dei visitatori è alta."

Anuga 2007 (13-17 ottobre) occuperà i nuovi padiglioni del quartiere fieristico di Colonia; così un'area come *Food & beverage* avrà i più ampi spazi del mondo a disposizione, in infrastrutture nettamente migliorate e più vivibili.

Dalla prossima edizione Anuga introduce anche la *nazione partner*, che nel 2007 sarà la Thailandia: i compratori internazionali potranno così farsi un'idea della varietà e della qualità del prodotto tailandese.

www.anuga.com

C. S.

Dieci anni di Salone del gusto

Il Salone Internazionale del Gusto si tiene dal 26 al 30 ottobre 2006 a Torino. Giunto alla 6ª edizione, è una manifestazione biennale, organizzata da Slow Food, Regione Piemonte e, per la prima volta quest'anno, Città di Torino.

Dal 1996 il Salone del Gusto è un appuntamento per chi vuole scoprire, conoscere e apprezzare il meraviglioso mondo dell'enogastronomia. Un crescente successo che ha portato all'attenzione del pubblico sapori e tradizioni, ma anche straordinari esempi di patrimonio storico-ambientale nel campo dell'alimentazione.

Si tratta di un'esposizione che ha la peculiarità d'essere rivolta principalmente alle produzioni artigianali, quelle su piccola scala e quelle da salvaguardare; ha svolto perciò fin dagli esordi nei confronti del pubblico una inedita funzione educativa, fornendo ai consumatori-visitatori le chiavi di lettura per conoscere l'altra faccia del pianeta alimentazione e comprendere le caratteristiche e la storia di prodotti eccellenti ma poco conosciuti.

Il Salone del Gusto è, nel campo delle fiere alimentari, la risposta all'omologazione determinata da un mercato globalizzato, penalizzante per la piccola produzione di qualità. E l'idea di preservare un intero patrimonio culturale e ambientale legato alla gastronomia, rivitalizzando le micro-economie locali, si è dimostrata negli anni vincente.

Cinque giorni ogni due anni che gli eco-gastronomi hanno ormai imparato a segnarsi sull'agenda come un appuntamento da non perdere.

L'edizione 2006 è ancora più ricca di novità e offre un panorama internazionale degno della città delle Olimpiadi. Il Salone del Gusto soffre quest'anno di mancanza di spazi tanto che, per salvaguardarne la vivibilità, si è dovuto rinunciare al 10% degli espositori del mercato italiano ed estero già presenti nel 2004.

L. P.

ITALBANDIERE

ALLESTIMENTI E SERVIZI

CORREDI DA UFFICIO

CONVEGNI E CONGRESSI

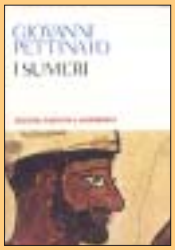
ALLESTIMENTI EVENTI

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
email: a richiesta, per contatto
S.S. 150, km 21
64020 Villa Vomano (Teramo)

Giovanni Pettinato
I Sumeri
Bompiani, Milano 2005,
pp. 464 euro 10,00



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

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.

Agriculture, horticulture and the food industry set new trends at Int. Green Week in Berlin

From 19 to 28 January the Int. Green Week 2007 will be taking place for the 72nd time in the 81 years of the fair's history. Ever since 1926 a total of more than 72,000 exhibitors from 116 countries have been displaying their wide-ranging products from agriculture, horticulture and the food industry to a total of 29 million trade visitors and members of the general public.

Following requests by many exhibitors and visitors, the opening times at Green Week are being moved forward by one hour. The trade fair will open daily from 10 a.m. to 7 p.m., on "Long Friday" (26. Jan.) from 10 a.m. to 9 p.m.

More than 50 countries from around the world will be putting on a display of culinary delights highlighting the local products typical of their regions, mirroring the food industry markets of the world.

Consumers will be able to compare the food and specialities being marketed. At the same time, at combined national displays and product markets national and international producers of food and luxury food will be using their presence at the fair to sell products and test the market.

The Green Week has a wealth of exhibits especially for those trade visitors interested is agriculture. Farming equipment and machines, holidays in the country and direct marketing are among the other main agricultural themes of the various hall displays.

In Hall 23a the Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection will be presenting an informative special exhibition entitled Germany at the heart of Europe. Rural areas – ready for the future.

The main focus of the Green Week's horticultural displays is the Int. Floral Hall (9b). Next year this colourful attraction will be presenting itself as a floral carnival. Many thousands of plants with blossoms or leaves will be offering visitors a foretaste of spring during this dark period of the year. Suppliers of domestic appliances and systems for the home as well as institutions and associations with consumer information will be complete the exhibitor range present at the Green Week 2007.

At the ICC Berlin a comprehensive programme of conferences debating current issues will be addressing the experts from the food and farming industries. In addition to the Green Week displays, at House Pets & Plants 2007 special shows in Hall 1.2 will be exhibiting over 6,000 pets as well as the entire range of pet supplies for correct animal care.

Wellness Plus will be running over a shorter period, from 24 to 28 January, and for the third time will be inviting Green Week visitors to pamper body and soul in Hall 2.1.

Wellness Plus dimezza la durata e raddoppia i vantaggi

Giunta alla terza edizione, che si svolgerà dal 24 al 28 gennaio 2007, la manifestazione berlinese dedicata al fitness si rinnova.

Wellness Plus non durerà più dieci giorni, ma cinque, e inserendosi all'interno dell'*Int. Green Week* (vd. articolo sopra) sfrutterà il potenziale di una delle più grandi fiere agroalimentari *consumer* del mondo. Con un solo biglietto si potranno visitare le due fiere.

In circa 6000 m² saranno esposti i prodotti e servizi per il benessere, dagli integratori alimentari al turismo sanitario, dagli attrezzi per l'attività fisica al settore termale.

Sono previste anche attività dal vivo, *on stage*, rivolte al pubblico e agli operatori.

Nella passata edizione Wellness Plus ha registrato 150.000 visitatori e 102 espositori provenienti da Germania, Danimarca, Austria, Polonia e Repubblica Ceca.

Più wellness al Fibo di Essen

More wellness at Essen's Fibo

Dal 19 al 22 aprile 2007 si svolgerà a Essen la 28ª edizione di Fibo, il principale salone europeo per fitness e wellness. L'edizione 2006 si è conclusa con 44.480 visitatori (+1.8% rispetto al 2005), e 385 espositori da oltre 35 paesi (+13%). Al centro dell'attenzione è stato non solo il settore classico delle attrezzature fitness, col 63,7% dei visitatori, ma anche i settori Wellness & Beauty (43,2%) e Health & Care (39,8%).

In questi ultimi settori, Fibo ha potuto così rafforzare la propria posizione e registrare un notevole aumento di espositori, che hanno trovato in Fibo, per la prima volta, una piattaforma strategica.

Dopo una congiuntura di stagnazione di mercato, il 56,4% dei visitatori ha dichiarato di aspettarsi una vivace ripresa. Di riflesso, grande è stato l'interesse per le innovazioni e tendenze presentate dagli espositori. "La forza d'innovazione decreta una nuovo impulso del settore" commenta Olaf Tomscheit, della Reed Exhibitions Deutschland, organizzatore dell'evento. E ne è stato un segno il Fibo Innovation Award, conferito per la prima volta in tre categorie (attrezzature per allenamento, prodotti per il benessere e alimentari per lo sport).

The 28th Fibo, the main European trade show for fitness and wellness will take place from April 19th to 22nd 2007 in Essen.

The 2006 edition finished with 44,480 visitors (+1.8% compared to 2005) and 385 exhibitors from more than 35 nations (+13%). Next to the classical focus on training equipment, whith 63.7% of the visitors, the sectors of Wellness & Beauty (43.2%) and Health & Care (39.8%) were also very popular. Here Fibo improved its position on the market, registering an above average number of new customers, who found their way to Essen for the first time.

In contrast to the recent period of subdued economic activity, visitors now expect significant impulses to the industry. As a result, the interest generated by innovations and trends was great. "The innovative capacity of the industry is receiving a new impetus", says Olaf Tomscheit of organizer Reed Exhibitions Deutschland. This was also demonstrated with the Fibo Innovation Award, for the first time presented in 3 categories: training equipment, wellness product, sports nutrition.

Vivaness: cosmesi naturale e benessere a Norimberga

Forte di oltre 200 espositori, il Vivaness, salone della cosmesi naturale e del wellness, decolla parallelamente al BioFach dal 15 al 18 febbraio 2007 a Norimberga. Vivaness nasce per rispondere a un'esigenza sempre più diffusa nel settore bio, che sta vivendo un boom non soltanto per gli alimentari; il nuovo consumatore bio è infatti sempre più orientato verso i settori della cosmesi, del fitness e dei medicinali.

Stando a un recente sondaggio dell'istituto berlinese Forsa, un tedesco su due presta attenzione alla provenienza ecologica anche nel non food. Per il 13% la qualità bio è un criterio d'acquisto molto importante, per il 38 % un criterio pur sempre importante, mentre non è di rilievo solo per il 13 %.

Gli sviluppi della cosmesi naturale confermano questi risultati. Secondo gli esperti, nel 2006 la quota, tradizionalmente forte, detenuta dalla Germania in questo campo può addirittura oltrepassare il 5% (11,1 miliardi) sul mercato complessivo dei cosmetici. E infatti l'importanza dei marchi che commercializzano cosmesi naturale è in aumento e i prodotti sono presenti in tutti i canali di vendita. Una tendenza che il Vivaness vuole promuovere e sostenere.

AA. VV.
Tappeti erbosi
Cura, gestione e manutenzione delle aree verdi pubbliche e private
Edagricole, Bologna 2006,
pp. XXIV-344, euro 42,50

Il volume è un'evoluzione del classico *Tappeti erbosi* di Adelmo Panella, e rappresenta uno strumento utile per chi costruisce e mantiene superfici erbose, con particolare riguardo per quelle a destinazione sportiva, ornamentale e ricreativa.

Sono trattati i principali argomenti relativi alle migliori condizioni climatiche e alle specie vegetali più adatte per produrre un tappeto verde di qualità e resistente, le tecniche agronomiche per l'impianto e la sua manutenzione e le principali specie infestanti.

Nonostante sia stata pensata per vivaisti, agronomi, ingegneri e architetti, l'opera può essere compresa da chiunque abbia intenzione di impiantare un manto erboso, grazie al richiamo alle nozioni elementari delle scienze agronomiche.

hmc.it

KLIMAHOUSE 07

FIERA INTERNAZIONALE SPECIALIZZATA PER L'EFFICIENZA ENERGETICA E L'EDILIZIA SOSTENIBILE

25 - 28 GENNAIO 2007

FIERABOLZANO MESSEBOZEN

FIERA BOLZANO SPA **Alto Adige | Italia**
www.klimahouse.it

Alto Adige

SPONSORS + PARTNERS

CASSA DI RISPARMIO

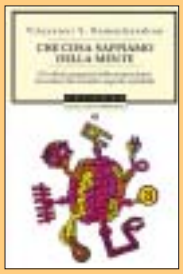
FORST

ITAS ASSICURAZIONI

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.

Artigianato, Casa, Regalo

Fiere del regalo dall'Europa all'Asia

Gift fairs from Europe to Asia

di/*by* Antonio Brunello

Ambiente Frankfurt

Con 4556 espositori e 147.355 visitatori nel 2006 (10-14 febbraio), Ambiente di Francoforte mantiene saldamente il suo primato tra le fiere del settore regalo/casalinghi/beni di consumo. Significativa, in particolare, la crescita dei visitatori esteri, circa 60.000 in totale, segno di quella tendenza all'internazionalizzazione così importante per tutte le fiere leader di ogni settore. L'aumento delle presenze estere caratterizza anche l'ultima Settimana Internazionale del Regalo, della Gioielleria e della Bigiotteria di Madrid, di cui trattiamo a p. 41. La Spring Fair di Birmingham (v. p. 37) si mantiene stabile da alcuni anni sull'ordine di 3900-4000 espositori, e costituisce, insieme alla citata Ambiente, l'appuntamento invernale di riferimento per gli operatori del settore.

In autunno, è l'Asia a fare da padrona sulla scena internazionale, con le due edizioni del Mega Show di Hong Kong (quest'anno dal 20 al 23 ottobre la prima parte, e dal 28 al 30 la seconda), per un totale di circa 4500 espositori. Il Mega Show è organizzato da Kenfair International, che ogni anno ad aprile dà vita anche all'Hong Kong Gifts & Premium Fair, il principale evento primaverile del settore in Asia, con 3879 espositori nel 2006. In Europa, l'autunno è dominato dalle grandi manifestazioni biannuali, come il Macef di Milano, Maison&Objet di Parigi (circa 3000 aziende espositrici), l'Autumn Fair di Birmingham, con 2000 espositori, in tono minore rispetto alla primaverile Spring Fair, senza dimenticare la già citata Semana di Madrid.

Quanto al mercato asiatico, merita ancora una menzione il Tigs – Tokyo International Gift Show, particolarmente ricco di visitatori, 200.232 nel febbraio scorso e 200.064 nell'edizione di settembre. Gli espositori si mantengono sui 2300-2500.

Nel complesso, il settore regge bene, con le principali manifestazioni internazionali sostanzialmente stabili. L'apertura verso i mercati mondiali resta la parola d'ordine per tutti. E intanto anche la Cina si fa sentire... Gli investitori eurpei non sembrano sordi al richiamo, dal momento che, ai citati Mega Show per esempio, costituiscono il principale gruppo di visitatori esteri insieme agli statunitensi. E in particolare l'Europa dell'Est sembra sempre più attenta ai nuovi mercati.

With 4556 exhibitors and 147,355 visitors in 2006 (10-14 February), Frankfurt's Ambiente holds tight its primacy among the exhibition of the gift/houseware/consumer goods sector. The increase in foreign visitors, about 60,000, is particularly remarkable, as a hint of a widespread trend to internationalization. A trend which is toughly present also in all most important shows of all sectors. The increase in foreign presences characterizes also the last edition of Madrid's International Gift, Jewellery and Fashion Jewellery Week (see p. 41). The Spring fair Birmingham (see p. 37) has been steady for some years, with 3,900-4,000 exhibitors, and constitutes, with the above mentioned Ambiente, the main winter meeting place for all operators of the sector.

In autumn, Asia is making the international scene, with the two editions of Hong Kong's Mega Show (this year from the October 20th to 23rd the Part One, and from October 28th to 30th the Part Two), with approximately 4,500 total exhibitors. The Mega Show is organized by Kenfair International, which gives life every April to the Hong Kong Gifts & Premium Fair, the main spring event of the sector in Asia, with 3,879 exhibitors in 2006. In Europe, autumn is dominated by the big bi-annual events, like Milan's Macef, Maison&Objet in Paris (approximately 3,000 exhibiting companies), the Autumn Fair Birmingham, with 2,000 exhibitors, in smaller tone if compared the Spring Fair, without forgetting the already mentioned Semana of Madrid.

As far as the Asian market is concerned, we have to mention Tigs - Tokyo International Gift Show, which is particularly rich in visitors: 200,232 in the last February edition and 200,064 in September. The exhibitors are between 2300-2500.

Generally speaking, the field is keeping well, with the main international exhibitions essentially stable. The opening towards international markets is the watchword for all of them. Meanwhile China lets its voice be heard… And European investors do not seem to be deaf to the call, since they are the main group of foreign visitors at the Mega Shows for instance, together with the Americans. Eastern Europe, in particular, seems more and more interested in the new markets.

Spring Fair
Birmingham

4–8 February 2007 NEC Birmingham UK
www.springfair.com

La vetrina internazionale essenziale per il regalo e per la casa

Spring Fair Birmingham è il più grande ed importante evento fieristico del Regno Unito per l'industria del regalo e della casa: le sue date sono tra le più importanti nel calendario mondiale del dettaglio.

- Oltre 4000 espositori
- Oltre 100 paesi rappresentati
- 4 zone d'acquisto specializzate
- La più grande collezione al mondo del design di qualità dal Regno Unito
- 80.000 visitatori da ogni parte del mondo .... unitevi a loro!

Per ogni informazione consultate on-line il sito www.springfair.com oppure contattate,
Universal Marketing
T: 06 40 80 24 04 **E: tps.emap@universalmarketing.it**

Giving Living Greetings Jewellery

Spring Fair Birmingham 2007: nuovo look per l'importante fiera dell'artigianato e della regalistica

Con oltre 4000 espositori da 50 paesi, l'edizione 2007 si presenta con un *branding* rivisitato, con settori raggruppati in quattro aree d'acquisto e una serie di aree complementari per rendere più accessibile la sua enorme offerta di prodotti

di Corrado Scattolin

La Spring Fair di Birmingham (4-8 febbraio 2007) sarà suddivisa in quattro cruciali zone di vendita – *Giving, Living, Greetings e Jewellery* – per favorire la scoperta di nuove linee e anteprime per la stagione 2007/2008.

Alle centinaia di espositori internazionali dal mondo, Spring Fair Birmingham abbina espositori nazionali, tanto da rappresentare il più importante punto d'incontro per i prodotti di design dal Regno Unito. La nuova campagna Creative Britain celebra questa ineguagliata vetrina attraversando ogni settore di prodotto, con speciali loghi negli stand e con una presentazione di prodotti all'entrata del padiglione 4.

Nel nuovo sito *www.springfair.com* è disponibile la lista completa delle aziende che hanno aderito, con l'elenco dei prodotti design *Made in Britain*, pronti per l'esportazione.

La piattaforma delle nuove idee

Nel suo ruolo di fiera più importante del Regno Unito per il settore degli articoli da regalo, per la casa, articoli augurali e gioielleria, Spring Fair Birmingham è la piattaforma ideale per il lancio di nuove linee e idee: migliaia sono i prodotti che vedono la luce, per la prima volta, proprio in fiera.

Spring Fair Exclusive li metterà in risalto con speciali momenti promozionali, prima e durante la fiera.

Sarà possibile individuare queste novità cercando il logo in giro per i padiglioni. La lista completa è disponibile in linea, sul sito internet della manifestazione.

I visitatori internazionali e i visitatori vip potranno usufruire del nuovo *Seasons Club* nel quale saranno automaticamente registrati: i membri riceveranno in anticipo una speciale tessera d'ingresso che permetterà un accesso veloce attraverso una porta preferenziale, e che potrà anche essere utilizzata per accedere al *Season Club Lounge*. Nell'esclusivo club saranno disponibili bar, guardaroba, accesso all'internet.

Per maggiori informazioni su Spring Fair Birmingham 2007, per ricevere un dossier completo di partecipazione, per tutte le notizie circa viaggi e soggiorni per espositori e visitatori, su come registrarsi gratuitamente (con un risparmio di 30 euro per ogni visitatore) il riferimento è:

Universal Marketing
Tel 0640802404
Fax 0640801380
tps.emap@universalmarketing.it

macef
milano

Fondazione Fiera Milano

Salone Internazionale della Casa

19-22 gennaio 2007
fieramilano

Abita, con gioia.

FIERA MILANO INTERNATIONAL

fiera milano international spa
via varesina, 76 - 20156 milano, italy
ph +39 0248550.1 fax +39 0248004423
www.macef.it e-mail:macef@fmi.it

Ingresso a pagamento
riservato agli operatori professionali
Orario d'apertura 9.30-19.00
Il 22/1 chiusura ore 16.30

ufi Approved Event

Fondazione Fiera Milano

FIERA MILANO
DAL 1920 UTILE PER TUTTI

Gastronomia, "esperienze", comunicazione: i punti-chiave del Macef di gennaio 2007

Food, "experiences", communication: the key points of Macef January 2007

di/by Caterina Bertone

Macef, Salone Internazionale della Casa, inaugura a gennaio 2007 (dal 19 al 22) la stagione fieristica milanese, e lo fa ribadendo i suoi temi chiave, che sono quelli dell'italianità, dell'internazionalità, della comunicazione. Vediamo le principali novità organizzative.

L'area *Gourmet* – la piazza del padiglione 5 – vestirà le insegne di due distretti industriali tipici della produzione italiana e del Macef: il Verbano-Cusio-Ossola e la provincia di Siena.

Rappresentazioni quotidiane, con abbondante contorno di prodotti alimentari tipici e con cucina in diretta gestita dai grandi chef, spiegheranno ai visitatori il distretto e racconteranno le storie dei suoi protagonisti e dei grandi marchi.

Il progetto *Experience* veste il padiglione 8 attraverso un insieme di eventi di comunicazione dedicati e coordinati: moquette, segnaletica, merchandising, contesto musicale e persino un concorso a premi declinato intorno a un singolare bar di tendenza che sarà anche il centro degli incontri d'affari. Attrazione delle attrazioni, l'area *Design in multicolor*, curata dalla stilista spagnola Agatha Ruiz de la Prada.

Macef inoltre dedica un occhio di riguardo all'etnico, che assume il nuovo nome di *Dal mondo* e viene interpretato da Giulio Cappellini lungo il concetto di *fusion*, mixando prodotti e culture con produzioni che arrivano dal mondo sapientemente abbinate a prodotti di design.

Shop Village, nella piazza del padiglione 7, presenta al dettaglio specializzato il progetto di *Art* (ex Assoceramvetro), pensato per favorire l'incremento dei consumi attraverso una forte campagna mediatica e di immagine in favore dei prodotti legati alla cultura della tavola.

Il layout vede poi la riproposizione della cucina nei padiglioni 2/4 (a gennaio è fra i temi dominanti del Macef), l'area *Classico italiano* nella testa del padiglione 6, il Chibi & Cart nel padiglione 12, Bijoux nei padiglioni 22/24. Al padiglione 1 sono collocate le aziende dell'argento. Il progetto *Materie* nel padiglione 5, curato dal designer Enrico Tonucci, propone simbolicamente una serra come terreno-ambiente di coltura per realtà artigianali che lavorano e trattano i diversi materiali, mentre nel padiglione 9 è collocato il progetto *Getti & Oggetti*, dedicato alla decorazione della stanza da bagno e organizzato dallo Studio Quid di Pesaro, di Paolo Paci.

I padiglioni 16/20, infine, ospitano *Festivity, Salone degli addobbi natalizi, del gioco, del giocattolo, del carnevale e delle decorazioni per le feste*, che si svolge in sinergia e in parziale coincidenza di date (17-21 gennaio) con Macef.

Infine: il *Premio Design di Macef*, intitolato al fondatore della mostra, il Cavaliere del Lavoro Massimo Martini, ritrova a gennaio la sua organizzazione via web. Il tema è: *Ceramics for Breakfast; brunch, lunch and dinner*. Dedicato ai giovani designer di tutto il mondo, il concorso si svolge sul sito specializzato Designboom.

Macef, the International Home Show, will open the Milan exhibiting season in January 2007 (from the 19th to the 22nd) confirming its key-themes, namely the Italian style, the international character, and communication. Let's see its organizational novelties.

The Gourmet *area – the plaza of hall 5 – will be fitted with the signs of two industrial districts typical of the Italian production and of Macef (Verbano-Cusio-Ossola and the province of Siena). Daily performances, abundantly enriched with typical food products and live cooking sessions with outstanding chefs, will describe the concerned district to the visitors and tell the stories of its protagonists and major brands.*

The Experience *project fits hall 8 with a number of dedicated and co-ordinated communication events: carpeting, signs, merchandising, music background, and even a competition with prizes focusing around an unusual trendy bar, which will also be the location for business meetings. The main attraction is the* Design in multicolor area, *supervised by the Spanish fashion designer Agatha Ruiz de la Prada.*

Special focus will be made at Macef on the ethnic sector, now called Dal mondo *and interpreted by Giulio Cappellini according to the* fusion *concept, which mixes products/cultures with items that come from the world, skilfully matched with design products.*

Shop Village, *in the plaza of hall 7, presents the* Art *(ex-Assoceramvetro) project aimed at specialized retailers, conceived to promote an increase of consumption through a strong media and image campaign in favour of products tied to the culture of the table.*

The layout includes again a display of Kitchenware in halls 2/4 (one of the main themes at Macef January), the Classico italiano *area in the front of hall 6, Chibi & Cart in hall 12, Bijoux in halls 22/24. Hall 1 hosts to silverware companies; the project* Materie *(supervised by designer Enrico Tonucci, it offers a greenhouse as a symbol for the ground/growing environment for craftspeople that use and process different materials) is in hall 5, while hall 9 hosts to the project* Getti & Oggetti, *dedicated to bathroom decoration and organized by Paolo Paci's Studio Quid in Pesaro. Finally, halls 16/20 host to* Festivity, *the* Exhibition of Christmas decorations, toys, games, carnival items, and party decorations, *in full synergy and in partial combination (January 17-21) with Macef.*

Finally, the Design di Macef Award, *dedicated to Massimo Martini, the founder of the show (who has received a decoration given by the Italian Government to important figures in industry), is organized via the Web in January. Its theme is:* Ceramics for Breakfast; brunch, lunch and dinner. *Dedicated to young designers from all over the world, the competition takes place on the specialized website Designboom.*

intergift IBERJOYA BISUTEX

Semana Internacional
del Regalo, Joyería y Bisutería
Settimana Internazionale del Regalo,
della Gioielleria e della Bigiotteria

18-22 enero Gennaio 2007 FERIA DE MADRID

EL TOQUE CREATIVO

Sólo profesionales
Solo operatori

IL TOCCO CREATIVO

Ifema Fiera di Madrid
Delegazione Uff. per l'Italia
Tel.: (39) 02 58 31 37 00
Fax: (39) 02 58 32 50 77
ifemaitalia@fieramadrid.com

LINEA IFEMA
INTERNACIONAL (34) 917 22 30 00
FAX (34) 917 22 57 92
IFEMA
Feria de Madrid
28042 Madrid
intergift@ifema.es
iberjoya@ifema.es
bisutex@ifema.es
www.semanaregalo.ifema.es

IFEMA Feria de Madrid

Intergift e Bisutex più internazionali

Intergift & Bisutex more international

La 51ª *Settimana Internazionale del Regalo, della Gioielleria e della Bigiotteria*, svoltasi dal 14 al 18 settembre alla Feria de Madrid, ha riunito oltre 2000 aziende sulla maggior superficie espositiva di tutta la sua storia (104.456 m²). 92.755 professionisti (63.618 per *Intergift* e *Bisutex*, 29.137 per *Iberjoya*) hanno visitato questa edizione che, ancora una volta, ha evidenziato la sua capacità di richiamo per il settore dei beni di consumo.

Fiera più internazionale

Ad Intergift e Bisutex la partecipazione diretta di imprese estere è aumentato rispettivamente del 12,8% e del 37,93%. La Settimana nel suo insieme ha registrato oltre 5000 acquirenti da 79 paesi, in particolare da Portogallo, (54%), Italia (7,6%) e Francia (5,6%).

Le proposte sono state principalmente rivolte all'ambiente autunnale e al Natale: decorazioni dalle linee eleganti, calde, confortevoli e allo stesso tempo pratiche e funzionali. Accanto all'arredamento e ai pezzi ausiliari, Intergift ha presentato numerose soluzioni provenienti dai settori tessile, illuminazione, accessori, ecc.

La maturità del mercato richiede un flusso costante di idee, i cui migliori alleati sono il design e il senso di opportunità. Così lo hanno inteso le imprese espositrici delle grandi aree di Intergift dedicate al regalo informale, alla fantasia, al regalo promozionale, al licensing, ai giocattoli, ecc, che hanno presentato una selezione di articoli dotati di grande immaginazione e qualità.

Bisutex: novità e tendenze

Bisutex ha mostrato un contenuto innovativo, con numerosi articoli pienamente identificati con le correnti del momento e con le nuove linee proposte per l'autunno/inverno 2006-2007. In particolare, nella sezione *Espacio de Tendencias* sono stati messi in rilievo design, colori ed elementi protagonisti delle collezioni della prossima stagione. Cinque pezzi a scala gigante (una borsetta, un portafoglio, una collana, un orologio, un fazzoletto) hanno ricreato le linee di disegno e i bagni in metallo (bronzo, argento e oro) proposti per la stagione autunno/inverno.

Fra le altre tendenze di rilievo vi sono state la bigiotteria in argento, i disegni ad ispirazione etnica, col trionfo di materiali organici e pietre semipreziose.

The 51st edition of International Gift, Jewellery and Fashion Jewellery Week*, from 14th to 18th September at Feria de Madrid, brought together more than 2,000 companies and presented the largest exhibition area in its history (104,456 m²). 92,755 professionals (63,618 for* Intergift *and* Bisutex*, 29,137 for* Iberjoya*) visited this edition, which once again revealed the event's growing penetration within the consumer goods market.*

A more international show

At Intergift and Bisutex, direct participation of foreign companies witnessed respectively an increase of 12.8% and 37.93%. The Week as a whole was visited by more than 5,000 buyers from 79 countries, especially Portugal (54%), Italy (7.6%) and France (5.6%).

The exhibits focused mainly on the autumn and Christmas seasons. A series of elegant, warm and convenient lines also presented practical and functional qualities. Alongside furniture and numerous auxiliary items, Intergift presented an infinite range of ideas under the headings of textiles, lighting, accessories, etc..

The maturity of this market requires constant innovation and new ideas, accompanied by good design and a favourable opportunity. This much was clear from judging the exhibitors in the extensive sections devoted to informal gifts, imagination, promotional gifts, licensing, toys, etc., which presented original and highly quality and imaginative items.

Bisutex: novelties and trends

Bisutex presented an innovative exhibition based on an extensive range of items designed in accordance with current trends and the new lines proposed for Autumn/Winter 2006-2007. The Trends Showcase *featured all the designs, colours and items that will be playing a prominent role in next season's collections. Five items (a bag, a wallet, a necklace, a watch and a scarf) designed on a gigantic scale were created to present the design approach and the metallic finish of these products (bronze, silver and especially golden) for Autumn/Winter.*

Other trends were fashion jewellery pieces made of silver, the designs with ethnic flavour, and the success of organic materials and semi-precious stones.

Antony Pagden
Signori del mondo
Ideologie dell'impero in Spagna, Gran Bretagna e Francia 1500-1800
il Mulino, Bologna 2005, pp. 376 euro 32,00

La formazione dei grandi imperi coloniali in età moderna è stata determinante per lo sviluppo della teoria politica europea.

Pagden illustra come, a partire dalla reazione a questo stato di cose, si sia giunti a conclusioni diverse in diversi Stati.

Antonio Martelli
La lunga rotta per Trafalgar
Il conflitto navale anglo-francese 1688-1805
il Mulino, Bologna 2005, pp. 368 euro 23,00

La battaglia di Trafalgar, cui è dedicata la seconda parte del volume, è in realtà solo l'epilogo di un contrasto durato quasi 120 anni.

L'autore ne ripercorre gli antecedenti spesso meno conosciuti, descrivendo anche l'evoluzione delle flotte e delle tecniche di combattimento.

Massimo Livi Bacci
Conquista
La distruzione degli indios americani
il Mulino, Bologna 2005
pp. 344 euro 24,00

Attingendo a una nutrita serie di fonti originali (resoconti di *conquistadores*, religiosi, funzionari e mercanti) l'autore mostra come nella rovina degli indios abbiano giocato una serie di concause.

Eurominerale xpo: collaborazioni istituzionali per volare più in alto?

La manifestazione torinese si è confermata tra i maggiori appuntamenti europei del settore

di Gino Bertone

Domenica 8 ottobre ha chiuso i battenti la 35ª edizione di Eurominerale xpo, Mostra Mercato Internazionale dei Minerali ed Universo Natura.

Quattro giorni di manifestazione molto vivace e fortunata, sia sotto il profilo dei visitatori (oltre 18.000) che degli espositori (350), questi ultimi giunti da ogni parte del mondo a offrire gemme, cristalli, preziosi e collezionismo natura.

Il primo padiglione del complesso fieristico del Lingotto, fresco della recente esperienza olimpica, coi suoi spazi liberi da colonne, ha offerto percorsi elegantemente rivestiti di moquette rossa, che hanno favorito il godimento della vasta offerta, di indubbia qualità.

Un'offerta completa

Eurominerale xpo è una manifestazione completa: interessante per il pubblico, che può trovarvi dalla più ampia gamma di minerali e fossili ad accessori moda a prezzi vantaggiosi, come per l'operatore professionale, che può acquistare materiali in quantità, magari per riutilizzarli nella produzione di gioielli o bigiotteria.

L'allestimento trasparente e luminoso, che consente una visuale aperta in profondità, su tutta la manifestazione, è una delle caratteristiche di Eurominerale xpo, frutto di una precisa politica d'immagine e di marketing che ogni anno si affina e si modifica per meglio percorrere gli indirizzi che le nuove esperienze consigliano di percorrere.

La Sala Rossa all'interno del Padiglione 1, dotata di trecento posti a sedere, ha ospitato filmati su temi naturalistici provenienti da tutto il mondo e conferenze che, trattando della Laguna di Venezia o del Madagascar, hanno visto un folto e costante afflusso di pubblico interessato.

La presenza tra gli espositori di 34 Enti non commerciali come il Museo di Scienze Naturali di Milano, e quelli di Torino e di Cagliari, oltre alle migliori riviste del settore, ai Parchi e alle Associazioni naturalistiche internazionali, sono il segnale che Eurominerale xpo è ormai una vetrina europea alla pari di eventi quali quelli di Monaco di Baviera (Mineralientage München) e di Saint-Marie-aux-Mines in Alsazia (Euro Mineral & Euro Gem).

Si tratta di una fiera che già in Italia è la più visitata nel suo campo, ed è tra le prime tre manifestazioni europee: nonostante ciò potrebbe forse avere un pubblico ancora maggiore, tenuto conto del potenziale del territorio. Probabilmente la tradizionale ritrosia piemontese nei confronti della comunicazione e del marketing fa sentire la sua influenza: è infatti nostra impressione che Eurominerale xpo potrebbe volare ancora più in alto se fosse maggiormente conosciuta.

L'intervento del consigliere regionale Laus

Tra le personalità presenti all'inaugurazione, Mauro Laus – consigliere regionale – compiaciuto per una manifestazione così importante a livello internazionale a Torino, ha espresso l'intento di collaborare, in sede regionale, per il suo ulteriore consolidamento e sviluppo.

Il riscontro positivo proveniente anche dagli enti pubblici, e il fatto che il 70% degli spazi sono già stati riconfermati per l'edizione di ottobre 2007, sono i migliori auspici per un buon successo dell'edizione dell'anno prossimo.

Mauro Laus

Tutto esaurito per la 2ª edizione di Klimahouse

Nonostante la giovanissima età, la fiera specializzata per l'efficienza energetica e l'edilizia sostenibile *Klimahouse* (Bolzano, 25-28 gennaio 2007) è già considerata un solido punto di riferimento per tutti coloro che operano nel settore.

Direttive europee, accordi internazionali, situazioni contingenti – valori elevati delle polveri e costi dell'energia in costante aumento – impongono agli addetti ai lavori una seria riflessione e si registra una crescente sensibilizzazione a riguardo.

Klimahouse 2006: Isolde Kostner visita uno stand

Klimahouse (www.klimahouse.it) suggerisce soluzioni tecniche ed economiche alternative nel settore dell'edilizia residenziale e pubblica, sia per il nuovo sia per la ristrutturazione.

"I nostri edifici consumano enormi quantità di energia. Il costante aumento dei costi energetici, abbinato alla nostra dipendenza di approvvigionamento, ci pongono in una condizione di urgenza nella ricerca di soluzioni valide e durature, e soprattutto ecologicamente sostenibili, considerati anche i mutamenti climatici", sottolinea Norbert Lantschner, ideatore del progetto *CasaClima*.

A Klimahouse 2007 verranno ospitati tutti i settori inerenti la costruzione di edifici: saranno in mostra coperture, sistemi di isolamento termico, rivestimenti per soffitti e pareti, elementi per prefabbricati, rivestimenti in vetro termoisolante, tecniche e prodotti per la ristrutturazione di edifici, sistemi di riscaldamento, impianti di areazione, condizionatori, sistemi di misurazione e di regolazione. Particolare risalto verrà dato anche alle energie rinnovabili.

Numerosi i convegni e gli appuntamenti che faranno da contorno alla manifestazione, come il congresso *CasaClima – costruire il futuro* che verterà sulla ristrutturazione degli edifici esistenti e a cui interverranno noti relatori internazionali, oltre alla mostra relativa al concorso *Ottimizzazione energetica nelle ristrutturazioni*.

L'Anit (Associazione Nazionale per l'Isolamento Termico e Acustico) presenzierà con una mostra collettiva di 1000 m^2, area tre volte più ampia rispetto alla passata edizione.

L'associazione curerà inoltre due convegni: il primo illustrerà le nuove regole sull'efficienza energetica negli edifici, il secondo tratterà le problematiche dell'isolamento degli edifici esistenti, le proposte di soluzioni tecnologiche e l'analisi di casi specifici.

Klimahouse infine ospiterà il 26 gennaio 2007 una giornata di intermediazione tecnologica transnazionale dedicata alle tecnologie innovative nei settori della bioedilizia, delle energie rinnovabili, del monitoraggio e della salvaguardia dell'ambiente.

La 24ª edizione di Cersaie chiude con tre record

Un'edizione di Cersaie che supera tre record. Il Salone internazionale della ceramica per l'architettura e l'arredo bagno, svoltosi dal 26 al 30 settembre scorsi, ha registrato il nuovo record dei visitatori totali, degli operatori stranieri partecipanti alla manifestazione, dei giornalisti accreditati.

Sono stati 90.949 i visitatori che hanno affollato i padiglioni della Fiera di Bologna nei cinque giorni della manifestazione. Rispetto all'edizione 2005, la crescita è stata del 2,7% e questo rappresenta il nuovo record della rassegna da quando la manifestazione viene svolta su cinque giorni.

Una manifestazione che, in questa edizione, ha rafforzato il proprio carattere internazionale. Infatti, se dei 1061 espositori provenienti da 32 paesi ben 211 sono esteri, altrettanto significativa è stata la presenza di operatori professionali provenienti da oltre confine: 26.411, in crescita del 6,9% rispetto ai 24.711 del 2005. Un dato che porta al 29% la quota dei visitatori provenienti da oltre confine, il più alto tra le manifestazioni realizzate a Bologna e ai primi posti a livello nazionale.

Terzo record è quello che riguarda i giornalisti e gli operatori dell'informazione. Per la prima volta dalla sua prima edizione, Cersaie ha superato quota 600 (per la precisione 604), giornalisti accreditati. In crescita sia la componente italiana, passata da 321 a 334 (+4%) che quella estera, che dai 259 dell'edizione 2005 è arrivata ora a 270 (+4,2%).

Un Cersaie, dunque, all'insegna della positività, che guarda già alla prossima edizione, che si terrà a Bologna dal 2 al 6 ottobre 2007. Un'edizione speciale perché coinciderà con la 25ª della sua storia: un ricco calendario di eventi celebrerà l'anniversario.

Distribuzione non food in Italia

Burro, yogurt, gelato, latte alimentare

Agra, Roma, 2006, pp. 920, euro 80,00

Un annuario fondamentale per tutti gli operatori della distribuzione non alimentare (per la distribuzione alimentare Agra pubblica un altro annuario apposito).

Sarebbe riduttivo considerare il volume un mero repertorio di aziende produttrici e distributrici di beni non alimentari: infatti ogni comparto merceologico è accompagnato da uno studio accurato sulle tendenze del settore, e a inizio del volume c'è uno scenario che delinea le prospettive di tutto il ramo distributivo.

Una risorsa tanto più importante in quanto istituti di ricerche quali Nielsen e Iri sono in genere poco attenti al non alimentare; pur non avendo pretese di esaustività assoluta, l'annuario è comunque utile non solo come mezzo di orientamento per i responsabili acquisti della distribuzione ma anche per enti pubblici, associazioni di categoria, imprese, università e istituti di ricerca che siano interessati ad approfondire le caratteristiche del comparto.

Philip Short
Mao
L'uomo, il rivoluzionario, il tiranno
Rizzoli, Milano 2006,
pp. XXIV-598 euro 28,00

La più completa biografia esistente di Mao Zedong, la cui vita è ripercorsa partendo dalle origini contadine e dall'infanzia confuciana fino alla morte, attraversando l'ascesa al potere e la Rivoluzione Culturale.

Noam Chomsky
America: il nuovo tiranno
Conversazione con David Barsamian
Rizzoli, Milano 2006,
pp. 210 euro 16,00

La tesi di Chomsky è che in politica estera gli Usa si comportano come un autentico "stato canaglia" alimentando guerre, riarmo e terrorismo.

Attraverso nove interviste emerge l'idea che solo con la riscoperta di un'autentica democrazia interna sarà possibile mutare rotta.

George Jonas
Vendetta
La vera storia della caccia ai terroristi di Monaco 1972
Rizzoli, Milano 2006,
pp. 480 euro 19,50

Sulla scia del film che Steven Spielberg ne ha tratto (*Munich*), è riproposto in nuova edizione un libro del 1984.

Jonas documenta l'esistenza di sicari filogovernativi israeliani per eliminare le figure coinvolte nell'attentato alle Olimpiadi.

Salone nautico di Genova: con la nuova Marina salite a oltre 400 le imbarcazioni esposte in acqua

Cresce del 9% la produzione italiana di unità da diporto

di Andrea Bigotti

Veduta aerea della Fiera di Genova

Al centro dell'attenzione del 46° Salone Nautico Internazionale di Genova (7-15 ottobre) c'è stata la nuova grande Marina, completata in soli diciotto mesi dall'Autorità Portuale di Genova, che ha fatto della fiera genovese uno dei *floating show* più importanti del mondo.

Circa 324mila presenze e uno straordinario valore del giro d'affari stimato: un miliardo di euro, vale a dire il 30-40% del valore della produzione annuale di imbarcazioni in Italia.

È stata un'edizione straordinariamente brillante che ha segnato una svolta strategica per la leadership internazionale della manifestazione, forte dei suoi 1650 espositori (+7% sul 2005), di cui il 36% esteri, e delle 2200 barche esposte (+9%), di cui 430 in acqua. Oltre il 60% delle barche esposte apparteneva alla fascia dei natanti mentre 76 erano navi da diporto tra i 24 e i 43 metri.

Dal punto di vista espositivo la Nuova Marina è stata sicuramente la principale attrazione del Salone, insieme al padiglione C, un vero "palazzo delle tecnologie" che quest'anno è stato prevalentemente dedicato all'accessoriato. Con l'acquisizione del nuovo specchio acqueo da 60mila m^2 (in aggiunta ai 40mila pre-esistenti), affiancato da un nuovo piazzale da 12.500 metri quadrati, il quartiere fieristico genovese è l'unico al mondo a offrire senza soluzione di continuità ampi spazi all'interno dei padiglioni, all'aperto, in acqua e all'aperto come quelli di grande respiro offerti dalla tensostruttura affacciata sulla Marina.

Grande soddisfazione è stata espressa da Paolo Lombardi, presidente di Fiera di Genova Spa, per aver messo a disposizione quest'anno la Marina realizzata a tempi di record: "La disponibilità della nuova Marina – ha sottolineato Lombardi – consentirà di programmare in collaborazione con Ucina anche altre manifestazioni legate alle economie del mare, che andranno a implementare il calendario fieristico insieme al filone di fiere progettate per promuovere le eccellenze economiche e settoriali del territorio."

Le opere marittime della nuova Marina sono state realizzate dall'Autorità Portuale di Genova con un finanziamento di quasi quaranta milioni di euro del Ministero delle Infrastrutture e Trasporti (che comprende anche la realizzazione di una darsena tecnica a servizio delle riparazioni navali); ulteriori interventi di infrastrutturazione sono stati realizzati da Fiera di Genova Spa per un importo di 5,6 milioni di euro.

Il complesso delle due Marine si compone di ventidue tra banchine e pontili, nove in più rispetto al 2005, per uno sviluppo lineare di 2,7 chilometri. I pontili galleggianti sono stati realizzati da Ingemar. Tra le novità anche le due banchine sui lati del canale di ingresso in sostituzione della darsena di Marina Due, eliminata nella nuova configurazione.

Un'industria trainante

Per il 2005 il valore della produzione italiana delle imbarcazioni di unità da diporto si è attestato attorno a 2,4 miliardi di euro con un incremento del 9%. Il contributo dell'industria nautica al Pil nazionale, comprensivo dell'indotto diretto, nel 2005 si attesta quindi sui 2,9 miliardi di euro.

Per quanto riguarda il livello occupazionale degli addetti del settore, si conferma per il 2005 la tendenza alla crescita dei posti di lavoro. Il numero complessivo degli addetti diretti della nautica è stimato in 12.000 unità.

L'Italia continua a essere forte esportatrice di imbarcazioni per la nautica da diporto, vendendo all'estero oltre il 60% del valore della produzione.

I costruttori italiani sono i primi nel mondo per numero di progetti di costruzione, con 260 ordini per il 2005 (più 4% rispetto al 2004); la produzione italiana è concentrata soprattutto nella produzione di imbarcazioni tra gli 80 e 100 piedi.

"La nautica – afferma il presidente di Ucina, Anton F. Albertoni – ha dimostrato di poter giocare un ruolo strategico nell'economia italiana, soprattutto per la capacità di creare indotto, e l'interessamento dei rappresentanti del Governo e della politica nazionale a questo Salone lo ha dimostrato. Il nostro impegno è, già da ora, quello di avviare un dialogo per un vero patto per la crescita."

errepi

EIMA INTERNATIONAL 2006

Nasce grande.

ESPOSIZIONE INTERNAZIONALE DI MACCHINE PER L'AGRICOLTURA E IL GIARDINAGGIO

Nasce grande già da questa prima edizione, per l'esperienza di Eima&EimaGarden, per l'importanza degli espositori e dei loro prodotti di assoluta innovazione. Per diventare il luogo d'incontro degli operatori e delle associazioni con le istituzioni e il mondo della ricerca per pianificare un futuro comune. Per la capacità di essere, da subito, un appuntamento biennale impossibile da mancare.

è un evento

UNACOMA

Bologna 15-19 novembre 2006

info: tel. (+39) 06 442981 - fax (+39) 06 4402722 - www.eima.it - eima@unacoma.it

Organizzata dalla Unacoma Service surl con la collaborazione di Bolognafiere spa BolognaFiere

UNACOMA eima international

Migliori, per forza.

Le *state fair* statunitensi: una tradizione lunga 160 anni

State fairs in the Usa: a 160 years long tradition

di/by Giovanni Bechis

Negli Stati Uniti, la storia delle *state fair* – le grandi fiere che si celebrano ogni anno, da marzo a settembre, in ciascuno degli stati della federazione – è storia antica, che quasi si confonde con la nascita e la crescita di quel grande paese.

Si tratta, infatti, di appuntamenti irrinunciabili per gran parte degli statunitensi da circa centosessanta anni. Per trovare le origini delle fiere di stato e di contea negli Usa possiamo risalire addirittura al 1807, quando Elkanah Watson, un facoltoso agricoltore e uomo d'affari del New England, espose il suo gregge di pecore nella piazza di Pittsfield, in Massachusetts.

Accanto all'esposizione di bestiame troviamo, agli albori di molte *state fair,* la celebrazione del raccolto e dei prodotti della terra in generale. Anche per questo la maggior parte si concentra all'inizio dell'autunno, spesso in coincidenza con la festa del lavoro, che negli Usa tradizionalmente si festeggia il primo lunedì di settembre. Oggi l'anima agricola delle fiere è ancora ben presente, soprattutto negli stati tradizionalmente rurali, ma nel corso degli anni le fiere di stato sono diventate eventi straordinariamente popolari: le più grandi possono essere visitate da più di un milione di visitatori nell'arco di una o due settimane.

Nei primi decenni le principali attrazioni erano i concorsi per il bestiame, l'esposizione di prodotti della fattoria – non necessariamente per la vendita – e le competizioni in categorie come l'artigianato manuale. Ora, invece, ciò che attrae maggiormente i visitatori è un tipo di intrattenimento più spettacolare e rumoroso, ma quanto mai efficace: luna-park, musica, gare di forza e abilità, ecc. Insieme a questo genere di divertimento è determinante l'occasione di mangiare bene e a prezzi accessibili.

Buon cibo e molte sfide

Vale la pena di soffermarsi sull'aspetto culinario, uno dei più importanti in qualsiasi stato. Oltre alla possibilità di assaggiare le specialità tipiche di una regione o di lanciarsi nella cucina etnica, il clou di ogni fiera sotto questo aspetto sono le gare di ricette. La loro tradizione è vecchia quasi quanto le fiere stesse.

Originariamente nella competizione si esibiva il meglio del cibo e delle ricette locali. Negli ultimi anni è entrato in scena il business, e la sponsorizzazione di gare di ricette è diventata molto diffusa nelle fiere in giro per l'America.

Naturalmente le aziende premiano con generosità le ricette originali che contengono i loro prodotti. Le gare di ricette erano tradizionalmente considerate una competizione femminile, ma ormai sono cresciute enormemente in popolarità e vi partecipa chiunque voglia confrontarsi con questa longeva tradizione americana, senza differenza di genere.

Nelle gare di ricette come nelle altre competizioni i premi sono generalmente accordati secondo un nastro di un determinato colore: blu per il primo posto, rosso per il secondo, bianco per il terzo e così via. Le competizioni che si possono trovare alle *state fair* sono tra le più varie e incredibili, come quella dello sputo di seme di ciliegia nella ***Montana state fair***. I partecipanti spesso hanno vinto nella loro categoria alle fiere di contea: anche per questo le fiere di stato si confermano l'evento più importante di una vasta area.

Le principali *state fairs*

L'occasione di svago offerta dalle *state fair* è, come abbiamo detto, un'abitudine radicata negli statunitensi, ed esiste persino un film che ne cattura la tipica atmosfera. Si tratta di *State Fair* (1962), con Pat Boone e Ann-Margret, una commedia romantica ambientata nei giorni della fiera dell'Iowa. Dando un'occhiata alle fiere di maggior interesse, si può citare la ***Minnesota state fair***, una delle più importanti per longevità – la prima edizione risale al 1859 – e seguito di pubblico (1.680.579 visitatori nell'edizione del 2006). Non sono poche, comunque, le fiere di stato fondate intorno alla metà del XIX secolo, come quelle di North Carolina, New York, California, Georgia, Illinois, Michigan e Ohio.

Merita una menzione anche la ***State fair of Texas***, considerata la maggiore degli Stati Uniti (circa tre milioni di visitatori ogni anno), con la più grande ruota panoramica del Nord America. E non bisogna neanche dimenticare che in alcuni stati si tiene più di una *state fair*, vista la ragguardevole estensione del territorio. Per fare un paio di esempi in Texas troviamo anche la ***South Texas state fair*** e nel Wisconsin esistono addirittu-

ra tre *state fairs* (***Central Wisconsin, Northern Wisconsin*** e ***Wisconsin state fair***). Ma anche stati decisamente più piccoli e con una tradizione non così consolidata come le Hawaii hanno la loro fiera di stato.

La *state fair* è in definitiva un'istituzione americana, nel solco della vocazione spesso tradizionalista di questa nazione, che oggi si propone principalmente come forma di divertimento, ma che continua a ispirare questo popolo nella riscoperta delle proprie radici e di un'eredità culturale varia e significativa.

In the USA, the history of state fairs – the big fairs taking place every year from March to September, in each of the federated states, is an ancient one, which nearly merges into the birth and the growth of that big country.

Indeed, it's an event that cannot be renounced by most part of americans for about a hundred and sixty years. The origins of state and county fairs in USA date back to 1807, when Elkanah Watson, a wealthy New England farmer and businessman, showcased his sheeps in the public square of Pittsfield, Massachusetts.

Togheter with livestock exhibition, we find at the beginning of most of state fairs the celebration of harvest and dairy products in general. Also for this reason most fairs take place at the beginning of autumn, often concurrently with labor day, wich in the United States is traditionally celebrated on the first Monday in September.

Nowadays fairs have still an agricultural core, especially in states with a strong rural tradition, but throughout the ages they have grown into enormously popular events. Large fairs can see more than a million visitors in a week or two.

In the first decades, the main attractions were the livestock contests, the display of farm products which were not necessarily for sale, and the competitions among fair goers in such categories as handicraft. Now there is a kind of more spectacular and louder entertainment, a very incisive one, wich has a great appeal among visitors: fun-fair, music, tests of strength and skill, etc. Along with these opportunities of fun, great and affordable dining is very outstanding at the fairs.

Good food and contests

Food is important in all state fairs. Besides the possibility of tasting regional specialties and try ethnic ethnic delights, the apex of every fair, in this range, are recipe contests. His tradition is almost as old as the fairs themselves. The contests originally showcased the best of locally-grown food as well as the best local recipes. In recent years business has made the scene and sponsoring of recipe contest has become popular at fairs across America. Of course, the companies award generous prizes for original recipes featuring their products. Recipe contest used to be considered a women's competition, but now they have grown a lot, so to include everyone wanting to compete with an old american tradition.

In recipes contests, as well as other competitions, awards are generally given according to a specific coloured ribbon: first place – blue, second place – red , third place – white and so on. At the state fairs we find the most various and incredible contests, such as the cherry seed spitting contest at the **Montana state fair***! And the competitors have won in their categories at the more-local county fairs: also for this reason, state fairs are the biggest event in a wide area.*

Tha main state fairs

As we said before, the entertainment offered by state fairs is a deeply-rooted habit among americans, and there is even a movie which captures this typical atmosphere. It's "State Fair" (1962), starring Pat Boone and Ann-Margret, a romantic comedy set during the **Iowa fair**. *Glancing through the most interesting fairs we can mention the* **Minnesota state fair**, *one the most long-lived – first edition is in 1859 – and popular (1.680.579 visitors in 2006).*

Anyway, there are quite many state fairs founded in half nineteenth century, such those of North Carolina, New York, California, Georgia, Illinois, Michigan e Ohio.

The **State fair of Texas** *deserves a mention as well, as the largest state fair in the United States (with approximately three milions visitors per year), with the largest ferris wheel in North America. And we must not forget that in some states more than one state fair are held, due to the extension of the territory. For instance, in Texas there is also the* **South Texas state fair**, *and in Wisconsin there are three state fairs (***Central Wisconsin**, **Northern Wisconsin** *and* **Wisconsin state fair***). Even smaller states without a long tradition, such as Hawaii, have his own state fair.*

Finally, this event is an american institution, following the strong folk vocation of this country, that at present is mainly an opportunity for fun, but is continuing to inspire this people to discover his roots and his wide and meaningful cultural heritage.

EXIT 25

exportitalia

100% Made in Italy

UNA PORTA APERTA
SUL MERCATO INTERNAZIONALE

IL SALONE
INTERNAZIONALE
DELLA MODA

PROSSIMA EDIZIONE
24-25 NOVEMBRE 2006
TIAPOINT BOLOGNA
COLLEZIONI A/I 2007-2008

UPCOMING DATES 24-25 NOVEMBER 2006
TIAPONT BOLOGNA
2007-2008 FALL/WINTER
FASHION COLLECTIONS

CNA

FEDERMODA

info at:
CNA Servizi Bologna s.c.r.l
Viale Aldo Moro, 22 40127 Bologna TEL. + 39 051 299331 FAX + 39 051 359902
e-mail: modaimco@bo.cna.it www.bo.cna.it/exit

EXIT-exportitalia festeggia la 25ª edizione

Ripercorriamo le tappe della manifestazione con Benedetta Rasponi, presidente di CNA Federmoda Bologna dal 2001 e attuale vicepresidente di CNA Bologna

Benedetta Rasponi

Benedetta Rasponi è un'imprenditrice del settore moda. Ha visto nascere la fiera EXIT-exportitalia e ha assistito alla sua importante crescita fino a oggi.

Signora Rasponi, ci parli di EXIT-exportitalia.

Exit-exportitalia è una fiera storica. È nata a Bologna nel 1994 come uno show room della moda ed è arrivata con successo alla 25ª edizione, che si terrà venerdì 24 e sabato 25 novembre al Tiapoint Centergross di Bologna, padiglione 32.

Quali sono le caratteristiche della fiera?

È una fiera dove espongono aziende di piccola e media dimensione con un prodotto medio-fine, provenienti da tutta Italia. È rivolta al mercato nazionale e internazionale ed è un ottimo trampolino di lancio per i mercati esteri.

Ci può dare un quadro dell'andamento dell'ultima edizione di maggio scorso?

A maggio si è svolta la 24ª edizione, con la presentazione delle collezioni primavera/estate 2007. Vi è stato un vistoso aumento dei visitatori e dei contatti conclusi dalle aziende.

L'aumento complessivo dei visitatori è stato del 28% rispetto alla 22ª edizione, tenutasi nel 2005, dedicata alla stessa stagione, e del 18% rispetto alla 23ª edizione, sempre del 2005, dedicata alle collezioni autunno/inverno 2006-2007.

Interessante l'incremento di quattro punti percentuali dei visitatori provenienti dall'Europa; in aumento soprattutto greci, spagnoli e portoghesi, mentre per i mercati francese e tedesco vi è stato un interessante ritorno; il Giappone ha confermato i suoi soliti ottimi numeri e l'Italia è risultata in leggero incremento.

Su quali mercati punta oggi EXIT-exportitalia?

EXIT-exportitalia punta a richiamare e sviluppare il mercato europeo e tende ad acquisire nuovi mercati come Russia, Cina, Medio Oriente.

Quali sono i progetti di sviluppo della fiera?

Consolidare l'immagine su nuovi mercati internazionali promuovendo l'evento verso i maggiori gruppi di acquisto orientati a un prodotto interamente realizzato in Italia; effettuare una sempre più accurata selezione degli espositori in base al prodotto; costruire importanti eventi collaterali; attivare anche la promozione del sistema territoriale bolognese in modo da dare un'offerta complessiva agli operatori esteri.

Su cosa punta più in generale CNA, che fin dalle origini organizza EXIT-exportitalia, per rivitalizzare il settore moda?

Puntiamo a sostenere il *Made in Italy* attraverso varie azioni di supporto alla promozione delle imprese italiane, e in particolare delle nostre piccole e medie imprese.

Sul fronte internazionale l'associazione si sta impegnando per l'introduzione del marchio di origine obbligatorio per le produzioni extra-UE.

Si ritiene ancora vitale lavorare per l'ampliamento dei mercati esteri e, nei confronti dei prodotti dei mercati emergenti, è urgente impegnarsi per l'abbattimento delle barriere tariffarie e non tariffarie.

C. B.

ARTIGIANATO ARTISTICO
di ispirazione religiosa
di Titti Carta
il quadratino editore

Una monografia
nata da una ricerca promossa
dal settore Artigianato Artistico
della Confartigianato Nazionale
e dalla BNL
sull'artigianato artistico
di ispirazione religiosa

Una realtà poco conosciuta
di ottimo livello
artistico e creativo
fischietti-motivi religiosi
acquasantiere-rosari-statuine
presepi-immagini-altari-vetrate
oggetti preziosi in
ceramica-legno-metallo
vetro-cartapesta-tessuto
mosaico-intreccio
pietra-marmo
oro e argento

La pubblicazione
riccamente illustrata
(450 fotografie)
è in formato cm. 23x30
168 pagine stampate a più colori
su carta patinata da 170 gr/mq
copertina cartonata
con impressioni in oro
sopraccoperta a colori plastificata

Prezzo di vendita al pubblico
€ **31,00** (iva compresa)

BUONO D'ORDINE RISERVATO AI NOSTRI LETTORI

Compilare la cedola e spedire a EDIZIONI IMAGO INTERNATIONAL s.r.l. *(unitamente alla fotocopia del versamento se c/c postale)*
Corso Indipendenza, 6 - 20129 Milano - tel. 02.70009474/80 - fax 02.71092112 - info@edizionimago.com

❑ Prenoto n. ..... copia/e di **ARTIGIANATO ARTISTICO di ispirazione religiosa**, che ritirerò personalmente presso la sede di Milano, C.so Indipendenza 6, al prezzo speciale di € **21,70** anziché € **31,00**

❑ Vogliate spedire all'indirizzo sotto indicato n. ..... copia/e di **ARTIGIANATO ARTISTICO di ispirazione religiosa** al prezzo speciale di € **26,00** anziché € **31,00**

PAGAMENTO ❑ in contrassegno, al ricevimento della merce (valido solo per l'Italia)

❑ mediante versamento anticipato sul c/c postale n.18160242 intestato a EDIZIONI IMAGO INTERNATIONAL

❑ con assegno bancario allegato alla cedola o CARTA DI CREDITO (Carta Sì - Visa - Eurocard - Mastercard)

N..... Scadenza.....

Nome Indirizzo

Cap Città

Telefono Fax

Data Firma

Garanzia di riservatezza: ai sensi della legge 675/96, la *Edizioni Imago International s.r.l.* garantisce la riservatezza dei dati e la possibilità di modificarli o cancellarli con richiesta scritta indirizzata all'ufficio trattamento dati personali della casa editrice

Fidanzia Sistemi: soluzioni per comunicare

Da oltre quarant'anni l'azienda pugliese trasforma le idee in progetti e i progetti in successi: è il risultato della costante sinergia tra professionalità delle risorse umane e applicazione delle più avanzate tecnologie. Completamente rinnovato il sito web aziendale

Un gruppo di lavoro costituito da 60 dipendenti e oltre 50 collaboratori esterni e un insediamento industriale di circa 12.500 m², composto da uffici, reparti di progettazione, grafica e produzione, permettono alla Fidanzia Sistemi di offrire sempre soluzioni che interpretano e soddisfano pienamente le esigenze, anche le più disparate, sia di Enti nazionali e internazionali sia di piccole realtà produttive operanti su micromercati.

Tre sono i settori aziendali: l'**Exhibition Design**, con la progettazione e la realizzazione dell'esposizione come forma di comunicazione coordinata attraverso la realizzazione di allestimenti per fiere, grandi padiglioni, piccoli stand e per congressi, convention, mostre ed eventi; la **Comunicazione Esterna**, con la gestione degli impianti pubblicitari, anche di grandi dimensioni, ubicati lungo le strade e nei pressi dell'aeroporto e del porto di Bari, così come nelle aree interne ed esterne degli altri principali aeroporti pugliesi; i **Services for Communication** con la cura e il coordinamento di servizi riservati ai clienti che affidano alla Fidanzia Sistemi anche le attività di comunicazione.

Ogni singola attività si svolge nel rispetto delle normative in materia di sicurezza del lavoro e tutela dell'ambiente. L'azienda ha conseguito, già da qualche anno, le certificazioni di qualità e di gestione del sistema ambientale, rispettivamente secondo le norme UNI-EN ISO 9001:2000 e UNI-EN ISO 14001:1996, rilasciate dall'ente di certificazione internazionale DNV.

"La scelta di erogare servizi di qualità particolarmente impegnativi – sottolinea l'amministratore unico, Tommaso Fidanzia (nella foto in alto a destra, *ndr*)– è ampiamente premiata dal consolidamento delle partnership commerciali con la quasi totalità dei clienti, che evidentemente riconosce all'azienda la capacità di essere sempre affidabile."

Nello scorso esercizio il volume d'affari è stato di circa 9,5 milioni di euro e ha confermato il trend positivo che ha caratterizzato i risultati economici degli ultimi anni: +10% rispetto al 2003 e +30% rispetto al 2002. "Sempre nell'esercizio chiuso al 31/12/2005 – evidenzia il dottor Paolo Brizzi, responsabile dell'area amministrativa – si è registrato il consolidamento dei più rilevanti indici di bilancio, tra cui il ROI (return on investment) attestatosi al 18% e il ROE (return on equity) vicino all'11%."

È recente la decisione di affidare all'autorevole PricewaterhouseCoopers Spa l'incarico di revisione contabile volontaria dello stato patrimoniale al 31/12/2005, con l'obiettivo di verificare che l'ultimo bilancio sia stato redatto con chiarezza e rappresenti in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria.

I due terzi degli introiti sono generati dalle progettazioni e realizzazioni fieristiche e congressuali, attività dirette dall'ingegner Vincenzo Foschi col supporto di un affiatato team di giovani progettisti e designer, coordinati da Francesco Pisani, i quali, con l'utilizzo di software bidimensionali e tridimensionali, realizzano anche simulazioni virtuali.

In grande crescita il fatturato maturato dalla comunicazione esterna, che beneficia della partnership con la IGPdecaux, leader europeo del settore, e del più recente accordo con la società Aeroporti di Puglia Spa circa la concessione decennale degli spazi pubblicitari interni ed esterni agli aeroporti pugliesi, per oltre 4000 m². "Lo sviluppo qualitativo degli scali pugliesi – afferma Monica Fidanzia, responsabile del settore – ci assicura risposte molto positive dai nostri clienti e ci permette di collocare la maggior parte degli impianti per periodi non inferiori ai tre anni."

Nel 2007 l'azienda punterà ad ampliare e migliorare anche la già interessante proposta pubblicitaria dello scalo marittimo barese che, grazie ai traghetti e alle nuove navi da crociera, ospita un elevatissimo numero di viaggiatori, in costante crescita rispetto a quello registrato negli anni scorsi.

Particolare attenzione è stata dedicata ultimamente al restyling del sito **www.fidanzia.it**.

L'elaborazione del progetto ha comportato, dopo un'attenta analisi, la definizione di una particolare struttura utile a offrire agli internauti uno strumento funzionale, innovativo e coerente con gli obiettivi della comunicazione che da anni l'azienda adotta.

Il sito si caratterizza per il perfetto equilibrio tra elementi grafici e testi, utilità e informazioni, interattività e collegamenti e, soprattutto, per l'ampia modificabilità delle sue quattro sezioni.

Nelle oltre 1000 pagine trovano spazio le notizie e le fotografie riguardanti i congressi medici e politici, le conferenze istituzionali, le mostre d'arte contemporanea e d'architettura, nonché gli allestimenti realizzati per conto di autorevoli enti e prestigiose aziende nelle principali fiere in Italia, Cina, Francia, Germania, India, Inghilterra e Svizzera.

Amaro Lucano, Anas, Aqp, Carat Italia, Edindustria, Enel, Ferrovie dello Stato, Finmeccanica, Global Media, Lottomatica e Poste Italiane sono alcune delle aziende che formano l'attuale portfolio clienti. La Fidanzia Sistemi aderisce a Confindustria, Consorzio Arredo Urbano, Asal, Aicap e Italcongressi.

A.G.

Marilù S. Manzini

Il quaderno nero dell'amore

Rizzoli, Milano 2006
pp. 336, euro 15,00

Tre personaggi annotano in un quaderno le loro attività erotiche: Paola è un'aspirante giornalista sportiva che si concede a chiunque pur di fare carriera; Maria Vittoria progetta interni e ha un fidanzato noiosissimo; Riccardo ha un locale alla moda ed è un *tombeur de femmes*.

Uno sguardo impietoso e crudele, ma divertente, su un certo mondo vacuo ossessionato dall'esteriorità, anche se resta il sospetto che l'insistenza sul tema del sesso facile e trasgressivo abbia intenti per lo più commerciali.

Adriana Faranda

Il volo della farfalla

Rizzoli, Milano 2006
pp. 322, euro 17,00

Un libro che si riallaccia alla vicenda personale dell'autrice, anche se sotto la finzione romanzesca.

La Faranda infatti ci parla di come paradossalmente la prigionia possa restituire la libertà e racconta vite perdute incontrate in carcere. Hanno nomi di fiori ma sono zingare, tossicodipendenti, prostitute, ciascuna con una storia unica e dolorosa.

Michele Giuttari

Il mostro

Anatomia di un'indagine

Rizzoli, Milano 2006
pp. 360, euro 18,00

Giuttari, che dal 1995 al 2003 è stato capo della Squadra Mobile di Firenze, raccoglie in un volume documentato la vicenda giudiziaria relativa al mostro di Firenze.

La tesi del volume è che Pacciani non abbia agito da solo ma che sia esistita una squadra di "mostri" che lavorava su commissione, per qualcuno di insospettabile.

Tarun J Tejpal

L'alchimia del desiderio

Garzanti, Milano 2006
pp. 522, euro 18,60

Un romanzo erotico ambientato nell'India di oggi, che racconta le forze segrete che legano sesso, ambizione e amore.

Il diario di una sconosciuta, ritrovato per caso, sconvolge il rapporto tra un aspirante scrittore e la sua donna anticonformista.

Sullo sfondo, un paese in preda a profondi cambiamenti come l'India.

John Cornwell

Gli scienziati di Hitler

La scienza, la guerra e il patto con il diavolo

Garzanti, Milano 2006
pp. 560, euro 28,00

Il saggio ripercorre il rapporto tra scienziati e regime nazista: negli anni '30 la scienza tedesca fu all'avanguardia e la potenza del Reich fu anche tecnologica.

Le riflessioni di Cornwell, però, si estendono al rapporto tra tecnologie e strumenti di distruzione, tra scienza e potere: la ricerca, avverte l'autore, anche oggi rischia di essere asservita a interessi che le sono estranei.

Marco Travaglio

Montanelli e il cavaliere

Storia di un grande e di un piccolo uomo

Garzanti, Milano 2006
pp. 432, euro 9,50

Il rapporto tra Montanelli e Berlusconi attraversa un periodo cruciale della recente storia italiana, e viene ricostruito da Marco Travaglio con la consueta cura di documentazione.

Emerge pure la connessione non sempre virtuosa tra potere economico-politico e mondo dell'informazione, e con l'occasione si scandaglia anche la natura della borghesia italiana, primo destinatario dell'attività giornalistica di Montanelli.

Anselmo d'Aosta

La caduta del diavolo

Bompiani, Milano 2006
pp. 216, euro 9,50

Il *De casu diaboli* fa parte di una trilogia composta tra il 1080 e il 1085, che ha come tema centrale la rettitudine.

Questo saggio, riprodotto col testo latino a fronte, tratta il problema della rettitudine e della libertà in relazione alla caduta del diavolo. Satana è caduto per non aver voluto perseverare nella rettitudine e nella giustizia. I capitoli finali invece approfondiscono il problema del male.

Michel de Montaigne

L'esperienza

Bompiani, Milano 2006
pp. 264, euro 10,00

Considerato il saggio fondante dell'individualismo moderno, quest'opera montaigneana cerca di fondare un metodo basato sull'esperienza.

Lo sguardo filosofico, quindi, va rivolto all'unica cosa che realmente siamo in grado di sperimentare: l'io. L'edizione riporta il testo francese a fronte e un ricco apparato di note e bibliografico.

Giulio Giorello

Introduzione alla filosofia della scienza

Bompiani, Milano 2006
pp. 458 euro 18,00

Un volume rivolto a studenti e insegnanti e a tutti coloro che vogliano avvicinarsi allo studio dei rapporti tra scienza e filosofia, le quali per certi versi si sono intrecciate fin dall'antichità.

Una ricognizione dei principali problemi dell'epistemologia attraverso le tradizioni del '900, alla ricerca dei rapporti tra rami del sapere come matematica, scienze naturali e scienze sociali che in genere vengono divisi.

Paolo Sorcinelli

Avventure del corpo

Culture e pratiche dell'intimità quotidiana

Bruno Mondadori,
Milano 2006 pp. X-198 + 36 tavole ill., euro 15,00

Le cose più semplici e abitudinarie sono anche, stranamente, le meno studiate. Sorcinelli, che insegna Storia sociale all'Università di Bologna, ci regala un saggio interessante e curioso sulla storia dei gesti intimi quotidiani, legati al corpo come fonte di piacere e come entità materiale e organica.

Dal Medioevo all'800, il saggio riporta alla luce pratiche igieniche e sollecitazioni (o mortificazioni) delle "parti vergognose".

David Smith

Induismo e modernità

Bruno Mondadori, Milano
2006 pp. 340, euro 28,00

Uno studioso inglese illustra le caratteristiche salienti della religione induista, inquadrandole nel rapporto modernità/tradizione; dall'orientalismo in voga in Occidente alla questione femminile, dal nazionalismo indù al conflitto coi musulmani, emergono le contraddizioni e le ricchezze dell'India di oggi.

Enzo Lippolis

Mysteria

Archeologia e culto del santuario di Demetra a Eleusi

Bruno Mondadori, Milano
2006 pp. XII-340, euro 28,00

Nato da un ciclo di lezioni tenuto all'Università di Roma La Sapienza nell'a.a. 2004-2005, il volume mantiene un intento didattico-formativo, offrendo nel contempo nuove analisi sugli scavi archeologici di Eleusi.

La storia del santuario si intreccia col problema dell'azione rituale e religiosa.

54
Guida Monaci: relationship is business

55
Infosecurity e Storage Expo Italia: un 2007 all'insegna delle novità per l'evento b2b dedicato all'IT più importante in Italia

56
L'importanza della bandiera giusta
di Jacopo Arena

57
Il Macworld si espande
di Lorenzo Paparo

57
Tandberg: arriva Movi

IL PUNTO

Fiere informatiche tra luci e ombre

In un settore ad altissima competizione, nascono e muoiono nuovi eventi e la strategia vincente sembra quella di offrire momenti di incontro sempre più specializzati

Il database fieristico della Pianeta Srl, il più aggiornato e completo attualmente disponibile (**www.expofairs.com**), censisce nel mondo 710 fiere del settore informatico.

Si tratta di un segmento molto nutrito quindi, ma anche ad alta natalità e mortalità: basti pensare che solo nel 2004 risultano nati 33 eventi, 31 nel 2005, e per ora 16 nuovi nel 2006. Si registrano però anche elevati tassi di insuccesso, come mostrano le quasi 400 fiere del settore, in precedenza censite nel database e di cui non si trovano più notizie.

Per comprendere meglio questi dati occorre tenere presente che le caratteristiche di queste manifestazioni sono molto eterogenee.

Esistono per esempio fiere, d'ambito prevalentemente locale, che sono semplicemente un mercato di hardware e software. Il modello seguito dagli organizzatori, in tal caso, è quello di organizzare più eventi all'anno in molte località o, se in una stessa sede, a frequenza mensile. È un modello non molto praticato in Italia, che ha riscontro soprattutto in Benelux.

In realtà quando si pensa alla "fiera informatica" viene subito in mente un altro tipo di fiera, per es. il **CeBIT** di Hannover (prossima edizione 15-21/03/07) o lo **Smau** (più recente edizione 4-7/10/06). Si tratta d'eventi di dimensioni notevoli per spazi espositivi e numero di espositori e visitatori, che tendono a presentare il panorama completo del settore in tutte le sue sfaccettature: hardware e software, ma anche servizi informatici in senso lato e, soprattutto, tecnologie destinate al consumo.

In questo sta una forza e un limite di tali eventi: se infatti da un lato la gamma di prodotti è onnicomprensiva, gli operatori del settore tendono a soffrire sempre più il grado elevato di dispersione che comportano eventi progettati in questo modo.

Anche in questo caso i numeri ci vengono incontro: il CeBIT ha registrato negli ultimi anni un calo in termini di visitatori (2004: 489.230; 2005: 474.082; 2006: 450.000) e spazi espositivi (2003: 349.385 m^2; 2004: 312.557 m^2; 2005: 307.708 m^2; 2006: 292.327 m^2).

Smau, prima della nuova gestione Promotor International, aveva sofferto di problemi analoghi ora in parte risolti grazie a un più stretto controllo sugli accessi in fiera, volto ad assicurare solo quello degli operatori, e a un ripensamento del formato del salone. Il CeBIT invece ha intrapreso un'altra strategia per reagire: si esporta il salone al di fuori della Germania, con la nascita dei vari CeBIT Australia, CeBIT Asia, ...

Stabile, e anzi in lieve crescita, è invece il madrileno **Simo** (prossima edizione 7-12/11/06) che si giova evidentemente del buon andamento dell'intero settore fieristico spagnolo.

Al di là del caso singolo, occorre notare che in generale gli operatori del settore avvertono l'esigenza di eventi specializzati e pensati per le loro specifiche esigenze, quindi estremamente mirati su alcuni segmenti: un particolare aspetto come la sicurezza informatica, o un dato sistema operativo, o software, ...

Esemplare è in tal senso il successo di manifestazioni quali **Macworld** (prossima edizione a San Francisco, 8-12/01/07, vedi a p. 57) e – per restare in Italia – di **Infosecurity Italia** e **Storage Expo** a *fieramilanocity* dal 6 all'8 febbraio 2007 (vedi a p. 55).

Tutti eventi molto mirati, che proprio per questo incontrano successo sempre maggiore tra operatori ed espositori in cerca del contatto giusto che può fare la differenza in un settore dove la competizione si gioca su un'innovazione sempre più rapida e sfuggente.

Giampaolo Squarcina

Guida Monaci: relationship is business

Per vincere la sfida della crescita, il fattore critico di successo è la relazione di sistema. Ed è proprio la capacità relazionale che da oltre 136 anni si esprime col Sistema Italia, il tratto distintivo più marcato di Guida Monaci.

Da sempre, con passione e professionalità, Guida Monaci ascolta le esigenze reali delle imprese e delle istituzioni e le trasforma in fatti concreti, in servizi e prodotti orientati verso un solo obiettivo: la crescita del Sistema Italia.

Oggi le imprese e le istituzioni del Sistema Italia hanno bisogno di partner che condividano i loro obiettivi e le accompagnino verso il successo. Affiancandole ogni giorno, Guida Monaci ha colto le loro più concrete esigenze, le più intime aspirazioni, razionalizzato i loro veri bisogni.

Relazione, conoscenza, informazioni: questo è oggi Guida Monaci. Un vero e proprio partner, l'unico che integra in un tutt'uno organico le più significative conoscenze ed expertise nelle aree della comunicazione, della consulenza, della finanza, dell'internazionalizzazione.

Anche di recente, un panel di imprese intervistate da Bocconi – Unioncamere (*Imprese e Società dell'Informazione*, IOSI – Università Bocconi di Milano, 2006) ha riconosciuto Guida Monaci come partner di qualità ottimale nelle esigenze di marketing information.

Si configura dunque il profilo imprenditoriale di una nuova Guida Monaci: seria e concreta come sempre, dinamica, veloce e innovativa come pretende oggi il mercato. Relazione, conoscenza ed informazioni per fare Sistema e convergere verso il comune obiettivo.

Comunicazione & Data Management sono le attività che da sempre caratterizzano il fare di Guida Monaci. Partita dagli annuari, Guida Monaci oggi concretizza soluzioni innovative e vincenti nell'area della comunicazione b2b.

Studiando il mercato e le caratteristiche distintive dei target, predispone i database, individua le esigenze comunicative e le trasforma in prodotti editoriali concreti personalizzati. Soluzioni di comunicazione in movimento con una destinazione precisa: lo sviluppo.

Formazione e consulenza mirate anch'esse a un obiettivo preciso: affiancare imprese e istituzioni nel loro percorso di sviluppo. Oggi le nuove norme (Basilea 2) impongono di essere sempre più attenti alla comunicazione finanziaria, trasparenti verso il sistema del credito, affidabili nella predisposizione dei piani di business. Guida Monaci è il partner giusto per trasformare tutto ciò in una grande opportunità. Forte della sua leadership e della capacità relazionale unica, Guida Monaci è presente con le sue soluzioni in ciascun momento della vita aziendale.

Oggi ogni business, grande o piccolo che sia, ha l'obbligo di guardare al mondo come mercato. Anche per questo Guida Monaci ha sviluppato, insieme ai suoi partner, una serie di servizi che permettono anche alle Pmi di guardare con fiducia all'**internazionalizzazione** del proprio business.

Lungo un percorso che va dall'analisi delle esigenze dei mercati esteri fino alla vera e propria esposizione delle merci e dei servizi in loco, Guida Monaci ha predisposto una serie di concrete opportunità di fare, con lo scopo dichiarato di promuovere all'estero il made in Italy di qualità offerto dalle pmi. Sotto la protezione del marchio-ombrello Guida Monaci. Prima destinazione: Cina.

Informazioni: Guida Monaci Spa, Via Salaria 1319 - 00138 Roma
Tel. 068887777, Fax 068889996
web: www.italybygm.it
email: infoitaly@italybygm.it

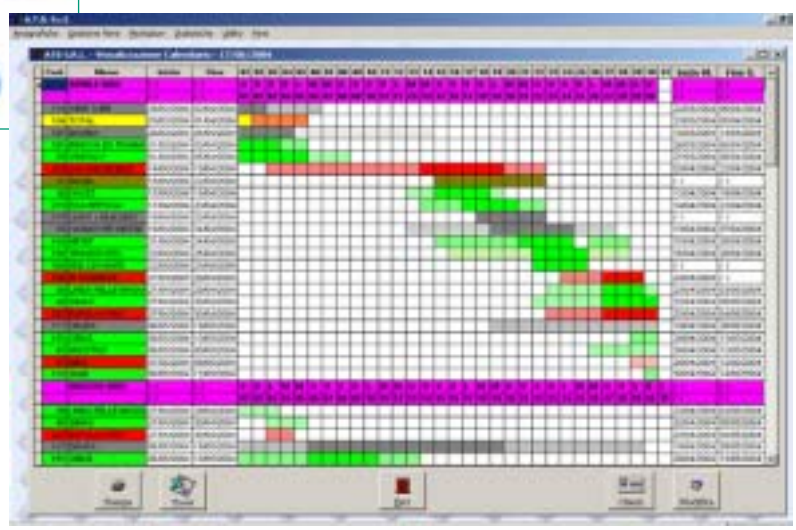
EXPOPLANNING

Il software gestionale per Allestitori Fieristici

www.expoplanning.it

Organizza al meglio il Tuo lavoro !

Grazie all'interfaccia intuitiva del programma è possibile conoscere in ogni momento con semplicità e immediatezza i carichi di lavoro dell'azienda nei vari periodi in cui si svolgono le manifestazioni.



Pianifica gli impegni e le risorse !

Attraverso l'utilizzo del calendario conoscerete in ogni momento quali stand dovranno essere realizzati e quali sono le risorse disponibili per realizzare il lavoro richiesto da ogni cliente, il costo di ogni singola operazione (montaggio, smontaggio, materiale, alberghi, trasferte etc) e il margine derivante da tutta l'organizzazione della fiera

ATB S.r.l. - Via Pesa del Lino, 2 - 20052 Monza (MI) - Email: info@expoplanning.it – Tel. 039/654078 - 039/6057431 - Fax: 039/2305035

Infosecurity e Storage Expo Italia: un 2007 all'insegna delle novità per l'evento b2b dedicato all'IT più importante in Italia

Si terrà a fieramilanocity dal 6 all'8 febbraio 2007 il più importante evento in Italia dedicato alla sicurezza informatica, alla gestione di dati e informazioni e a tutte le principali novità tecnologiche per le aziende e i privati.

Giunte alla settima edizione, Infosecurity e Storage Expo Italia 2007 si presenterà con una serie di interessanti novità, soprattutto in termini di ampliamento delle tematiche trattate e di coinvolgimento di partner di riconosciuta professionalità.

Una delle novità più significative riguarda (hi)Health&ICT®, un marchio itinerante ben noto agli operatori del settore, al quale è associato un evento dedicato all'approfondimento e alla diffusione di nuovi percorsi in tema di sanità elettronica (e-Health).

Novità in tema di salute e tracciabilità

L'area (hi)Health&ICT è stata studiata per attirare non solo l'interesse delle aziende e degli enti pubblici che operano a vario titolo e con competenze diverse nel settore della sanità, ma anche e soprattutto dei cittadini, sempre più interessati alla propria salute, alla sicurezza e alla riservatezza dei propri dati sensibili.

L'abbinamento con Infosecurity e StorageExpo permetterà quindi di organizzare convegni e workshop sui temi di maggior attualità.

La seconda, importante novità della prossima edizione di Infosecurity e StorageExpo si chiama **Trackability** – un marchio Reed Exhibitions portato in Italia da Fiera Milano International in collaborazione con Wireless – che rappresenta il primo evento nazionale dedicato all'industria della tracciabilità e dell'identificazione automatica.

Trackability non si focalizzerà su una specifica tecnologia

o su particolari mercati verticali, ma rappresenterà piuttosto un'occasione per avere una panoramica completa su conoscenze, tecnologie e prodotti per la tracciabilità.

Nel corso dell'evento sarà possibile confrontarsi sulle caratteristiche tecniche delle tecnologie di identificazione automatica, sugli ultimi sviluppi, sulle implicazioni legali e sulle principali offerte disponibili sul mercato.

All'interno di Trackability, i visitatori potranno partecipare a convegni altamente qualificati, visitare un'area espositiva innovativa con occasioni di dimostrazioni pratiche e simulazioni di tipo *hands-on experience*, e assistere ad attività formative e di certificazione su temi tecnologici, funzionali e normativi.

Grazie al contributo delle principali aziende del settore, verranno presentati i benefici in termini di visibilità delle informazioni all'interno di una *supply chain*, di rintracciabilità di prodotto e di lotta alla contraffazione.

Inoltre, un'innovativa superficie espositiva proporrà un viaggio fra i principali ambienti di utilizzo della tracciabilità, nei quali gli sponsor potranno ambientare applicazioni, prodotti e servizi, integrandoli fra di loro. La scelta di contestualizzare le nuove tecnologie in ambienti riconoscibili consentirà al visitatore di percepire al meglio la semplicità d'uso e i vantaggi immediati derivanti dall'adozione di soluzioni di tracciabilità.

Convegni e formazione

Le attività di formazione copriranno aspetti tecnologici, funzionali o normativi e saranno promosse e organizzate da partner italiani e stranieri. Infine, una novità per il mercato italiano: nel corso dell'evento, verranno organizzati test di certificazione internazionale su RF-ID, così come avviene da tempo durante i principali eventi internazionali del settore.

Per quanto riguarda il settore maggiormente legato alla sicurezza informatica e alla gestione dei dati, Infosecurity e StorageExpo hanno ampliato ulteriormente l'area congressuale che, da sempre punto di forza delle manifestazioni, sarà strutturata con un'agenda di incontri dedicata a temi di ampio respiro, sviluppati grazie a un connubio fra relatori istituzionali e *case history* aziendali.

L'obiettivo è quello di offrire un'occasione di supporto concreto a direttori di acquisto, top manager, amministratori delegati, direttori finanziari di imprese di tutti i comparti. Inoltre, l'area convegnistica prevede una rosa di convegni tecnici ideati per rispondere alle esigenze del pubblico di professionisti IT. Un calendario di incontri realizzato con la collaborazione delle associazioni di riferimento, come Clusit, Aipsi, Assintel, riviste tecniche di settore, istituzioni, università e centri di ricerca.

E ancora, momento di grande attrazione delle manifestazioni, l'area demo di *IT Security* proporrà anche nel 2007 un ricco programma giornaliero di sessioni tecniche con approccio *hands on,* simulazioni di attacchi e molto altro ancora, grazie alla collaborazione dei più importanti professionisti della sicurezza informatica che metteranno la loro esperienza al servizio del pubblico della manifestazione.

Infine, forte del successo del primo appuntamento sul territorio, che ha registrato oltre 600 presenze qualificate, Infosecurity e Storage Expo 2007 tornerà anche a Roma nel giugno del prossimo anno con un workshop di due giorni dedicato al mondo della Pubblica Amministrazione, delle istituzioni e delle grandi organizzazioni.

Gli aggiornamenti sono disponibili su: www.infosecurity.it, www.storage-expo.it, www.trackability.it

L'importanza della bandiera giusta

Dante Gentile, amministratore unico di Italbandiere, spiega ai lettori di Prisma le differenze tra una bandiera serigrafata e una bandiera ottenuta con la stampa digitale

di Jacopo Arena

Spesso bandiere e stendardi sono parte rilevante nell'allestimento di uno stand o di un ambiente congressuale: ma esistono diversi tipi di bandiera, e a volte si è portati a non prestarvi importanza.

Le bandiere, infatti, si possono produrre o con la serigrafia o con la stampa digitale. Per brillantezza e resistenza dei colori la serigrafia è decisamente superiore, e inoltre per quantità medio-grandi la serigrafia rappresenta spesso anche la scelta più economica.

Nel caso di quantità minime o pezzi unici, la stampa digitale è invece il metodo più a buon mercato. Occorre però che il cliente abbia ben chiare le caratteristiche, pregi e difetti, di ogni soluzione.

"Io non sono contro il digitale – spiega Dante Gentile – ma ci tengo a rimarcare la qualità superiore della bandiera serigrafata. È vero che la stampa digitale stampa su ogni supporto (carta, tessuti, ecc.) ma è in realtà una stampa monofacciale, dal punto di vista qualitativo. Una stampa bifacciale di qualità è possibile solo con la serigrafia."

"Per fare un esempio – prosegue Gentile – se uno stampatore ha macchine nuovissime, da un lato mancano comunque dai tre ai cinque punti alla precisione dei colori, e sull'altro lato ne mancano dai 10 ai 15: sulle tonalità rosse e rosa, tanto per dire.

Se lo stampatore ha macchine obsolete, invece, il risultato è peggiore perché su un lato mancano dai 10 ai 15 punti e sull'altro anche oltre 20. Per questo è importante che chi acquista bandiere stampate con metodi digitali sappia che il risparmio si traduce in una durata e resistenza minore della bandiera, oltre che in una resa cromatica inferiore."

Italbandiere
Loc. Piana Piccola 1
Villa Vomano
I-64100 Teramo
Tel. +39 0861329566
Fax +39 0861319516
www.paginegialle.it/italband

PRISMA | PIANO EDITORIALE 2007

Gennaio	SFI Sistema Fiere-Congressi Italia Costruzioni, Impianti, Terme, Horeca
Marzo	Mice, Turismo Enogastronomia, Natura, Benessere
Giugno	SFI Sistema Fiere-Congressi Italia Arte, Artigianato, Casa-Arredo, Regalo, Gioielli, Antiquariato
Ottobre	Mice, Turismo Enogastronomia, Natura, Benessere Arte, Artigianato, Casa-Arredo, Regalo, Gioielli, Antiquariato
Dicembre/Gennaio	SFI Sistema Fiere-Congressi Italia Costruzioni, Impianti, Terme, Horeca

CHI GUIDA HA BISOGNO DI STRUMENTI LEADER

Prisma è la rivista di riferimento per operatori del settore fieristico-congressuale

www.expofairs.com/prisma
ABBONATI ORA!
scrivi a: ad@expofairs.com

TIRATURA 42.000 COPIE

Il Macworld si espande

di Lorenzo Paparo

Moscone Center (San Francisco)

Il Macworld, la cui prossima edizione è prevista al Moscone Center di San Francisco dall'8 al 12 gennaio 2007, si espande con una nuova sezione, denominata *Macworld Digital Lifestyle Experience*.

Ogni tecnologia mostrata in quest'area fornirà formazione ad alto livello, e dimostrazioni dal vivo, sui modi in cui possono essere usati gli strumenti di Mac OS X.

Queste attrattive, messe in mostra nel padiglione Nord del Moscone Center, sono parte di una logica di espansione del salone con nuovi espositori e nuove caratteristiche formative.

Ciascuna delle esperienze possibili per il visitatore darà modo di aiutarlo ad accrescere le sue abilità e il sue grado di utilizzo delle ultime tecnologie.

Tutto ciò grazie all'incontro con esperti i quali forniranno risposte, suggerimenti, tecniche e dimostrazioni.

La *Macworld Digital Lifestyle Experience* comprenderà aree dedicate alla fotografia digitale, al video editing e alla produzione musicale.

"Lo scopo della Macworld Digital Lifestyle Experience è mostrare come gli strumenti e le tecnologie di Mac OS X possono mettere in grado gli utenti di esprimere loro stessi, e di comunicare e di creare, sia che si tratti di scattare fotografie e condividerle sia che si tratti di manipolare video o di comporre, registrare e riprodurre musica", dice Paul Kent, vicepresidente del Macworld.

Tandberg: arriva Movi

Essere seduti in un bar o in un aeroporto e, con un clic, collaborare in video dal proprio laptop con un collega dall'altra parte del mondo. Collegare l'intera azienda con un video pc senza toccare il computer di nessun dipendente.

Tandberg annuncia Movi, la prima soluzione del suo genere che rende tutto questo possibile. Movi permette infatti di beneficiare della comunicazione visiva basata su pc ovunque, e in qualunque momento, senza prendere un appuntamento col consulente informatico.

Movi è un'applicazione video *server-based* per il mercato aziendale. Gli utenti possono lanciare le videochiamate in tre modi: cliccando su un invito a un meeting, su un link permanente nell'intranet aziendale oppure su un indirizzo della rubrica Movi. Bastano una webcam, un microfono, casse e un pc connesso all'internet. Movi fa tutto il resto, mettendo in comunicazione gli utenti in video nella finestra Movi.

Movi è gestito centralmente via web e non richiede l'installazione in locale di software, aggiornamenti, diagnostica: è molto più semplice di altri strumenti.

Movi è attualmente in fase di test da clienti Tandberg e sarà disponibile nel secondo trimestre del 2007.

www.tandberglaunchpad.com

C. INT. TRIBERTIS Srl
Noleggio Coperture
Strada Garbagna 9
I-15058 Viguzzolo AL
Telefono e Fax 0131/899159
Cellulare 347/4722330 348/3106023
info@tribertiscoperture.it
preventivi@tribertiscoperture.it

D'ARTIGIANATO tra arte e design

La prima rivista internazionale dedicata alla creazioni di artigianato artistico

The first international magazine dedicated to the artistic handicrafts

4 numeri all'anno rivolti ai compratori e agli appassionati della grande tradizione artigianale italiana. I temi trattati esplorano la grande area culturale delle arti applicate, dall'arte al design, sotto l'aspetto di continuità e di rinnovamento e spaziano dalle grandi mostre ai profili di artigiani-artisti, centri di produzione, progetti e territori, materiali e tecniche, artigianato e ambiente, artigianato nel mondo.

4 issues a year addressing buyers and lovers of the great Italian handicraft tradition. The topics dealt with explore the great cultural area of the applied arts, from art to design, considered from the point of view of continuity and renewal, and span from major exhibitions to profiles of craftsmen-artists, production centres, projects and territories, materials and techniques, handicrafts and environments, as well as handicrafts around the world.

Compilare la cedola e spedire a/*Please fill in the form and send to:* **EDIZIONI IMAGO INTERNATIONAL S.r.l.**
Corso Indipendenza, 6 - 20129 Milano - tel. +39(0)2.70009474 fax +39(0)2.71092112 **info@edizionimago.com - www.ArtigianArteDesign.it**

DESIDERO ABBONARMI ALLA RIVISTA **D'ARTIGIANATO tra arte e design** *I WOULD LIKE TO SUBSCRIBE TO THE MAGAZINE* **D'ARTIGIANATO tra arte e design**

❑ ANNUALE (4 numeri) € 25,00 (Italia)
ONE YEAR (4 issues) € *40,00 (other countries)*

❑ BIENNALE (8 numeri) € 45,00 (Italia)
TWO YEARS (8 issues) € *75,00 (other countries)*

❑ Artigiano ❑ Artista ❑ Designer ❑ Architetto ❑ Hobbista ❑ Altro

PAGAMENTO / *PAYMENT*

❑ assegno allegato intestato a EDIZIONI IMAGO INTERNATIONAL S.r.l.
enclosed cheque made out to EDIZIONI IMAGO INTERNATIONAL S.r.l.

❑ c/c postale n. 18160242 intestato a EDIZIONI IMAGO INTERNATIONAL S.r.l.

❑ CARTA DI CREDITO / *CREDIT CARD* (Carta Sì - Visa - Eurocard - Mastercard)

N. Scadenza/*Expiry date*

Nome/*Name* Indirizzo/*Address*

Cap/*Postcode* Città/*Town* *Country*

Telefono/*Phone* Fax e-mail

Data/*Date* Firma/*Signature*

NB Si prega di scrivere in stampatello • *Please write in block capitals*

Garanzia di riservatezza: ai sensi della legge 196/2003 (art. 7 e 13), la *Edizioni Imago International S.r.l.* garantisce la riservatezza dei dati e la possibilità di modificarli o cancellarli con richiesta scritta indirizzata all'ufficio trattamento dati personali della casa editrice.

Charles King
Storia del Mar Nero
Dalle origini ai giorni nostri
Donzelli, Roma 2005,
pp. XX-300 euro 25,50

I territori che circondano il Mar Nero hanno in comune un ricco passato.

L'autore ricostruisce le numerosi connessioni che hanno fatto di quest'area un crocevia tra i più importanti del pianeta.

Massimo Alemanno
Le chiese di Roma moderna
Volume I. Il centro e i quartieri di Roma nord
Armando, Roma 2004,
pp. 160 euro 17,00

Una guida pensata per i non addetti ai lavori, corredata da molte foto.

Si mettono in luce opere di artisti e architetti nel periodo dal 1860 al 1960. È interessante per chi voglia partire in percorsi di visita inconsueti, dedicati a un'architettura considerata minore dalla critica – e perciò semisconosciuta – ma che evidenzia il rapporto tra manifestazioni artistiche ed eventi storici.

Massimo Alemanno
Le chiese di Roma moderna
Volume II. Quartieri Prati, delle Vittorie, Trionfale, Primavalle, Aurelio, Portuense, Gianicolense
Armando, Roma 2006,
pp. 144 euro 17,00

Secondo volume, dei quattro complessivamente previsti, dedicato alle chiese del rione Prati e del quadrante ovest di Roma.

SPECIALE
Mice - Turismo

Per gli organizzatori inglesi Imex è il top
According to UK organizers Imex is the top

di/*by* Jacopo Arena

Gli organizzatori di Imex celebrano una seconda vittoria dopo il trionfo dell'anno scorso, ottenuto nei premi annuali dell'Aeo, l'associazione britannica degli organizzatori fieristici. Già nel 2005 Imex aveva vinto il neonato premio Aeo *Best Visitor Experience Trade Show.*

Durante gli *Excellence Awards* 2006 dell'Aeo, svoltisi di recente a Londra, Imex è stato proclamato miglior salone professionale in una categoria altamente competitiva, che è aperta a diverse centinaia di potenziali fiere ed eventi d'altro tipo nel mondo.

Il presidente di Imex, Ray Bloom, ha espresso la sua gioia per il premio e ha reso onore alla squadra di professionisti che sta dietro il salone. Ha detto: "Avevamo grandi ambizioni su Imex quando siamo partiti quattro anni fa, e questo premio testimonia il lavoro che è stato fatto per soddisfarle. Comunque, la forza di Imex dipende molto anche dall'impegno e dalla professionalità dei nostri partner – il German Convention Bureau, che è l'organizzazione professionale più importante nel mondo, e i partner del progetto New Vision – e dalla nostra veduta d'insieme dell'industria."

Nel 2006, 3300 aziende da 150 paesi hanno esposto a Imex, che ha anche ospitato 3412 buyer e accolto oltre 4000 visitatori professionali. Per l'edizione del 2007 (17-19 aprile) le destinazioni emergenti, che hanno speranze di introdursi nel mercato Mice, possono candidarsi per un posto al salone secondo la formula *wild card* (le candidature vanno inviate entro il 15 novembre 2006).

La formula *wild card* di Imex consente alle destinazioni sottoesposte, che non hanno mai partecipato a fiere internazionali specializzate, di concorrere per uno dei quattro posti gratuiti a Imex 2007. Le destinazioni vincenti esporranno tutte insieme nel padiglione dedicato *Look to the Future*, che è promosso con forza prima e dopo il salone.

I vincitori ricevono dalla squadra di Imex anche il sostegno al marketing per un anno. Carina Bauer, direttore marketing di Imex, afferma: "Sappiamo quanto possa essere duro, per le destinazioni emergenti, irrompere nel mercato internazionale e noi ci impegniamo a sostenerle il più possibile. La formula *wild card* si è già dimostrata utile per diverse destinazioni lungo l'anno, e ciò è molto soddisfacente per tutti gli attori coinvolti."

Following last year's triumph at the British exhibition industry's prestigious Annual Awards, organizers of Imex, the leading exhibition for the global meetings, incentive travel and events industry, are now celebrating a second prominent win. In 2005 Imex was voted the first ever winner of a new Aeo Award for Best Visitor Experience Trade Show.

Imex was declared Best Trade Show at the 2006 Aeo (Association of Exhibition Organizers) Excellence Awards held in London recently in a highly competitive category, which is open to several thousand potential exhibitions and other events from around the world.

Imex Chairman, Ray Bloom, expressed his delight at the award and paid tribute to the talented team behind the exhibition. He said, "We set out with big ambitions for Imex when we launched four years ago and this award is testament to the work that's gone into trying to fulfil those. However, Imex's strength depends just as much on the commitment and professionalism of our partners – the world's leading trade associations, the German Convention Bureau and our New Vision partners – as it is does on our industry vision."

In 2006 3,300 companies, representing 150 countries, exhibited at Imex, which also welcomed 3,412 hosted-buyers together with more than 4,000 trade visitors. In 2007 edition (17-19 April) emerging destinations with high hopes of breaking into the global meetings, incentive travel or conference market are now being invited to apply for a free wild card place. To qualify, entries must be submitted by 15th November 2006.

The Imex wild card scheme allows underexposed destinations that have never previously exhibited at an international trade fair to compete for one of four free exhibition places at Imex 2007. Winning destinations all exhibit together in a dedicated Look to the Future *pavilion, which is strongly promoted prior to and during the exhibition.*

Winners also receive all-year round marketing support from the Imex team. Imex Marketing and Operations Director, Carina Bauer, says, "We know how difficult it can be for emerging destinations to break into the international market and we're committed to supporting them as much as possible. The Wild Card Scheme has already proved itself a useful launch pad for several new destinations over the years, which is very satisfying for everyone involved."

À gogo in Italia le fiere Mice-Turismo

Mentre in Europa, nei paesi leader, si consolida un numero limitato di eventi di punta, in Italia siamo ancora al proliferare d'iniziative diverse. Il parere di alcuni importanti operatori sul rischio della marginalizzazione nel settore del sistema Italia

di Giampaolo Squarcina

Se guardiamo al settore Mice-Turismo, la situazione del mercato fieristico europeo appare abbastanza tipizzata: nei paesi leader esiste un evento di punta per il comparto turistico e uno per quello congressuale, che fungono anche da catalizzatore per la relativa industria del paese. Le altre manifestazioni hanno un raggio d'azione eminentemente locale.

In **Germania** esiste una sorta di "binomio vincente" rappresentato dall'**Itb** di Berlino (7-11/3/07, *ndr*) per quanto riguarda il settore turistico e dall'**Imex** (17-19/4/07) per quello congressuale. Del settore congressuale tedesco ci siamo occupati in Prisma n. 85/06, p. 50.

In **Spagna** esiste la madrilena **Fitur** (prossima data 31/1-4/2/07) col *workshop* collegato **Fitur Congresos** (prossima data 29-30/1/07). Fitur registra da anni un aumento di visitatori ed espositori, oltre che di area espositiva: nel 2004, per esempio, ci furono 210.809 visitatori e 11.248 espositori; nel 2006 i visitatori sono saliti a 244.061 e gli espositori a 11.984.

Sul versante congressuale, in Spagna si tiene uno degli eventi di rilevanza mondiale, la **Eibtm** di Barcellona (prossima edizione: 28-30/11/06).

Un momento di Fitur 2006

Se assumiamo come indicatore il numero di arrivi di turisti in strutture alberghiere (dati OCSE), è evidenziabile il trend crescente del mercato spagnolo, passato da oltre 27 milioni di arrivi nel 2000 a 27,6 nel 2004 (+ 2,25%).

Nel **Regno Unito** è da segnalare il **World Travel Market** organizzato da Reed Travel Exhibitions (London Excel, 6-9/11/06). Va detto che la situazione fieristico-congressuale londinese è caratterizzata dalla mancanza di un grande centro espositivo, mentre esiste una rete diffusa di numerose sedi medie e piccole, in grado di reggere una manifestazione dedicata esclusivamente all'offerta locale, il **London Venue Expo** (Excel, 27-28/6/07).

La **Francia** presenta invece una situazione simile a quella italiana, con la presenza di diverse manifestazioni importanti quali **Heavent** (Parigi, 21-23/11/06) e il "cugino" **Heavent Sud** (Cannes, 28-30/3/07) e, soprattutto, il **Salon mondial du tourisme** (Parigi, 15-18/3/07) che supera ogni anno i 100.000 visitatori. In Francia sono presenti anche manifestazioni per coprire nicchie del settore, come l'**Int. Luxury Travel Market** di Cannes (4-7/12/06).

In **Belgio**, infine, il mercato non ha retto due manifestazioni concorrenti, per di più nella stessa città, come **Meeting & Weltra** e **Emif**, fiera europea per l'industria dei congressi. Cancellata la prima, che aveva cadenza biannuale, resta solo la seconda (prossima edizione: Bruxelles, 14-15/2/07).

Imex 2006

La situazione italiana

In Italia la situazione è in grande fermento. Fino a qualche tempo fa il quadro era abbastanza consolidato: emergevano la **Bit** di Milano per il turismo (e, per un target esclusivamente b2b, la coppia **Tti Travel trade Italia-Ttg incontri**) e la **Btc** di Firenze per il congressuale.

Adolfo Parodi

Ultimamente, però, stanno nascendo numerose nuove iniziative e la competizione si accresce. A Milano, per esempio, nel 2006 si è appena conclusa (4-5/10/06) la prima edizione di **Ici**, il Salone dell'eccellenza congressuale, incentivi ed eventi che si proponeva di contendere il primato alla Btc; mentre a Bergamo c'è stato il grande successo della 4ª edizione di **NoFrills** (vedi a p. 7), manifestazione turistica biannuale caratterizzata da una intelligente formula innovativa. Notevole anche l'arrivo a Venezia della 4ª edizione di **Mice Europe**, congresso in programma al Palazzo del Casinò dal 29 al 31 ottobre, che si teneva in precedenza a Montecarlo. Il 2007 vedrà la nascita a Roma di **Globe** (22-24/3/07), la fiera organizzata da ExpoGlobe, una *joint venture* tra Fiera di Roma e TTG Italia (Gruppo Fiera di Rimini), che aspira a diventare la grande alternativa della Bit. Insomma, una "guerra" che sta già facendo qualche vittima, come dimostrano la riduzione a semplice forum della Biteg di Riva del Garda, la cancellazione del MiceMed di Napoli, e il rinvio a data da destinarsi del Tecnhotel di Genova, che era previsto dal 6 al 9 novembre di quest'anno.

Ma non esiste il rischio di una eccessiva frammentazione e di conseguente marginalizzazione del sistema Italia nel complesso?

Se ne parlerà al **1° Forum Nazionale della Filiera Fieristica**, promosso da Asal Assoallestimenti, in programma a Milano il 29 novembre 2006. Secondo il presidente di Asal

Pierpaolo Vaj "Stiamo assistendo alla realizzazione di consistenti piani di ampliamento da parte degli enti fieristici e in alcuni casi ci si può chiedere se si stia seguendo una logica industriale o semplicemente l'appagamento di un desiderio di gigantismo da parte di operatori e istituzioni locali. Il rischio non è soltanto di ritrovarsi con un eccesso di offerta di spazi, ma anche con un proliferare di manifestazioni fieristiche simili, in una lotta competitiva che potrebbe avvantaggiare sistemi fieristici esteri più concentrati e quindi con più risorse da gestire."

Gli fa eco **Moreno Zaccarelli**, rappresentante italiano dell'Ifes, la federazione internazionale delle imprese allestitrici: "Il sistema economico e gli stessi operatori fieristici sono restii a considerare le fiere come un'industria, o una filiera produttiva che, per funzionare, ha bisogno di sincronizzare le proprie attività. Il dibattito economico sulle fiere oggi è dominato da una logica che ha al centro il quartiere fieristico, dimenticando che il nostro settore funziona perché tutti gli operatori della filiera si collocano su livelli di eccellenza nella loro specifica fase produttiva. In un certo senso funzioniamo come un distretto industriale, non necessariamente localizzato, con grandi capacità di flessibilità e apertura verso l'esterno."

Se ci mettiamo nei panni dell'operatore turistico-congressuale, avere troppi eventi tra cui scegliere può essere uno svantaggio: dove andare?

Adolfo Parodi, presidente di Federcongressi, dichiara: "Come Federcongressi non abbiamo preso una posizione riguardo a questo fenomeno: siamo osservatori neutrali. Ciascuno è libero di inventare tutte le iniziative fieristiche che ritiene. A titolo personale, posso dire che non esiste spazio di mercato per tutti questi eventi, non solo in Italia ma addirittura in Europa. Ci sarebbe spazio per una o due fiere del settore congressuale, in Europa.

Inoltre, le aziende sono sommerse di offerte di partecipazione, ma partecipare costa non solo in termini di adesione e organizzazione bensì anche in termini di risorse, di spese di trasferimento, di alloggio. E i costi di partecipazione a queste fiere sono più alti della media.

Ritengo che più fiere equivalga a maggiore frammentazione, e la frammentazione non arreca alcun vantaggio al settore."

Anche **Massimo Fabio**, presidente di Italcongressi, la pensa così: "La moltiplicazione di eventi promozionali – spiega – non ha mai sortito effetti positivi e ora più che mai, considerato il fatto che a livello internazionale si tende sempre più a concentrare in pochi ma grandi eventi i momenti di incontro e confronto degli operatori del settore.

Basti pensare all'esempio fornito dalle manifestazioni fieristiche riguardanti la produzione industriale o dei servizi, o semplicemente a quelle riguardanti il turismo inteso in senso generale, e ci si renderà conto che gli appuntamenti davvero importanti sono pochissimi e rappresentano la quasi totalità degli operatori interessati.

Non si capisce perché nel settore congressuale si debba assistere a una proliferazione di eventi costosi per le aziende e con scarsi risultati concreti, invece di puntare con decisione al rafforzamento, e in qualche caso al rilancio, di manifestazioni ben consolidate. Se prendiamo in considerazione il panorama europeo delle manifestazioni fieristiche si nota come l'Eibtm di Barcellona e l'Imex di Francoforte rappresentano due punti di riferimento internazionale, rispetto ai quali l'Italia non riesce a contrapporre iniziative più marcate né a concentrare gli sforzi in un'unica e condivisa efficace manifestazione.

Marcella Gaspardone

Maja de' Simoni

Nessun giudizio da parte mia sulle singole iniziative, se non una semplice osservazione: in Italia il congressuale è cominciato a Firenze, una città nota e ammirata nel mondo, e lì si svolge una delle più importanti e accreditate iniziative fieristiche, la Btc. Forse sarebbe il caso di operare sinergicamente al fine di concentrare gli sforzi e le risorse economiche in un unico grande evento per emergere nel panorama internazionale con un'immagine più univoca, qualificata e convincente."

Maja de' Simoni è un'imprenditrice del settore congressuale e presidente del capitolo italiano di Mpi (Meeting Professional International), un'organizzazione con sedi in tutta Europa e oltre 20mila associati nel mondo. La sua convinzione è che ci sia "ancora molto da fare, a partire da una radicale revisione dell'intero comparto turistico. Se si vuole emergere, è assolutamente necessario mettere da parte campanilismi e particolarismi e darsi invece regole e obiettivi comuni, in sintonia con quelli degli altri settori economici. Ciascun comparto è infatti tessera di quell'unico, grande puzzle che è il Prodotto Italia."

Sul filo di questa idea è nato infatti nel 2005 un protocollo d'intesa per il progetto interregionale Italia for Events, a cui aderiscono oggi 17 regioni e province autonome, Enit e Federcongressi. Alla Btc 2005, insieme con l'Icca (*International Congress and Convention Association*), si è poi siglato un patto in materia di congressi internazionali.

"Il documento – spiega **Leonardo Sorelli**, presidente del comitato italiano Icca nonché vicepresidente di Newtours – era stato avallato dall'assessore al Turismo della Regione Toscana, Annarita Bramerini, successivamente impegnatasi a presentarlo ad altre Regioni e agli organismi nazionali competenti. È un progetto in cui crediamo molto – precisa Sorelli – e che ha ricevuto un ottimo riscontro. Intendiamo portarlo avanti con determinazione, discutendone quanto prima i contenuti con i rappresentanti del governo."

Il ruolo delle istituzioni

L'appoggio istituzionale oggi più che mai è coralmente invocato dalle associazioni di categoria, che nel frattempo hanno incassato la detraibilità dell'Iva sui congressi stabilita dal governo Prodi.

Marcella Gaspardone, direttore del Torino Convention Bureau e da marzo presidente di Meet in Italy, l'associazione che riunisce le destinazioni congressuali della penisola, sta lavorando per rafforzare la funzione di polo aggregante che l'associazione si è data per statuto. E intende andare avanti così, rilanciando la positiva e da più parti apprezzata esperienza fiorentina della passata Btc.

"In mancanza di un Convention Bureau nazionale è assolutamente indispensabile lavorare per compattare l'offerta e vegliare sulla qualità dei servizi", dice. E sui progetti legati a Btc 2006 afferma: "Faremo un'operazione d'immagine attraverso lo stand, realizzato con materiali accuratamente scelti e allestito in modo da porre in forte evidenza il marchio istituzionale. Quindi una strategia di comunicazione fondata sulla presentazione dei punti di forza dell'offerta congressuale italiana, che oltre a contare su numerose e impareggiabili attrattive di contorno – come il paesaggio, l'arte e l'enogastronomia – si avvale oggi di una rete di palacongressi fatta di strutture interamente rinnovate o del tutto nuove."

Il tuo prossimo evento è qui.

Da 22 anni il punto di riferimento del settore MICE in Italia.

7/8/9 Novembre 2006
Fortezza da Basso - Firenze
www.btc.it

BTC INTERNATIONAL
INTERNATIONAL MEETINGS CONVENTIONS AND INCENTIVES FAIR
BORSA INTERNAZIONALE DEL SISTEMA CONGRESSUALE ED INCENTIVE

Exmedia srl - Via Solferino, 8 - 50123 Firenze - Tel. +39 055 261021- Fax +39 055 2610230

Sheraton Roma, il fascino della storia
Sheraton Rome, the charme of history

Sheraton Roma Hotel & Conference Center vanta il primato di essere stato il primo Sheraton inaugurato in Italia, nonchè il 453° presente nei cinque continenti. La sua struttura ha una superficie di 38.700 m².

Concepito originariamente sul finire degli anni '70, con lo scopo di accogliere gli uffici Alitalia e di ospitare viaggiatori in scalo a Roma, lo Sheraton Roma fu rilanciato e inaugurato nel 1983.

Innovativo in tutti i suoi aspetti, l'albergo rispondeva, allora come oggi, al motto everything under one roof (tutto sotto lo stesso tetto) a partire dal check-in Alitalia, dalla galleria di negozi, ristoranti e bar. Il Centro Congressi, inoltre, già all'epoca offriva traduzioni simultanee in varie lingue ed equipaggiamento tecnico per la proiezione e la registrazione.

Strategicamente posizionato nel cuore d'affari di Roma, all'Eur, lo Sheraton Roma Hotel & Conference Center è a venti minuti di distanza dal centro storico e dall'aeroporto internazionale Fiumicino/Leonardo Da Vinci, entrambi facilmente raggiungibili grazie a un servizio di navetta gratuito.

L'albergo offre tra i più grandi spazi congressuali della città, con un totale di 24 sale riunioni, presentando così un'infinita serie di opportunità e soluzioni per la clientela più esigente. Da semplici riunioni fino a congressi, presentazioni, seminari, corsi di formazione e sfilate di moda o altri eventi speciali.

Alle sale e ai foyer interni si aggiungono, inoltre, gli ampi padiglioni esterni e la piscina, utilizzati sia per la banchettistica che per esposizioni e presentazioni di automobili. La struttura, infatti, oltre a essere facilmente raggiungibile, non presenta rilevanti barriere architettoniche, per cui tutti gli ambienti risultano flessibili e multifunzionali.

Il rinnovato *Salone delle Signorie*, parte del Centro Congressi, ospita fino a 2000 persone a teatro e 1100 a banchetto. Inoltre, la presenza di pannelli mobili e insonorizzati, ne consente la suddivisione in sette distinte sezioni.

Ultimato anche il rinnovo delle otto accoglienti sale riunioni situate al primo piano della struttura, che ospitano fino a un massimo di 25 persone, i cui nomi sono legati ai più celebri artisti del passato.

Di recente creazione è anche la *Sm@rt Meeting Room*, la cui avanzata tecnologia privilegia la qualità della diffusione del suono e delle immagini. Un elegante e multifunzionale tavolo da 20 posti consente ai partecipanti di connettersi all'internet col proprio computer, controllare a distanza l'illuminazione e tutte le apparecchiature audiovisive, ricaricare il cellulare, senza abbandonare mai la propria poltrona.

In aggiunta, una creativa e diversificata ristorazione, coffee break, pranzi di lavoro, buffet e cene di gala con menù personalizzati. Per i viaggi incentive lo Sheraton Roma offre cinque proposte per feste a tema nel lussuoso scenario del Salone delle Signorie: La Notte dei Cesari, La Dolce Vita, Fantasia Italiana, Ciao Italy e Da nord a sud. Festosi e gastronomici banchetti ispirati all'antica Roma, al fascino degli anni '60 celebrati nei film di Fellini, al folklore regionale e al piacere dei vini italiani.

Sheraton Roma Hotel & Conference Center was the first Sheraton in Italy and the 453rd in the world. It extends over an area of 38,700 m².

Sheraton Roma's present building was originally built in 1979 as the headquarters for the airline company Alitalia, in order to offer hospitality to the stopover passengers. It was transformed into a hotel and officially opened in 1983.

Since then the hotel lives on his winning pay off: "everything under one roof" thanks to Alitalia check-in, shopping arcade, sports facilities, restaurants... For example, since the beginning our Conference Center provided simultaneous and multilingual translation service, recording and projection technical equipment.

Strategically positioned in the heart of Rome's business district (Eur), Sheraton Roma Hotel & Conference Center is located between the historical center and the Fiumicino/Leonardo Da Vinci international airport, both reachable in 20 minutes, thanks to a free shuttle service which every hour facilitates the connection between Piazza Venezia and Termini railway station and the airport.

Ideal for business, the hotel offers the largest congress spaces in the city, with a total of 24 meeting rooms. In this way it offers a lot of opportunities and solutions for all demands: from simple meetings to congresses, presentations, seminars, fashion shows and exhibitions.

As well as internal meeting rooms and foyer, the hotel has also large external pavilions and a scenic swimming pool used for banquets, exhibitions and automobile shows. The hotel in fact, is easily reachable and it has no architectonic barriers so that each space is flexible and multifunctional.

Particular care has been taken over the Conference Center which with the renovated Salone delle Signorie *is able to accommodate up to 2,000 seated people, and 1,100 for dinner. Soundproof walls can divide the ballroom into seven areas.*

Completely renovated are also the eight meeting rooms, situated on the first floor with a capacity of 25 people. The rooms are named after some of the most important artists in the past.

The latest creation is the Sm@rt Meeting Room *where you can find the most up-to-date technological support. An elegant and multifunctional 20-seat meeting table allows participants to connect their pc to the Internet, control the lighting and audio-visual system, recharge their mobile phones directly from their armchair.*

You can sample a range of creative offerings for coffee breaks, business luncheons, buffets, cocktails and gala dinners, with personalized menus. Sheraton Roma Hotel offers five different proposals for theme parties in the luxurious setting of the Salone delle Signorie: Caesar party, La Dolce Vita, Fantasia Italiana, Ciao Italy, and From North to South.

Convivial, gastronomical feasts inspired by ancient Rome, by regional folklore, by the pleasure of Italian wines or by the swinging '60s of Fellini's movies.

a cura di Carlo Donolo
Il futuro delle politiche pubbliche
Bruno Mondadori, Milano
2006, pp. XIV-290
euro 23,00

Contrariamente a ogni profezia, il ruolo delle politiche pubbliche continua a essere importante. Più che scomparire, dunque, le politiche pubbliche mutano: i vari saggi qui raccolti analizzano i cambiamenti in atto e delineano scenari futuri.

Ennio De Simone
Moneta e banche attraverso i secoli
Franco Angeli, Milano
2002, pp. 224 euro 14,50

Il libro propone una esaustiva storia monetaria e bancaria, dal mondo antico ai nostri giorni. Un testo che risponde a esigenze didattiche universitarie, ma utile a chiunque voglia meglio comprendere i problemi dei sistemi bancari.

a cura di Valeria Fiorani Piacentini
Turchia e Mediterraneo allargato
Democrazia e democrazie
Franco Angeli, Milano
2005, pp. 384 euro 35,00

Attraverso vari saggi viene disegnato il quadro della Turchia, giovane stato (nato nel 1923) che si affaccia all'Ue.

Dai saggi emerge la rilevanza di avvicinarsi a questo attore non secondario delle politiche mediterranee, per far sì che lo scontro di civiltà sia solo un rischio.

Fiera Milano Congressi diversifica e amplia l'offerta

Tre sono ora gli spazi gestiti da Fiera Milano Congressi, società del gruppo Fiera Milano: il Mic, Villa Erba e il nuovo centro congressi Stella Polare

Fiera Milano Congressi è la società del gruppo Fiera Milano Spa creata nel 1994 per la gestione dei congressi e delle convention. Da settembre è entrata a far parte dell'esclusivo Eccp (*European Congress Center Partnership*), l'associazione dei nove principali centri convegnistici europei, insieme ai centri di Amsterdam, Stoccolma, Ginevra, Glasgow, Barcellona, Monaco di Baviera, Vienna e Parigi.

Fiera Milano Congressi, grazie all'eccellenza dei suoi spazi convegnistici, partecipa ormai con regolarità e con successo a tutte le gare per l'assegnazione dei maggiori congressi internazionali. I nove principali appuntamenti ospitati al Mic nel 2004-2005 hanno richiamato 41mila persone, producendo un indotto per la città stimato in 100 milioni di euro. I nove principali eventi del 2005-2006 hanno mobilitato 36-37mila persone. Fiera Milano Congressi è una grande realtà e un fiore all'occhiello di Milano, con congressi pianificati già oggi fino al 2011 per un totale di altri 36.000 delegati.

Gli spazi

Tre sono gli spazi gestiti da Fiera Milano Congressi: il Mic, Villa Erba e il centro congressi Stella Polare.

Il Milano Convention Centre (Mic), il cui ultimo ampliamento risale al dicembre 2005, è la prima struttura convegnistica del paese in termini di capacità ricettiva. Grazie alle diciannove nuove sale per 1008 posti complessivi, il complesso dispone di 36 sale modulari su quattro piani, da 10 a 800 posti, più un grande auditorium in grado di accogliere fino a 2000 delegati.

Dispone inoltre di due aree polifunzionali, destinabili per esempio a scopi espositivi o di banqueting, rispettivamente di 4000 e 7500 m^2. Il Mic è infine connesso direttamente coi padiglioni di fieramilanocity al Portello, che possono essere trasformati in spazi congressuali, mettendo anche a disposizione una capacità espositiva aggiuntiva di 70mila metri quadrati. In tal modo il Mic è in grado di accogliere fino a 25mila delegati.

Con un investimento di 15 milioni di euro dal 2002 a oggi, Fiera Milano Congressi ha dunque dato vita al polo convegnistico leader in Italia, rilanciando Milano nel circuito ristretto delle metropoli scelte dai meeting planner come sede di grandi congressi internazionali. E ha dimostrato che questa attività può essere redditizia: l'ultimo bilancio della società (2004-05) si è chiuso con ricavi per 12,6 milioni (per l'85% generati da attività congressuale pura, ossia non indotta da manifestazioni fieristiche) e con un risultato netto di 875mila euro.

Spazio Villa Erba

Da gennaio 2006 Fiera Milano Congressi gestisce anche il Centro Congressi Villa Erba, sul lago di Como. Il complesso, ideale per eventi fino a 1500 delegati, coniuga una struttura architettonica all'avanguardia e un'ubicazione che la rende facilmente raggiungibile da Milano con l'eccezionale bellezza paesaggistica del luogo. Il centro congressi Villa Erba può inoltre contare su un'elevata ricettività alberghiera a prezzi competitivi e sulla presenza di numerose ville storiche che possono ospitare raffinati eventi serali.

Centro Convegni Stella Polare (fieramilano)

Da settembre, all'offerta di Fiera Milano Congressi si aggiunge anche il Centro Convegni Stella Polare a fieramilano: nove sale modulari da 81 a 728 posti e un auditorium da 1008 posti, nonché un'area espositiva collegata alle sale di ben 40.000 m^2 sullo stesso livello e senza pilastri. Alle sale del Centro Convegni vanno aggiunte 64 sale per riunioni distribuite nel quartiere.

"L'apertura di questa bellissima struttura – afferma il presidente di Fiera Milano, Michele Perini – è davvero l'ultimo atto nella realizzazione della nuova Fiera Milano, che adesso è completa anche nelle sue strutture congressuali. E guardando questo auditorium credo che davvero non avremmo potuto suggellare in maniera più degna la grande opera che ci ha impegnato negli ultimi anni."

"L'auditorium – aggiunge l'amministratore delegato di Fiera Milano, Piergiacomo Ferrari – rafforza la scelta strategica fatta nel 1994 con la creazione di Fiera Milano Congressi, che si è dimostrata vincente: sviluppare il business congressuale. Oggi Fiera Milano Congressi è una realtà forte e in crescita, che contribuisce significativamente alla redditività del nostro gruppo.

Mi piace inoltre ricordare che questa splendida sala è stata interamente progettata e realizzata da noi, da Fiera Milano Spa e dalla nostra controllata Eurostands, società leader nel settore degli allestimenti."

"L'auditorium Stella Polare – dichiara Giuseppe Zola, presidente di Fiera Milano Congressi – è un'eccellenza per la Fiera e per la città. Possiamo soddisfare, con strutture di assoluta eccellenza e un servizio qualificato e completo, gli organizzatori di grandi congressi internazionali ma anche chi cerca sedi di grande prestigio ed eleganza e chi necessita di spazi di riunione più contenuti da destinare ad attività a latere delle manifestazioni espositive. Possiamo dire, senza timore di smentita, di essere per strutture, servizi e competitività uno dei grandi protagonisti della convegnistica internazionale."

G. S.

professional only

NO FRILLS

l'appuntamento dedicato
al business
del mondo del turismo,

RINGRAZIA

i 318 espositori
ed i 4105 visitatori
intervenuti all'edizione
Autunno 2006,

INVITA

tutti gli operatori del settore
alla prossima edizione
del 16 e 17 marzo 2007.

no frills
TRAVEL & TECHNOLOGY EXPO

Prendetevi il lusso di partecipare

GIOB 2006

Per informazioni: **info@nofrillsexpo.com • www.nofrillsexpo.com**

Margaret MacMillan
Parigi 1919
Sei mesi che cambiarono il mondo
Garzanti, Milano 2006, pp. 714 euro 26,00

L'autrice ricostruisce personalità, ideali e pregiudizi dei firmatari del trattato di Versailles: Wilson, George, Clemenceau e Orlando. Pur con tutti i loro errori – è la tesi dell'autrice – sarebbe una forzatura attribuire loro la responsabilità della seconda guerra mondiale e dei totalitarismi successivi.

John Keegan
Intelligence
Storia dello spionaggio militare da Napoleone ad Al-Qaeda
Mondadori, Milano 2006, pp. 394 euro 19,00

Uno dei più autorevoli storici militari britannici analizza il ruolo dei servizi informativi nei principali conflitti degli ultimi due secoli.

Per Keegan la conoscenza preventiva non è sufficiente a prevalere in un conflitto, senza un'adeguata forza militare sul campo.

Veronica Buckley
Cristina Regina di Svezia
La vita tempestosa di un'europea eccentrica
Mondadori, Milano 2006, pp. 410 euro 19,00

La biografia di una sovrana secentesca anticonformista, che lascerà il trono convertendosi al cattolicesimo e fuggendo a Roma.

Carinzia: natura e fattorie
Carinthia: nature and farms

di/*by* Luca Bianco

Nella parte sudoccidentale della Carinzia, tra le Alpi Carniche a sud e le Dolomiti di Lienz a nord, si apre una valle pittoresca e tranquilla, dove natura e quiete sono di casa: è la **Lesachtal**, che proprio per queste sue caratteristiche è stata riconosciuta nel 1995-96 come Paesaggio europeo dell'anno.

La valle, che si estende su un'area di 190 km² e conta circa 1700 abitanti, è dunque un luogo adatto per vacanze di assoluto relax, lontano dal chiasso delle località alla moda.

Vacanze in fattoria

La formula di villeggiatura più diffusa nella Lesachtal è la "vacanza in fattoria": numerose sono le famiglie che integrano le attività agricole (soprattutto l'allevamento) con l'ospitatlità in tutte le stagioni dell'anno.

Il turista è accolto in ambienti semplici e familiari, dove ha la possibilità di prendere parte ad attività di vario tipo organizzate dalle stesse fattorie: camminate, feste nelle malghe, rafting, mountainbike, ecc. quando il tempo è bello. Oppure si può assistere ai lavori della fattoria quando il tempo è brutto: preparazione del pane, della grappa, del miele, dei formaggi, ecc.

In questo ambito è nato il progetto **Mehr-wert-Hoefe** (www.mehrwerthoefe.com), fattorie con più valore, cui hanno aderito tre fattorie della zona (la **Haus Mesner**, gestita dalla famiglia Soukup e specializzata nell'accoglienza di famiglie con bambini, la **Peintnerhof** e la **Stabentheinerhof**) che offrono ai rispettivi ospiti un programma comune di attività.

Attività invernali

Grazie all'abbondante neve, che già in dicembre supera di molto il metro, e alle numerose giornate di sole invernali, la Lesachtal è meta turistica anche per l'inverno. In questo periodo sono organizzate passeggiate sulla neve e tour sciistici.

Si possono inoltre praticare il Nordic crusing, lo sci di fondo fuori pista, immersi in un paesaggio bianco di neve. Il comprensorio Golzentipp-Lesachtal offre le condizioni migliori per chi vuole avvicinarsi allo sci alpino. Le attrezzature si possono noleggiare sul posto.

www.urlaubambauernhof.com

La **Carinzia** è situata nella zona più meridionale dell'Austria ai confini con Italia e Slovenia. La capitale è Klagenfurt, famosa per la sua pittoresca città vecchia. Due parchi nazionali, 75 zone di conservazione e 35 riserve naturali testimoniano l'orgoglio dei carinziani per i propri beni culturali e ambientali. ***(www.kaernten.at)***

*The **Carinthia** is situated in the southernmost part of Austria on the boarder to Italy and Slovenia. Carinthia's capital is Klagenfurt, known for its picturesque old town. Two national parks, 75 conservation areas and 35 nature reserves testify to Carinthians' pride to protecting their heritage and environment. **(www.kaernten.at)***

In the Southwestern part of Carinthia, between the Carnic Alps south and the Lienz Dolomites north, you find a pictoresque and quiet valley, rich in nature and peace: that is the ***Lesachtal****, which was recognized in 1995-96 as European Landscape of the year. The valley, spreading over 190 km² and hosting about 1700 inhabitants, is the right place for tourists seeking total relax, far from the uproar of places* à la page.

Farm holidays

The widespread holiday style in the Lesachtal is the "farm holidays": many families integrate the agricultural activities (especially breeding) with hospitality in all seasons.

Tourists are received in a simple and familiar atmosphere, with the opportunity to take part to various activities organized by the same farms: walks, barn parties, rafting, mountainbike etc. when wheather is beautiful; or they can watch the preparation of bread, grappa, honey, cheese, etc. when the wheather is bad.

In this frame some farms gave birth to the ***Mehr-wert-Hoefe*** *(www.mehrwerthoefe.com) project: three small farms (the* ***Haus Mesner****, managed from the Soukup family and specialized in hospitality for of families with children, the* ***Peintnerhof*** *and the* ***Stabentheinerhof****), so to offer to their hosts a common program of activity.*

Winter activities

Thanks to the abundant snow, more than a meter already in December, and to the many sunny days also in winter, the Lesachtal is a tourist goal also for winter vacations. In this period, walks on snow and ski tour are organized. Hosts can also enjoy Nordic crusing, in the peaceful landscape covered with snow . The Golzentipp-Lesachtal area offers the best conditions for people who want to start experiencing alpine ski. Equipments can be rented on place.

www.urlaubambauernhof.com

Situated beside the sea, amidst mediterranean pine trees, the Holiday Inn Resort provides the ideal location for both business and leisure. It can be easily reached from Naples and Caserta. The Resort comprises 126 spacious rooms and 14 elegant suites, well equipped, all with terrace and sea view of the Phlegraean Bay. Leisure facilities include: 2 outdoor swimming pools for adults and children, 2 floodlit tennis courts, 18 holes golf course, tennis tables, billiard, fitness room, mountain-bikes, jogging track, children playground area, excursions to the ruins of Pompeii, Herculaneum and Phlegraean fields, excursions to the islands of Capri and Ischia, and shopping in Naples with our free shuttle bus service.
A wide choice of menus, from intimate candlelight dinner on the "Le Arcate" terrace (in summer) to the à la carte restaurant "Il Grill". The cocktail bar "Le Dune" offers refreshing drinks and light snacks with pianobar every night.
For large banquets "La Pineta" accomodates up to 450 people.
A choice of 9 conference rooms (the largest with a capacity for 1200 people) and the large, annexed outdoor areas are ideal for any special requirements of meetings and incentives programs. Internet wi-fi HI-Port available.

Holiday Inn Resort™

NAPLES - CASTELVOLTURNO

Via Domitiana km 35+300 - 81030 Castel Volturno (CE) - Italy - Tel. +39 0815095150 - Fax +39 0815095855
info@holiday-inn-resort.com - www.holiday-inn-resort.com - sales Tel. +39 0815097883 - Fax +39 0815093594

Moreno Fiori
Il maleficio
Indagine sulle pratiche del male
Città Nuova, Roma 2005, pp. 400 euro 22,00

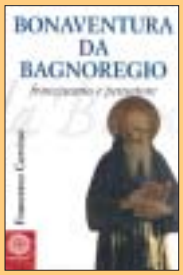
Frutto di quasi dieci anni di ricerca, il saggio è unico nel suo genere e indaga la dimensione socio-religiosa del maleficio e i suoi meccanismi d'azione.

Come è possibile che ci si faccia ancora irretire da fatture, malocchi e malefici?

Marsilio Ficino
La religione cristiana
Città Nuova, Roma 2005, pp. 240 euro 20,00

Prima traduzione assoluta in una lingua moderna di quest'opera apologetica in cui il filosofo mediceo dichiara l'universalità dell'esperienza religiosa. Un ecumenismo che offre ancora oggi molti spunti.

Francesco Corvino
Bonaventura da Bagnoregio
Francescano e pensatore
Città Nuova, Roma 2006 pp. XII-552 euro 36,00



Un ampio studio sul pensiero filosofico di Bonaventura, ripubblicato dopo l'edizione del 1980.

Dall'esperienza francescana Bonaventura trae l'idea del rinnovamento religioso e spirituale; allo stesso tempo egli si confronta con la filosofia contemporanea.

Un ritratto concreto e stimolante che restituisce il quadro culturale e storico del tempo.

Il Centre des Congrès di Québec vince l'Aipc Apex Award 2006

Centre des Congrès de Québec wins 2006 Aipc Apex Award

di/by Corrado Scattolin

Durante l'assemblea annuale dell'Aipc (*Association Internationale des Palais des Congrès)*, svoltasi dal 16 al 19 luglio a Montpellier, è stato annunciato il vincitore 2006 del premio Apex Award, che ha decretato miglior centro congressuale mondiale dell'anno il Centre des Congrès di Québec.

I canadesi hanno prevalso su una rosa di 19 finalisti, che si erano qualificati per la fase finale dopo criteri di qualificazioni altamente rigorosi.

Sono arrivati secondi a pari merito il Brisbane Convention Centre e il Palacio de Exposiciones y Congresos di La Coruña.

Barbara Maple, presidente dell'Aipc, ha dichiarato: "Anche se solo un centro congressuale vince il premio, la seconda posizione è un significativo riconoscimento anch'essa. Infatti, tutti i partecipanti sono vincitori, dal momento che ciascuno di loro ottiene un rapporto di valutazione individuale dei propri risultati, che consente di vedere quale sia il giudizio dei loro clienti sotto vari aspetti e rende così possibile concentrarsi sui miglioramenti di prestazione."

La conferenza annuale 2007 dell'Aipc si terrà a Graz (Austria), in luglio.

Albo d'oro dell'Apex Award – *Apex Award Palmares*	
2000	Melbourne Exhibition & Convention Centre
2001	Congress Innsbruck
2002	Vancouver Exhibition & Convention Centre
2003	Palacio de Congresos y de la Musica de Bilbao
2004	Cairns Convention Centre
2005	Congress Centre Sofia - National Palace of Culture
2006	Centre des Congrès de Québec

During this year's Aipc general assembly in Montpellier, France (16-19 July), was announced the winner of 2006 Apex Award as world's best congress centre: it is the Centre des Congrès de Québec, Canada.

Québec prevailed in a field of 19 finalists who had all qualified for competition under stringent qualification criteria.

The Aipc Board also recognized the two runners-up to this year's award; the Brisbane Convention Centre and the Palacio de Exposiciones y Congresos of La Coruña.

Aipc's president, Ms Barbara Maple, said: "While only one congress centre emerges as winner, the position of runner-up is obviously a significant accomplishment as well. In fact, all participants are winners, since each competitor gets an individual evaluation report on their particular centre's results, which enables them to see how they are rated by clients in various aspects and enables them to focus on these to improve performance."

The 2007 Annual Conference will be held in Graz, Austria, July 2007.

Starhotels rinnova la sua offerta congressuale: nasce *Starevents by Starhotels*

Una collezione di 22 alberghi in Italia, a Parigi e New York

Starhotels Castille Parigi

Nasce il servizio congressuale *Starevents by Starhotels*, con un payoff che parla da solo: "nel cuore dell'evento", parafrasando il payoff storico di Starhotels, ovvero "nel cuore delle città", arricchito di contenuti o, meglio, di vantaggi competitivi per chi organizza meeting ed eventi.

Starhotels, del resto, è una compagnia alberghiera a forte vocazione congressuale, tra tutti gli alberghi si contano 135 sale riunioni per un totale di 8900 posti, 23 ristoranti e aree banqueting per un totale di 4147 persone. In tutte le aree, collegamento a banda larga all'internet con tecnologia wireless.

Ecco i 10 punti di forza qualificanti del servizio:

· Location nel cuore delle città (20 in Italia, una a Parigi, una a New York);

· Originali momenti post-meeting, in collaborazione con *Destination Management Companies*, per vivere esperienze uniche e sorprendenti; indimenticabile, per esempio, la regata che si è svolta nel Golfo di Genova con sei equipaggi e 100 partecipanti. Ad alto tasso di adrenalina il tour in Ferrari. Mitica la cena nel Tempio egizio di Dendur al Metropolitan Museum di New York. Magico l'evento al Louvre di Parigi, ...

· Risposta e preventivo in 24 ore, per dare sempre un servizio puntuale;

· Un Event Manager in ogni albergo;

· Un Event Department per tutta la catena: un unico partner per pianificare più di un evento, in più città;

· Servizi tecnici di base compresi, senza costi aggiuntivi;

· Tariffe speciali per la programmazione di più eventi;

· Un ottimo rapporto tra la qualità e il comfort delle camere e la capienza delle sale riunioni, che garantisce di giorno grandi spazi per gli eventi, di notte luoghi ideali per i sogni;

· Ristorazione di grande qualità, fantasia, e versatilità;

· Un team di esperti per gli eventi. La firma che ne garantisce il successo grazie all'esperienza, la professionalità, la passione, in una parola l'attitudine del team Starevents by Starhotels.

Da Roma a New York, da Venezia a Parigi, da Firenze a Genova, da Milano a Napoli, Starhotels è ormai sinonimo di stile italiano dell'ospitalità. Presente nel panorama turistico da 26 anni, Starhotels segue e anticipa gusti e tendenze, senza tralasciare le caratteristiche che hanno determinato la sua crescita.

Starhotels Tuscany Firenze

Per maggiori informazioni:
Tel +39 0553692282
Fax +39 05536924
Email starevents@starhotels.it
Web www.starhotels.com

R. D.

Starhotels Excelsior Bologna

Achille Serra
Poliziotto senza pistola
a Milano
negli anni di piombo
e della malavita organizzata
Rizzoli, Milano 2006,
pp. 292, euro 16,50

Attraverso il racconto della propria vicenda personale e professionale, Serra (che oggi è prefetto di Roma) ripercorre gli anni più difficili della recente storia italiana, dalla bomba di Piazza Fontana all'omicidio Calabresi, dal movimento studentesco al caso Vallanzasca.

Ignacio Martínez de Pisón
Morte di un traduttore
Guanda, Parma 2006,
pp. 224 euro 14,50

Un episodio della guerra civile spagnola, la scomparsa del traduttore di Dos Passos, e la ricostruzione dell'intera vicenda, sono lo spunto per illuminare uno dei capitoli più oscuri della recente storia europea e affermare il valore della dignità dell'individuo.

Franco Debenedetti
Grazie Silvio
un "comunista" a Panorama
Mondadori, Milano 2005,
pp. XII-172 euro 18,00

Il volume raccoglie gli articoli pubblicati da Franco Debenedetti su Panorama, nella rubrica *Partita doppia*.

Un editorialista di sinistra decisamente a suo agio tra un pubblico di destra. Nel volume, venti vignette di Altan.

Adnec launches sale of plots at Capital Centre, its new Mice and business district

Master-planned complex with iconic Exhibition Centre offers lucrative investment opportunities to investors

by Luca Bianco

Abu Dhabi National Exhibitions Company (Adnec) announced last September the launch of the sale of plots on 147,582 m² of prime land at Capital Centre, the new name and brand for the 8 billion (US$ 2.17 billion) business and residential micro-city being built around the iconic Abu Dhabi National Exhibition Centre in the UAE capital.

Capital Centre is being designed by an international team of master-planners, architects and engineers to create a thriving destination. The strategically-located plots, collectively valued at more than US$ 571 million (Aed 2.1 billion), are earmarked for the mixed-use development of hotels, residential and commercial towers, a retail zone and a stunning marina that will enhance the local landscape.

From 2007 Abu Dhabi will begin to see this unique project take shape. Ideally located near the diplomatic area, the Uae capital's first development of this kind focusing on economic and exhibition development will create a vibrant business and lifestyle destination for residents and visitors alike.

At the heart of this Centre will be an unmatched, best-of-breed exhibition multiplex which is already under construction. This will act as Capital Center's economic driver – attracting businesses, international event organizers, exhibitors and visitors from all over the world, thus driving Capital Center's tremendous investment potential.

Some of the highlights of Capital Centre will be: The Grandstand – a tribute to the past, the historic Grandstand that, for many years, was used by His Highness Sheikh Zayed Bin Sultan Al Nahyan, the late President of the Uae, to view parades and other key celebrations is being integrated into the Capital Centre development; 30 Towers that will house a mix of hotel and residential accommodation as well as office and retail opportunities; The Galleria – a paradise for shoppers, this will be an enclosed multi-storey air conditioned retail space; The Marina – providing scenic opportunities, the future home of super-yachts, marine exhibitions and floating hotels will become one of Abu Dhabi's most vibrant locations; The Feature Tower – futuristic and gravity defying, the tower will be one of the key visual icons of Capital Centre.

H.H. Sheikh Sultan Bin Tahnoon Al Nahyan, Member of the Abu Dhabi Executive Council and Chairman, Abu Dhabi National Exhibitions Company said: "Capital Centre is one of the cornerstones of our strategy to strengthen Abu Dhabi's profile as a major destination in the Middle East for the Mice industry. It will serve as a foundation on which new investments, industrial growth and business tourism will be built."

He added: "Capital Centre provides one of the best investment opportunities in Abu Dhabi today, as has been proven by similar international case studies. This unprecedented offering seeks to utilize the benefits provided by exhibitions, conferences and other events to diversify the region's economy, bring economic benefit to Abu Dhabi, promote Abu Dhabi as the preferred destination in the region for commerce and tourism and develop the economic potential of the Emirate and the city."

His Excellency, Ahmad Humaid Al Mazrouie, Managing Director of Adnec said "This premier district will become a prominent hub of activity and opportunity capitalizing on Abu Dhabi's welcoming and service-oriented culture, and will serve as a strong driver and catalyst for economic growth. The plots of land being sold offer immense value to investors as the district continues to be enhanced with future developments."

At the heart of Capital Centre will be the Abu Dhabi National Exhibition Centre. On completion, it will offer 57,000 m² of interconnecting hall space including a 3,168 m² atrium, 21,000 m² of U-shaped air conditioned concourse, 7,500 m2 of high specification multi-purpose hall for conferences and events, dedicated conference and banqueting areas for groups of 400 and 800 people.

It will also feature more than 30 mezzanine level flexible meeting rooms, 2,000 m² of serviced office space, 2,000 m² of diverse food courts, and a multi-storey and grade level car parking for more than 7,500 vehicles.

The marketplace for meetings worldwide …

WORLDMEETINGS

Your ideal assistant

Meeting services
Hotel bookings
Site selection

- RFPs processed promptly and at best available rates
- Password-protected online area for personal meetings management
- Free expert advice on local meetings industry
- Partner agencies offer complete procurement solutions from booking venues to financial settlement

Take advantage of this innovative booking tool – manage your meetings with www.worldmeetings.com!

WORLDMEETINGS

www.worldmeetings.com

Le fiere ordinate per categorie merceologiche
Exhibitions arranged by commercial categories

ALBERGHI, RISTORANTI, ESERCIZI PUBBLICI, CATERING, COMUNITÀ, NEGOZI
(allestimenti, forniture, servizi)
Hotels, restaurants, bars, catering, communities, shops (fittings, supplies, services)

Algeria
Algiers, 2/07 - Siel (N)

Argentina
Buenos Aires, 6/07 - Fithep Mercosul (I)

Australia
Brisbane, 14-17/7/07 - Shopex Brisbane (N)
Melbourne, 3-6/2/07 - Shopex Melbourne (N)
Melbourne, 19-21/4/07 - designEx (I)

Austria
Klagenfurt, 11-14/3/07 - Gast (I)
Salzburg, 11-15/11/06 - Alles für den Gast - Herbst (I)
Salzburg, 18-20/3/07 - Alles für den Gast - Frühjahr (I)
Vienna, 15-18/4/07 - Alles für den Gast Wien (I)

Azerbaijan
Baku, 18-20/4/07 - HotelExpo Azerbaijan (I)

Belarus
Minsk, 28/11-1/12/06 - Belproduct (I)
Minsk, 4/07 - Bistro. Store & restaurant (I)

Belgium
Brussels, 17-18/3/07 - B&B expo (I)
Brussels, 21-23/3/07 - XI days
Ghent, 19-23/11/06 - Horeca expo (I)
Marche-en-Famenne, 11-15/3/07 - Horecatel (N)

Bosnia and Hercegovina
Banja Luka, 9-12/11/06 - Lorimes (I)

Brazil
Carapina - Serra, 20-22/11/06 - Sabor Es (N)

Bulgaria
Sofia, 2/07 - Furniture Spring (I)

Canada
Montréal, 21-23/1/07 - Salon rendez-vous hri (N)
Vancouver, 4-5/3/07 - The BC food service expo (N)
Winnipeg, 29-30/4/07 - Centrex (N)

Chile
Santiago, 14-16/11/06 - H+G (I)

China, P.R.
Beijing, 20-22/6/07 - Fhc Beijing (I)
Guangzhou (Canton), 11/06 - Hotelex Guangzhou (I)
Guangzhou (Canton), 28-30/6/07 - Hosfair (I)
Hong Kong, 13-16/5/07 - Hofex (I)
Macau (Aomen), 22-24/11/06 - Hotel expo Macau (I)
Shanghai, 30/11-2/12/06 - Fhc China (I)
Shanghai, 4-7/4/07 - Hotelex Shanghai (I)
Xian, 17-19/5/07 - Hosfair (I)

Croatia
Zagreb, 21-24/2/07 - Hotel & Gastroteh (I)

Czech Republic
Brno, 27-29/3/07 - G+H (I)
Ceske Budejovice, 9-11/11/06 - Gastrofest Ceské Budejovice (I)

Denmark
Copenhagen, 25-27/2/07 - Contract kitchen (I)
Copenhagen, 25-27/2/07 - Hotel, restaurant & catering fair (I)

Egypt
Cairo, 13-16/11/06 - Hace (I)

Finland
Helsinki, 3/07 - Minimarket (N)

France
Lyon, 20-24/1/07 - Sirha (I)
Lyon, 18-20/3/07 - Vitrines et tendances (N)
Nantes, 18-21/3/07 - Salon de l'hôtellerie, mobilier de décoration, arts de la table et services (N)
Nantes, 18-21/3/07 - Salon des vins, bar, brasserie, café, équipements et des aménagements de terrasses (N)
Nantes, 18-21/3/07 - Salon du matériel pour cuisine, crêperie, poissonnerie, boucherie, charcuterie et collectivités (N)
Paris, 5-6/11/06 - Pause déjeuner
Paris, 5-9/11/06 - Equip'hôtel (I)
Paris, 1/07 - Prestho
Paris, 11-14/2/07 - Salon national de la boulangerie, pâtisserie, glacerie, traiteur (I)
Saint-Gaudens, 4/07 - Piregourmet (I)

Germany
Hamburg, 9-14/3/07 - Internorga (I)
Hanover, 13-16/1/07 - contractworld (I)
Nuremberg, 14-17/1/07 - Hoga Nürnberg (N)

Greece
Athens, 26-29/1/07 - Expro (I)

Hungary
Budapest, 20-22/2/07 - Ife Hungary (I)

India
Kolkata (Calcutta), 1/07 - Foodtech India (I)
New Delhi, 7-9/12/06 - Ife & hospitality India (I)

Indonesia
Jakarta, 28-31/3/07 - Food & hotel Indonesia (I)

Ireland
Dublin, 26-28/2/07 - Catex (N)
Dublin, 4/07 - Ifex Dublin (I)

Israel
Tel Aviv, 4-6/12/06 - Hotex (I)
Tel Aviv, 4-6/12/06 - Kitex (I)

Italy
Bastia Umbra, 14-17/1/07 - Expo tecnocom (N)
Bologna, 18-19/1/07 - Intershop (N)
Cagliari, 18-21/3/07 - Hospitando Sardegna (N)
Carrara, 25/2-1/3/07 - Balnearia (N)
Carrara, 25/2-1/3/07 - Tirreno ct (N)
Civitanova Marche, 25-28/2/07 - Tech & food hotel (N)
Foggia, 3-6/3/07 - Arco (N)
Genoa, 22-24/11/06 - Scuola dei sapori (N)
Naples, 3-7/2/07 - Exposudhotel (I)
Rimini, 25-28/11/06 - **Sia Guest** (I)
Rimini, 10-13/2/07 - Pianeta birra beverage & co. (I)
Riva del Garda, 28-31/1/07 - Expo Riva hotel (N)
Rome, 17-20/11/06 - Ristora (I)
Rome, 17-20/11/06 - Settimana della vita collettiva (I)
Udine, 3/07 - Alimenta (N)

Japan
Tokyo, 6-9/3/07 - Japan shop (I)
Tokyo, 13-16/3/07 - Caterex Japan (I)
Tokyo, 13-16/3/07 - Hoteres Japan (I)
Tokyo, 13-16/3/07 - Japan food service equipment show (I)

Kazakhstan
Almaty, 26-28/4/07 - Hotel&RestaurantExpo Kazakhstan (I)

Kuwait
Kuwait City, 27-29/11/06 - Horeca Kuwait (I)

Lebanon
Beirut, 27-30/3/07 - Horeca (I)

Lithuania
Vilnius, 9-11/11/06 - Baltshop. Balthotel. Baltgastro (I)

Moldova
Kishinev, 11-14/4/07 - Tourism. Leisure. Hotels (I)

Netherlands
Amsterdam, 8-11/1/07 - Horecava (I)
Maastricht, 22-25/1/07 - Bbb (I)

Philippines
Cebu, 28-30/6/07 - Cebu food expo (I)

Poland
Bydgoszcz, 15-17/2/07 - Interpiek - Polgastro (N)
Cracow, 23-25/11/06 - Horeca (I)
Warsaw, 22-24/3/07 - Eurogastro (I)
Warsaw, 16-18/5/07 - Ife Poland (I)

Romania
Cluj-Napoca, 23-27/5/07 - Hotel & catering (N)

Russia
Krasnodar, 8-14/12/06 - Resort South Russia (N)
Moscow, 21-23/3/07 - Hotelexpo Moscow (I)
Omsk, 23-30/3/07 - City service (N)
St. Petersburg, 15-17/3/07 - Expohoreca (I)

Saudi Arabia
Jeddah, 13-17/5/07 - Food, hotel & propac Arabia (I)

Singapore
Singapore, 13-16/5/07 - Hostec Asia (I)

Slovak Republic
Bratislava, 18-21/1/07 - Exposhop (I)
Nitra, 27-30/3/07 - Gastra (I)

South Africa
Johannesburg, 18-21/3/07 - Hostex Gauteng (I)

Spain
Girona, 2/07 - Tecnotast (N)
Lérida (Lleida), 27-29/11/06 - Tecnotast (N)
Vigo, 20-22/5/07 - Sha (N)

Sweden
Stockholm, 29-31/1/07 - Shie (I)

Switzerland
Lausanne, 4-8/11/06 - Gastronomia int. (I)
Martigny, 4-7/5/07 - Swiss alpina (I)

Tunisia
Sousse, 17-21/11/06 - Siehcar (I)
Tunis, 2/07 - Siher (I)

Turkey
Antalya, 18-21/1/07 - Anfas hotel equipment (I)
Istanbul, 15-18/2/07 - Interhotel / Hoteq (I)
Istanbul, 22-25/3/07 - Hotel, Bar-Cafe & Restaurant (I)

Ukraine
Kiev, 11/06 - Restaurant expo Ukraine (N)
Kiev, 27/2-2/3/07 - Marho (I)
Kiev, 28-31/3/07 - Hotel&Restaurant expo Ukraine (I)

United Arab Emirates
Dubai, 7-11/11/06 - Index Dubai (I)
Dubai, 19-22/2/07 - Gulfood (I)
Dubai, 3-5/6/07 - The hotel show (I)

United Kingdom
Belfast, 5-7/2/07 - Vintra (N)
Birmingham, 22-24/1/07 - Hospitality (I)
Birmingham, 22-24/1/07 - Hostec-EurHotec (I)
Bournemouth, 6-7/3/07 - Hotel & catering exhibition (N)
London, 2-4/4/07 - Pub & bar (N)
London, 12-14/6/07 - The in-store show (N)
Wadebridge, 6-8/3/07 - Expowest Cornwall (N)

United States of America
Chicago IL, 5/07 - Nra show (I)
Chicago IL, 6-8/5/07 - The Fmi show (I)
Dallas TX, 24-26/6/07 - Southwest foodservice expo (N)
Las Vegas NV, 4-7/3/07 - Las Vegas int. restaurant show (I)
Las Vegas NV, 7-9/3/07 - GlobalShop (I)
Las Vegas NV, 4-5/4/07 - Las Vegas int. hotel & restaurant show (I)
Las Vegas NV, 10-12/5/07 - Hd (I)
Long Beach CA, 5-8/11/06 - Fs/Tec (I)
Minneapolis MN, 18-20/2/07 - Up show (N)
New York NY, 12-14/11/06 - Ih/m&rs (I)
New York NY, 4-6/3/07 - Int. restaurant & foodservice show of New York (I)

ALIMENTARI
(prodotti, macchine, servizi)
Food-Beverage
(products, machinery,services)

Algeria
Algiers, 11/06 - Siac (I)

Argentina
Buenos Aires, 6/07 - Fithep Mercosul (I)
Buenos Aires, 7/07 - Expoelgourmet.com (I)
Rosario, 5/07 - Fiar (I)

Australia
Adelaide, 29/7-1/8/07 - WineTech (N)
Brisbane, 10-12/11/06 - Good food & wine show Brisbane (N)
Melbourne, 1-3/6/07 - Good food & wine show Melbourne (N)
Sydney, 15-17/6/07 - Good food & wine show Sydney (N)

Austria
Innsbruck, 2-4/3/07 - Int. Weinmesse Innsbruck (I)
Klagenfurt, 11-14/3/07 - Intervino (I)
Salzburg, 18-20/3/07 - Alles für den Gast - Frühjahr (I)
Salzburg, 18-20/3/07 - Vin Austria (I)
Vienna, 15-18/4/07 - Alles für den Gast Wien (I)
Vienna, 15-18/4/07 - f&b Vienna (I)
Vienna, 15-18/4/07 - Vinova (I)

Azerbaijan
Baku, 23-25/5/07 - InterFood Azerbaijan (I)

Belarus
Minsk, 28/11-1/12/06 - Belproduct (I)
Minsk, 4/07 - Beer (I)
Minsk, 4/07 - Wines & drinks (I)

Belgium
Antwerp, 12/06 - Antwerps voedingssalon (I)
Brussels, 16-18/3/07 - Life2 (N)
Brussels, 24-26/4/07 - European seafood exposition (I)
Brussels, 24-26/4/07 - Seafood processing Europe (I)
Ghent, 23-24/5/07 - easyFairs Ppt food (N)
Kortrijk, 18-21/3/07 - Meat & fresh expo (N)
Namur, 8-10/12/06 - Salon int. du vin et de la gastronomie (I)

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

Bosnia and Hercegovina
Mostar, 27-31/3/07 - Wine fair (I)

Brazil
Carapina - Serra, 20-22/11/06 - Sabor Es (N)
Fortaleza, 5/07 - Tecno alimentos (I)
Olinda, 7-10/11/06 - Fispal Nordeste (I)
São Paulo, 24-26/4/07 - Brasil cachaça (I)
São Paulo, 24-26/4/07 - Expovinis Brasil (I)
São Paulo, 24-26/4/07 - Tecno láctea (I)
São Paulo, 3-6/5/07 - Natural tech (I)
São Paulo, 12-15/6/07 - Fispal tecnologia (I)
São Paulo, 19-21/6/07 - Brasil brau (I)
São Paulo, 23-26/7/07 - Fispal food service (I)

Bulgaria
Plovdiv, 28-31/3/07 - Vinaria (I)
Plovdiv, 7-12/5/07 - Food+tech (I)
Sofia, 1-4/11/06 - Balkan food & drinks (I)
Sofia, 15-18/11/06 - Interfood & Drink (I)
Sofia, 15-18/11/06 - Meatmania (I)
Sofia, 15-18/11/06 - Salon de vin (N)
Sofia, 15-18/11/06 - The world of milk (I)

Canada
Montréal, 28-30/3/07 - Set Canada (I)
Montréal, 28-30/3/07 - Sial Montréal (I)
Montréal, 9-11/5/07 - Cpma Acdfl (N)
Saskatoon, 26-27/4/07 - Western canadian livestock expo (N)
Toronto, 18-20/2/07 - The Canadian int. food and beverage show (I)
Vancouver, 15-16/4/07 - Grocery showcase west (N)

Chile
Santiago, 14-16/11/06 - Expoalimenta (I)
Santiago, 14-16/11/06 - H+G (I)
Santiago, 15-18/11/06 - Fipach Latinoamerica (I)
Santiago, 12-14/7/07 - Vinitech America Latina (I)

China, P.R.
Beijing, 11/06 - Meat expo (I)
Beijing, 4-7/4/07 - China refrigeration (I)
Beijing, 20-22/6/07 - Fhc Beijing (I)
Guangzhou (Canton), 7-10/3/07 - China drinktec (I)
Guangzhou (Canton), 4-6/4/07 - China refrigeration (I)
Guangzhou (Canton), 12-14/5/07 - Coffee festival China (I)
Guangzhou (Canton), 12-14/5/07 - Ice cream China (I)
Guangzhou (Canton), 12-14/5/07 - Interbake China (I)
Guangzhou (Canton), 7-9/6/07 - Interfood China (I)
Guangzhou (Canton), 7-9/6/07 - Interwine China (I)
Guangzhou (Canton), 28-30/6/07 - Hosfair (I)
Hong Kong, 22-26/12/06 - Hong Kong food festival
Hong Kong, 13-16/5/07 - Hofex (I)
Qingdao (Tsingtao), 1-3/11/06 - China fisheries & seafood expo (I)
Shanghai, 8-9/11/06 - Cme China (I)
Shanghai, 23-25/11/06 - Vinitaly China (I)
Shanghai, 30/11-2/12/06 - Fhc China (I)
Shanghai, 2-4/3/07 - Sciwe (I)
Shanghai, 15-17/3/07 - Fi Asia-China (I)
Shanghai, 10-12/5/07 - Packtech & Foodtech (I)
Shanghai, 10-12/5/07 - Sial China (I)
Xian, 17-19/5/07 - Hosfair (I)

Costa Rica
San José, 27-28/7/07 - Alimentexpo (I)

Croatia
Zagreb, 9-12/5/07 - Vinovita (I)

Cyprus
Nicosia, 19-22/4/07 - Int. mediterranean food & drinks exhibition (I)

Czech Republic
Brno, 27-29/3/07 - G+H (I)
Ceske Budejovice, 9-11/11/06 - Gastrofest Ceské Budejovice (I)
Ceske Budejovice, 8-9/6/07 - Beer festival (N)
Prague, 15-17/5/07 - Wine & spirits (I)

Denmark
Copenhagen, 25-27/2/07 - Copenhagen wine & spirits show (I)
Copenhagen, 25-27/2/07 - Int. food fair of Scandinavia (I)

Ecuador
Quito, 11/06 - Vinos&Vinos (I)

Egypt
Cairo, 13-16/11/06 - Hace (I)

Estonia
Tartu, 11/5/07 - Beerlager (N)

Ethiopia
Addis Ababa, 15-17/2/07 - African fine coffee conference & exhibition (I)
Addis Ababa, 6/07 - Agrifex (I)

Finland
Helsinki, 15-17/3/07 - Viini expo (N)
Tampere, 5/07 - Food manufacturing (N)

France
Angers, 5-7/2/07 - Salon des vins de Loire (I)
Bordeaux, 17-21/6/07 - Vinexpo (I)
Bourges, 3-5/11/06 - Salon des vins et de la gastronomie et des arts de la table (N)
Cannes, 22-25/2/07 - Convention int. des vins & spiritueux (I)
Châlons-en-Champagne, 18-20/11/06 - Gastronomie (N)
Dijon, 1-12/11/06 - Foire int. et gastronomique de Dijon (I)
Lille, 11/06 - Envies culinaires (N)
Lyon, 20-24/1/07 - Sirha (I)
Nantes, 18-21/3/07 - Salon de l'agroalimentaire et des produits du terroir (N)
Nantes, 18-21/3/07 - Salon de la boulangerie, pâtisserie, glaciers et chocolatiers (N)
Nantes, 18-21/3/07 - Salon des vins, bar, brasserie, café, équipements et des aménagements de terrasses (N)
Paris, 28/10-1/11/06 - Salon du chocolat (I)
Paris, 11/06 - Tea expo (I)
Paris, 20-23/11/06 - Ipa (I)
Paris, 1-4/12/06 - Salon saveurs des plaisirs gourmands (N)
Paris, 11-14/2/07 - Intersuc (I)
Paris, 11-14/2/07 - Salon national de la boulangerie, pâtisserie, glacerie, traiteur (I)
Paris, 7-8/3/07 - European sandwich & snack show (I)
Paris, 13-14/3/07 - In-food (N)
Paris, 27-29/3/07 - Mdd expo (I)
Paris, 30/3-1/4/07 - Paris fermier de printemps (N)
Paris | Rambouillet, 5-8/5/07 - Grand marché fermier de Rambouillet (N)
Saint-Gaudens, 4/07 - Piregourmet (I)
Toulouse, 10-12/11/06 - Vins et terroirs Toulouse (N)

Georgia
Tbilisi, 16-18/11/06 - Interfood Georgia (I)
Tbilisi, 1-3/6/07 - Winexpo Georgia (I)

Germany
Berlin, 1/07 - Weinmesse Berlin (N)
Berlin, 19-28/1/07 - Igw (I)
Cologne, 28-31/1/07 - Ism (I)
Cologne, 29/1-1/2/07 - Prosweets (I)
Dresden, 9-11/2/07 - Dresder Kulinaria (I)
Dresden, 9-11/2/07 - Dresdner Vinum (I)
Düsseldorf, 18-20/3/07 - ProWein (I)
Frankfurt am Main, 14-16/11/06 - Hi Europe (I)
Frankfurt am Main, 24-26/11/06 - Interwhisky (I)
Frankfurt am Main, 5-10/5/07 - Iffa / Iffa-Delicat (I)
Hamburg, 1/07 - Weinmesse Hamburg (I)
Hamburg, 9-14/3/07 - Internorga (I)
Leipzig, 5-6/11/06 - Fleifa (N)
Munich, 10-12/11/06 - Forum vini (I)
Munich, 7-10/12/06 - Food & life (I)
Nuremberg, 15-17/11/06 - Brau Beviale (I)
Nuremberg, 15-18/2/07 - BioFach (I)
Rheinberg, 11-12/11/06 - Essen & Trinken (I)
Stuttgart, 22-26/4/07 - Intervitis Interfructa (I)

Greece
Athens, 16-19/11/06 - Foodtech (I)
Athens, 22-26/2/07 - Int. food & drinks exhibition (I)
Athens, Paiania, 22-26/2/07 - Int. exhibition for bakery and confectionary, raw materials and food technology (I)
Athens, Piraeus, 16-20/2/07 - Artoza (I)
Thessalonika, 9-12/3/07 - Detrop (I)

Hungary
Budapest, 21-24/11/06 - Foodapest (I)
Budapest, 20-22/2/07 - Ife Hungary (I)

India
Hyderabad, 23-25/11/06 - Dairy universe India (I)
Hyderabad, 23-25/11/06 - Sweet & snack factory India (I)
Kolkata (Calcutta), 1/07 - Foodtech India (I)
Mumbai (Bombay), 1-3/11/06 - World of food India (I)
New Delhi, 7-9/12/06 - Ife & hospitality India (I)
New Delhi, 3/07 - Aahar (I)

Indonesia
Jakarta, 6-9/12/06 - Propak Indonesia (I)
Jakarta, 28-31/3/07 - Food & hotel Indonesia (I)

Ireland
Dublin, 4/07 - Ifex Dublin (I)

Israel
Tel Aviv, 4-6/12/06 - Israfood (I)
Tel Aviv, 4-6/12/06 - Kitex (I)

Italy
Acqualagna, 29/10-12/11/06 - Fiera nazionale del tartufo bianco (N)
Alba, 4/07 - Vinum (N)
Bastia Umbra, 30/3-1/4/07 - Agriumbria (N)
Bologna, 9-12/11/06 - Cioccoshow (N)
Bologna, 18-19/1/07 - So fresh (N)
Bologna, 1-4/3/07 - Alimentarti (N)
Carpi, 28/10-1/11/06 - Carpi a tavola (N)
Casteggio, 26/11/06 - Fiera del tartufo e del miele (N)
Cesena, 30/11-1/12/06 - Sugar world (I)
Città di Castello, 2-4/11/06 - Mostra del tartufo e dei prodotti del bosco (N)
Cuneo, 4-5/11/06 - Sapori della carne (N)
Foggia, 3-6/3/07 - Arco (N)
Foggia, 28/4-3/5/07 - Enolsud (N)
Forlì, 29/3-1/4/07 - Gusto (N)
Genoa, 4-7/5/07 - Slow fish (N)
Gonzaga, 10-11/3/07 - Il lambrusco e i sapori d'Italia (N)
Lanciano, 7-10/12/06 - Agroalimenta (N)
Longarone, 26-29/11/06 - Mig (I)

WorldFood KAZAKHSTAN

9TH CENTRAL ASIAN INTERNATIONAL EXHIBITION

1-4 November 2006

Kazakhstan, Almaty, IEC "Atakent"

Food Industry

SPECIALISED EXHIBITIONS:

Ingredients KAZAKHSTAN
INGREDIENTS, ADDITIVES, SPICES

WorldFoodTech KAZAKHSTAN
PACKAGING, EQUIPMENT AND TECHNOLOGIES

AgroWorld KAZAKHSTAN
AGRICULTURE

Hotel&RestaurantExpo KAZAKHSTAN
EVERYTHING FOR HOTELS, RESTAURANTS, SUPERMARKETS

Organisers:

ITE GROUP PLC · ITECA · EUF · GiMA International Exhibition Group GmbH & Co. KG

ITECA (Almaty, Kazakhstan)
Tel.: +7 (3272) 58 34 34; Fax: +7 (3272) 58 34 44; E-mail: food@iteca.kz

www.worldfood.kz www.food-exhibitions.com

Merano, 11-13/11/06 - Merano int. winefestival & Culinaria (I)
Messina, 21-24/6/07 - Mostra mercato prodotti ittici (N)
Messina, 30/7-15/8/07 - Vetrina del mare (N)
Montichiari, 18-21/2/07 - Aliment&Attrezzature (N)
Naples, 3-6/5/07 - Saltexpo (N)
Palermo, 1-4/3/07 - MediAl (N)
Piacenza, 2-4/3/07 - Naturalmente (N)
Piacenza, 13-15/3/07 - Enoforum - Tecnovitis (N)
Rimini, 20-24/1/07 - Sigep (I)
Rimini, 10-13/2/07 - Mia (I)
Rimini, 10-13/2/07 - Mse - Mediterranean seafood exhibition (I)
Rimini, 10-13/2/07 - Pianeta birra beverage & co. (I)
Rome, 24/11/06 - Qualimentaria (N)
Trieste, 3-5/11/06 - TriestEspresso expo (I)
Udine, 3/07 - Alimenta (N)
Verona, 8-11/3/07 - Agrifood (I)
Verona, 29/3-2/4/07 - Enolitech (I)
Verona, 29/3-2/4/07 - Sol (I)
Verona, 29/3-2/4/07 - Vinitaly (I)
Verona, 5-9/5/07 - Siab (I)
Vicenza, 5/11/06 - Salone nazionale del vino novello (N)

Japan

Chiba, 21-24/2/07 - Mobac show (I)
Chiba, 13-16/3/07 - Foodex Japan (I)
Kitakyushu, 1-14/2/07 - Salon du chocolat de Kokura (I)
Kyoto, 31/1-14/2/07 - Salon du chocolat de Kyoto (I)
Osaka, 8-10/11/06 - Ifia Osaka (N)
Tokyo, 24-29/1/07 - Salon du chocolat de Tokyo (I)
Tokyo, 18-20/7/07 - Japan int. seafood and technology expo (I)

Kazakhstan

Almaty, 1-4/11/06 - WorldFood Kazakhstan (I)
Almaty, 24-27/4/07 - FoodExpo Kazakhstan (I)
Almaty, 24-27/4/07 - FoodTek Kazakhstan (I)
Astana, 30/5-1/6/07 - Interfood Astana (I)

Korea, South

Daegu (TaeGu), 6/07 - Dafood (I)
Seoul, 11/06 - Food Korea show (I)
Seoul, 24-27/4/07 - Seoul food (I)

Kuwait

Kuwait City, 27-29/11/06 - Horeca Kuwait (I)

Lebanon

Beirut, 27-30/3/07 - Horeca (I)

Lithuania

Vilnius, 24-25/11/06 - Intelligent home (N)

Luxembourg

Luxembourg-Kirchberg, 18-22/11/06 - Expogast (I)

Mexico

Culiacán, 7-10/2/07 - Expo agro Sinaloa (I)
Guadalajara, 31/7-3/8/07 - Confitexpo (I)
Mexico City, 15-17/11/06 - Expo chef (I)
Mexico City, 9-11/2/07 - Expo int. naturista Anipron (I)
Mexico City, 19-22/4/07 - Salón int. para el mercado gourmet (I)
Mexico City, 5-7/6/07 - Alimentaria México (I)
Monterrey, 22-24/2/07 - Expo carnes (I)

Moldova

Kishinev, 21-24/2/07 - Expovin Moldova (I)
Kishinev, 16-20/5/07 - Food & drinks. Food technology (I)

Monaco (Principauté de)

Monaco, 11/06 - Salon Monte-Carlo gastronomie (I)
Monaco, 27-29/4/07 - Lux wine (I)

Mongolia

Ulan Bator (Ulaanbaatar), 7-10/11/06 - Healthy food (I)
Ulan Bator (Ulaanbaatar), 6/07 - InterFood Mongolia (I)

Montenegro

Budva, 14-17/3/07 - Food fair (N)

Netherlands

Maastricht, 22-24/1/07 - Efff (I)

Norway

Oslo - Lillestrom, 27/2-1/3/07 - North Atlantic seafood exhibition and conference (I)

Oman

Muscat, 3-5/12/06 - Food expo (I)

Pakistan

Karachi, 9-12/5/07 - FoodTech Pakistan (I)

Panama

Panama City, 11/06 - Camarón (I)
Panama City, 5/07 - Expovino (I)

Paraguay

Asunción, 23-25/5/07 - Fabe (I)

Philippines

Cebu, 28-30/6/07 - Cebu food expo (I)
Davao City, 20-23/6/07 - Fpp Mindanao (I)
Manila, 18-20/5/07 - Ifex (I)
Manila, 20-24/6/07 - Mafbex (I)

Poland

Bydgoszcz, 15-17/2/07 - Interpiek - Polgastro (N)
Cracow, 23-25/11/06 - Gastrofood (N)
Gdansk, 30/3-1/4/07 - Baltpiek (I)
Gdansk, 29-31/5/07 - Polfish (I)
Warsaw, 16-18/5/07 - Ife Poland (I)

Portugal

Braga, 7-11/3/07 - Agro (I)
Braga, 7-11/3/07 - Salão do vinho (N)
Lisbon, 11-13/1/07 - Enovit (I)
Lisbon, 27-30/5/07 - Alimentária Lisboa (I)
Porto, 25/11-3/12/06 - Expo-chocolate (I)
Porto, 10-18/3/07 - Festival do bacalhau (I)

Romania

Bucharest, 8-12/11/06 - Expo-drink (I)
Bucharest, 8-12/11/06 - Indagra (I)
Bucharest, 29/3-1/4/07 - Salon de vinuri (I)
Cluj-Napoca, 8-12/5/07 - Agraria (I)

Russia

Ekaterinburg, 20-22/2/07 - Uralprodexpo (I)
Irkutsk, 14-17/11/06 - Agroindustrial week (N)
Krasnodar, 11-14/4/07 - Wines and beverages (I)
Moscow, 7-9/11/06 - Interdrink (I)
Moscow, 1-3/12/06 - Salon du chocolat Moscou (I)
Moscow, 5-8/12/06 - Ingredients Russia (I)
Moscow, 5-8/12/06 - TechnoFood (I)
Moscow, 12-16/2/07 - Prodexpo (I)
Moscow, 11-14/4/07 - Pivovar (I)
Moscow, 23-26/4/07 - Bakery - Pasta - Intersweets (I)
Moscow, 25-28/4/07 - Expovin (I)
Moscow, 5/07 - Vinitaly Russia (I)
Moscow, 17-19/5/07 - DetPit (I)
Moscow, 6/07 - Modern bakery (I)
Moscow, 26-29/6/07 - Foodmash (I)
Novosibirsk, 28/11-1/12/06 - ProdSib (I)
Omsk, 27-30/3/07 - Omskprod (N)
Perm, 31/10-3/11/06 - Food & Packing (I)
St. Petersburg, 7-10/11/06 - Peterfood (I)
St. Petersburg, 2-5/4/07 - Ingredients St. Petersburg (I)
St. Petersburg, 2-5/4/07 - InterFood St. Petersburg (I)
St. Petersburg, 2-5/4/07 - Prodtech St. Petersburg (I)
St. Petersburg, 5/07 - Vinitaly Russia (I)
Ufa, 7-10/11/06 - Produral. Packaging (I)

Saudi Arabia

Jeddah, 13-17/5/07 - Food, hotel & propac Arabia (I)

Serbia

Belgrade, 29/11-2/12/06 - Wine, food and equipment show (I)
Belgrade, 14-17/2/07 - Milk expo Balkan (I)
Belgrade, 19-21/4/07 - In vino (I)

Singapore

Singapore, 2-4/11/06 - Wine for Asia (I)

Slovak Republic

Bratislava, 18-21/1/07 - Danubius gastro (I)
Nitra, 27-30/3/07 - Coba (N)
Trencin, 1-2/12/06 - Vinum laugarico (I)

Slovenia

Ljubljana, 16-18/11/06 - Slovenski festival vin (N)

South Africa

Cape Town, 5/07 - Good food & wine show (I)

Spain

Barcelona, 2-5/3/07 - Barcelona degusta (I)
Barcelona, 30/3-1/4/07 - Exposalud (I)
Bilbao, 24-27/1/07 - Eurofishing (I)
Ciudad Real, 7-10/5/07 - Fenavin (N)
Girona, 2/07 - Tecnotast (N)
Jaén, 5/07 - Expoliva (I)
Lérida (Lleida), 27-29/11/06 - Tecnotast (N)
Madrid, 21-23/11/06 - Iberwine (I)
Madrid, 10-14/3/07 - Intersicop (I)
Madrid, 16-19/4/07 - Salon du chocolat de Madrid (I)
Madrid, 16-19/4/07 - Salón int. del club de gourmets (I)
Madrid, 8-11/5/07 - Sal (I)
Valencia, 3/07 - Expoitalia (I)
Valencia, 3/07 - InterAlimed (I)
Valencia, 18-20/4/07 - Vinoélite (I)
Valladolid, 11-15/3/07 - Alimentaria Castilla y León (I)
Vigo, 28/10-1/11/06 - Expogalaecia (I)
Vigo, 20-22/5/07 - Sha (N)
Zaragoza, 13-16/2/07 - Enomaq (I)
Zaragoza, 6-9/3/07 - Frozen (I)
Zaragoza, 6-9/3/07 - Qualicoop (I)
Zaragoza, 6-9/3/07 - Qualimen (I)

Sweden

Gothenburgh, 2/07 - Mat & Dryck (I)
Jönköping, 13-15/3/07 - Elmia food mart (I)
Malmö, 18-19/4/07 - easyFairs FoodProcessing & FoodPack Øresund (I)
Stockholm, 10-12/11/06 - Det goda köket (I)

Switzerland

Basel, 28/10-5/11/06 - Basler Weinmesse (I)
Berne, 21-25/1/07 - Fbk (I)
Geneva, 8-10/5/07 - Vitafoods int. (I)
Geneva, 3-5/6/07 - Tea & coffee world cup (I)

Syria

Damascus, 5-9/12/06 - Syriaft (I)

Taiwan

Taipei, 24-27/11/06 - Taiwan int. best food products and equipment fair (I)
Taipei, 19-22/4/07 - Taipei int. bakery show (I)
Taipei, 21-24/6/07 - Food Taipei (I)
Taipei, 21-24/6/07 - Foodtech Taipei (I)

Thailand

Bangkok, 13-16/6/07 - Propak Asia (I)
Bangkok, 13-16/6/07 - SeafoodTech (I)

Tunisia

Sfax, 15-19/5/07 - Sma-MedFood (I)
Tunis, 4-8/4/07 - Agroleader (I)

Turkey

Antalya, 14-17/2/07 - Fabex (I)
Gaziantep, 9-12/11/06 - Gapfood (I)
Istanbul, 9-12/11/06 - Bakery-tech (I)
Istanbul, 9-12/11/06 - Drink-tech (I)
Istanbul, 9-12/11/06 - Drink-tech (I)
Istanbul, 9-12/11/06 - Istanbul food-tech (I)
Istanbul, 9-12/11/06 - Meat-tech (I)
Istanbul, 9-12/11/06 - Milk-tech (I)
Istanbul, 22-25/11/06 - Gida (I)
Istanbul, 22-25/11/06 - Ipack (I)
Istanbul, 8-11/3/07 - Foteg Istanbul (I)

Ukraine

Kiev, 31/10-3/11/06 - World food Ukraine (I)
Kiev, 8-11/11/06 - Food industry (I)
Kiev, 8-11/11/06 - Meat salon (I)
Kiev, 8-11/11/06 - Salon of coffee, tea and confectionery (I)
Kiev, 8-11/11/06 - Seafood expo (I)
Kiev, 13-15/2/07 - UkrProdMash (I)
Kiev, 27/2-2/3/07 - Food expo Ukraine (I)
Kiev, 27/2-2/3/07 - Meat salon (I)
Kiev, 27/2-2/3/07 - Salon of coffee, tea and confectionery (I)
Kiev, 27/2-2/3/07 - Seafood expo (I)
Lviv, 13-16/2/07 - Prodexpo (I)
Odessa, 5/07 - Odessa-Prod-Mash (N)

United Arab Emirates

Dubai, 14-17/11/06 - Dubai Soft (I)
Dubai, 10-12/12/06 - Middle East natural & organic products expo (I)
Dubai, 19-22/2/07 - Gulfood (I)
Dubai, 21-22/2/07 - Dubai int. wine & beverage fair (I)
Dubai, 3/07 - Salon du chocolat de Dubai (I)

United Kingdom

Birmingham, 11-12/11/06 - Cake (N)
Birmingham, 22-26/11/06 - Bbc good food show (N)
Edinburgh, 15/11/06 - Agriscot (N)
Glasgow, 21-24/1/07 - Siff (I)
London, 1-5/11/06 - Spirit of Christmas (I)
London, 15-17/12/06 - The festive Bbc good food show (N)
London, 18-21/3/07 - Ife (I)
London, 5/07 - Total sandwich and snack show (I)
London, 22-24/5/07 - Liwsf (I)
London, 23-24/5/07 - Caffè culture (I)
London, 23-24/6/07 - Cyprus wine festival & business exhibition (N)

United States of America

Albuquerque NM, 2-4/3/07 - National fiery-foods & barbecue show (N)
Anaheim CA, 9-11/3/07 - Supply expo (N)
Anaheim CA, 3-5/6/07 - Dairy deli bake seminar & expo (N)
Atlanta GA, 9-11/6/07 - World tea expo (I)
Boston MA, 11-13/3/07 - Int. Boston seafood show (I)
Boston MA, 11-13/3/07 - Seafood processing America (I)
Chicago IL, 29/10-2/11/06 - Fpm expo (I)
Chicago IL, 6-8/5/07 - Spring fancy food show (I)
Chicago IL, 6/07 - All candy expo (N)
Chicago IL, 26-30/7/07 - Ift food expo (I)
Houston TX, 25-28/2/07 - Rfa conference & exhibition (N)
Las Vegas NV, 4-7/3/07 - The Show (I)
Miami Beach FL, 31/5-2/6/07 - Fispal Latino (I)
Milwaukee WI, 12-14/7/07 - American convention of meat processors & suppliers exhibition (N)
New York NY, 10-12/11/06 - Chocolate show (I)
New York NY, 14-15/11/06 - Expo comida latina (I)
New York NY, 4-6/3/07 - Int. restaurant & foodservice show of New York (I)
New York NY, 4-6/3/07 - New York pizza show (I)
New York NY, 8-10/7/07 - Summer fancy food show (I)
Orlando FL, 12/06 - Soho expo (I)
Orlando FL, 8-10/5/07 - The gourmet housewares show (I)
San Francisco CA, 21-23/1/07 - Winter fancy food show (I)
Seattle WA, 11/06 - Fish expo Seattle (I)
Washington DC, 6-8/3/07 - Food safety & security summit (N)

Uzbekistan

Tashkent, 27-29/3/07 - Worldfood Uzbekistan (I)

Vietnam

Ho Chi Minh, 16-19/11/06 - Vietnam int. plastic, packaging, printing and food processing industry show (I)
Ho Chi Minh, 8-11/5/07 - FoodPack (I)

ANTIQUARIATO, GALLERIE D'ARTE, BELLE ARTI, MUSEI

Antiques, galleries, fine arts, museums

Argentina

Buenos Aires, 9-13/11/06 - Expo antiquaria (I)
Buenos Aires, 5/07 - ArteBa (I)

Australia

Perth, 16-17/6/07 - Artitude

Austria

Dornbirn, 27-29/7/07 - Art Bodensee (I)
Innsbruck, 15-18/2/07 - Art Innsbruck (I)
Salzburg, 10-12/11/06 - Kunstmesse Salzburg (N)
Salzburg, 31/3-9/4/07 - Int. Messe für Kunst und Antiquitäten (I)
Vienna, 4-12/11/06 - Int. Messe für Kunst und Antiquitäten (I)
Vienna, 26-29/4/07 - Viennafair (I)

Belgium

Antwerp, 24-26/11/06 - Art-event (N)
Brussels, 19-28/1/07 - Foire des antiquaires de Belgique (I)
Brussels, 23/3-1/4/07 - Eurantica Brussels (I)
Brussels, 20-23/4/07 - Art Brussels (I)
Ghent, 1-5/12/06 - Lineart (I)
Libramont, 2-4/3/07 - Antiq'Ardenne (I)
Mechelen, 3/07 - Curioza (N)
Namur, 11/06 - Antica Namur (N)

Bulgaria

Plovdiv, 4-10/6/07 - Impressia (I)

Canada

Toronto, 15-18/3/07 - Toronto art expo (N)

Colombia

Santa Fe de Bogotá, 23-27/11/06 - Artbo (I)

Czech Republic

Prague, 14-24/6/07 - Prague quadriennial (I)

Finland

Turku, 17-18/3/07 - Turku art and antiques fair (N)

France
Avignon, 6/11/06 - Avignon vente aux marchands (I)
Avignon, 4/12/06 - Avignon vente aux marchands (I)
Bourges, 2/07 - Journées des antiquaires (N)
Châlons-en-Champagne, 11/06 - Salon d'artisanat d'art (N)
Grenoble, 1-5/2/07 - Salon européen des antiquaires (I)
Lille, 19/12/06 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lille, 13/2/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lille, 3/07 - Les antiquaires (N)
Lille, 24/4/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lille, 26/6/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lyon, 7/11/06 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lyon, 9/1/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lyon, 27/2/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lyon, 3/5/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Lyon, 12/6/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Metz, 24-27/11/06 - Salon des antiquaires (I)
Metz, 20-23/4/07 - art.metz (I)
Montpellier, 5/12/06 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Montpellier, 6/2/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Montpellier, 3/4/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Montpellier, 3/7/07 - Journées professionnelles int. de l'antiquité et de la brocante (I)
Nancy, 20-23/4/07 - Salon des antiquaires (N)
Paris, 31/10-5/11/06 - Grand marché d'art contemporain - Paris 12ème et 4ème (N)
Paris, 11/06 - Fiba (I)
Paris, 11/06 - Salon des antiquaires de Paris 16ème (N)
Paris, 11/06 - Salon du patrimoine culturel (I)
Paris, 9-19/11/06 - Salon antiquités brocante - Paris 12ème et 4ème (N)
Paris, 16-19/11/06 - Paris photo (I)
Paris, 10-14/1/07 - Grand marché d'art contemporain - Paris 12ème (N)
Paris, 18-28/1/07 - Salon antiquités brocante - Paris 12ème (N)
Paris, 24-26/1/07 - Sime-Sitem (I)
Paris, 9-18/2/07 - Antiquités brocante à Champerret (N)
Paris, 23/2-4/3/07 - Salon du livre et papiers anciens - Paris 17ème (N)
Paris, 9-18/3/07 - Salon des antiquaires de Paris 16ème (N)
Paris, 22-25/3/07 - Grand marché art Paris 12ème (N)
Paris, 27/3-1/4/07 - Salon du livre et papiers anciens - Paris 12ème (N)
Paris, 29/3-2/4/07 - Art Paris (I)
Paris, 26-29/4/07 - Fila (I)
Paris, 26/4-1/5/07 - Grand marché d'art contemporain - Paris 12ème et 4ème (N)
Strasbourg, 24-27/11/06 - St'art (I)
Toulouse, 4-12/11/06 - Salon des antiquaries (I)

Germany
Cologne, 1-5/11/06 - Art Cologne (I)
Essen, 15-19/11/06 - Art & Antique Essen (I)
Hamburg, 11/06 - Quod libet (I)
Karlsruhe, 22-25/3/07 - ArtKarlsruhe (I)
Munich, 20-22/6/07 - Mutec (I)
Sindelfingen, 19-21/1/07 - Euro-Antik (I)
Villingen-Schwenningen, 9-11/3/07 - Int. Schwarzwälder Antiquitätentage (I)
Wiesbaden, 1/07 - Art & Antique Wiesbaden (N)

Hungary
Pécs, 9-10/12/06 - Art expo

Ireland
Dublin, 17-19/11/06 - Art Ireland (N)
Dublin, 28/3-1/4/07 - Art Ireland (N)

Italy
Arezzo, 4-5/11/06 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Arezzo, 2-3/12/06 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Arezzo, 6-7/1/07 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Arezzo, 3-4/2/07 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Arezzo, 3-4/3/07 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Arezzo, 7-8/4/07 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Arezzo, 5-6/5/07 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Arezzo, 2-3/6/07 - Fiera antiquaria di Arezzo (N)
Bari, 1-4/12/06 - Expoarte (I)
Bastia Umbra, 21/4-1/5/07 - Assisi antiquariato (N)
Bologna, 26-29/1/07 - Arte fiera (I)
Brescia, 25/11-3/12/06 - Brixiantiquaria (N)
Cagliari, 3-12/11/06 - Salone antiquariato (N)
Città di Castello, 5/07 - Mostra del mobile in stile e antiquariato (N)
Forlì, 9-11/2/07 - Babilonia (N)
Genoa, 27/1-4/2/07 - Antiqua (N)
Gonzaga, 20-25/4/07 - Gonzaga antiquaria (N)
Milan, 22-26/11/06 - Mint (I)
Milan, 30/3-2/4/07 - Miart (I)
Milan | Segrate, 9/11/06 - Déballage (N)
Milan | Segrate, 10-12/11/06 - Brocantage - Top class antiques (N)
Milan | Segrate, 25-26/11/06 - Byblos (N)
Milan | Segrate, 14/12/06 - Déballage (N)
Milan | Segrate, 15-17/12/06 - Brocantage - Top class antiques (N)
Milan | Segrate, 12-21/1/07 - Novegro alto antiquariato (N)
Milan | Segrate, 12-21/1/07 - Novegronovecento (N)
Modena, 16-19/11/06 - 7.8. Novecento (N)
Modena, 17-25/2/07 - Modenantiquaria (N)
Montichiari, 28/10-5/11/06 - Rassegna antiquaria (N)
Montichiari, 10-18/2/07 - Samarcanda (N)
Padua, 3-11/2/07 - Antologia (N)
Padua, 21-29/4/07 - Antiquaria (N)
Parma, 4-12/11/06 - Gotha (I)
Parma, 3-11/3/07 - Mercanteinfiera primavera (I)
Parma, 13-16/4/07 - Arte Parma (N)
Parma, 5-6/5/07 - Bagarre (N)
Pordenone, 13-21/1/07 - La vetrina del tempo (N)
Saluzzo, 19-27/5/07 - Mostra nazionale di antiquariato (N)
Silvi Marina, 28/10-5/11/06 - Antiquariato (N)
Todi, 6-15/4/07 - Rassegna antiquaria d'Italia (N)
Trieste, 28/10-5/11/06 - Triesteantiqua (N)
Turin, 10-12/11/06 - Artissima (I)
Vicenza, 2-5/3/07 - Vicenza arte (N)
Viterbo, 28/10-5/11/06 - Antiquaria (N)

Japan
Tokyo, 2-3/12/06 - Design festa (I)
Tokyo, 12-14/1/07 - Antique jamboree (N)
Tokyo, 5/07 - Design festa (I)

Luxembourg
Luxembourg-Kirchberg, 2-5/2/07 - Salon des antiquaires (N)

Mexico
Mexico City, 25-29/4/07 - Maco (I)

Moldova
Kishinev, 21-24/6/07 - Ax-art (I)

Netherlands
Amsterdam, 19-21/11/06 - Pan Amsterdam (N)
Amsterdam, 9-13/5/07 - KunstRai Amsterdam (I)
Maastricht, 9-18/3/07 - Tefaf Maastricht (I)
Rotterdam, 8-12/2/07 - Art Rotterdam (I)
The Hague, 5-9/4/07 - Holland art fair (N)

Portugal
Lisbon, 8-13/11/06 - Arte Lisboa (N)

Puerto Rico
San Juan-Puerto Rico, 30/3-2/4/07 - Circa Puerto Rico (I)

Russia
Moscow, 9-17/12/06 - Christmas fair of antiques (N)
Moscow, 9-17/12/06 - Fifty years of soviet art fair (N)
Perm, 19-28/1/07 - Art Perm (I)

Spain
Barcelona, 3-11/3/07 - Antiquaris Barcelona (I)
Bilbao, 4/07 - Desembalaje (N)
Girona, 15-18/3/07 - Inart (I)
Lérida (Lleida), 24-26/11/06 - Lleidantic (N)
Madrid, 25/11-3/12/06 - Feriarte (I)
Madrid, 12-14/1/07 - Manual (N)
Madrid, 25-29/1/07 - DeArte (N)
Madrid, 15-19/2/07 - Arco (I)
Madrid, 10-18/3/07 - Almoneda (N)
Seville, 18-22/1/07 - Arte Sevilla (N)
Valladolid, 9-12/11/06 - Arpa (N)
Zaragoza, 5/07 - Anticuarios Zaragoza (N)

Sweden
Stockholm, 22-25/3/07 - Antikmässan (I)

Switzerland
Basel, 12-17/6/07 - Liste (I)
Basel, 13-18/6/07 - Art Basel (I)
Geneva, 23-26/11/06 - Le salon genevois de l'antiquité et de la brocante (N)
Geneva, 2-6/5/07 - Europ'art Genève (I)
Lausanne, 18-26/11/06 - Salon des antiquaires (I)
Montreux, 10-13/11/06 - Mag - Montreux art gallery (N)

Turkey
Istanbul, 28/10-5/11/06 - Artist (I)
Istanbul, 20-24/12/06 - Contemporary Istanbul (I)

United Arab Emirates
Sharjah, 3/4-3/6/07 - Sharjah int. arts biennial (I)

United Kingdom
Ardingly, 31/10-1/11/06 - Ardingly int. antiques & collectors fair (I)
Ardingly, 1/07 - Ardingly int. antiques & collectors fair (I)
Ardingly, 2/07 - Ardingly int. antiques & collectors fair (I)
Ardingly, 4/07 - Ardingly int. antiques & collectors fair (I)
Ardingly, 7/07 - Ardingly int. antiques & collectors fair (I)
Birmingham, 23-26/11/06 - Antiques for everyone (N)
Birmingham, 17-21/1/07 - National fine art & antiques fair (N)
Birmingham, 4/07 - Antiques for everyone (N)
Birmingham, 18-19/4/07 - Murex (N)
Birmingham, 7/07 - Antiques for everyone (N)
Buxton, 5/07 - Buxton antiques fair (N)
Chester, 2/07 - Chester antiques & fine art show (I)
Detling, 1/07 - Detling int. antiques & collectors fair (I)
Detling, 2/07 - Detling int. antiques & collectors fair (I)
Detling, 4/07 - Detling int. antiques & collectors fair (I)
Detling, 7/07 - Detling int. antiques & collectors fair (I)
Glasgow, 4/07 - Glasgow art fair (N)
Glasgow, 5/07 - Antiques for everyone (N)
Harrogate, 3-7/5/07 - The Harrogate antique & fine art fair (N)
London, 5/11/06 - Antiques fair (N)
London, 6-12/11/06 - Olympia fine art & antiques fair - Winter (I)
London, 19/11/06 - Antique & collectors fair (N)
London, 10/12/06 - Antiques fair (N)
London, 1/07 - West London antiques & fine art fair (I)
London, 14/1/07 - Antique & collectors fair (N)
London, 14/1/07 - Antiques fair (N)
London, 17-21/1/07 - London art fair (N)
London, 2/07 - Olympia fine art & antiques fair - Spring (I)
London, 4/2/07 - Antiques fair (N)
London, 11/3/07 - Antique & collectors fair (N)
London, 11/3/07 - Antiques fair (N)
London, 21-27/3/07 - Bada antiques & fine art fair (I)
London, 19-22/4/07 - Chelsea art fair (N)
London, 22/4/07 - Antiques fair (N)
London, 5/07 - Museums & heritage show (N)
London, 13/5/07 - Antique & collectors fair (N)
London, 20/5/07 - Antiques fair (N)
London, 6/07 - Dulwich art fair (N)
London, 6/07 - Olympia fine art & antiques fair - Summer (I)
London, 10/6/07 - Antiques fair (N)
London, 14-20/6/07 - Grosvenor house art & antiques fair (I)
London, 1/7/07 - Antiques fair (N)
Malvern, 5/11/06 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Malvern, 3/12/06 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Malvern, 1/07 - Malvern flea market (N)
Malvern, 2/07 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Malvern, 3/07 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Malvern, 4/07 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Malvern, 5/07 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Malvern, 6/07 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Malvern, 7/07 - Malvern antiques & collectors fair (N)
Newark, 7-9/12/06 - Newark int. antiques & collectors fair (I)
Newark, 2/07 - Newark int. antiques & collectors fair (I)
Newark, 4/07 - Newark int. antiques & collectors fair (I)
Newark, 6/07 - Newark int. antiques & collectors fair (I)
Petersfield, 9-11/2/07 - Petersfield antiques fair (N)
Shepton Mallet, 17-19/11/06 - Shepton Mallet antiques & collectors fair (I)
Shepton Mallet, 1/07 - Shepton Mallet antiques & collectors fair (I)
Shepton Mallet, 3/07 - Shepton Mallet antiques & collectors fair (I)
Shepton Mallet, 5/07 - Shepton Mallet antiques & collectors fair (I)
Shepton Mallet, 7/07 - Shepton Mallet antiques & collectors fair (I)

United States of America
Ann Arbor MI, 18-21/7/07 - Ann Arbor street art fair (N)
Atlanta GA, 30/12-1/1/07 - Atlanta int. antiques fair (I)
Atlanta GA, 5-7/1/07 - Atlanta int. antiques fair (I)
Charlotte NC, 1-5/11/06 - Spectacular Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (I)
Charlotte NC, 30/11-3/12/06 - Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (N)
Charlotte NC, 4-7/1/07 - Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (N)
Charlotte NC, 1-4/2/07 - Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (N)
Charlotte NC, 1-4/3/07 - Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (N)
Charlotte NC, 4-8/4/07 - Spectacular Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (I)
Charlotte NC, 3-6/5/07 - Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (N)
Charlotte NC, 31/5-3/6/07 - Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (N)
Charlotte NC, 5-8/7/07 - Charlotte antique & collectibles show at Metrolina expo (N)
Chicago IL, 4/07 - Art Chicago in the Park (I)
Chicago IL, 27-30/4/07 - Chicago antiques fair (I)
Las Vegas NV, 6/07 - Las Vegas antique jewelry & watch show (N)
Miami Beach FL, 7-10/12/06 - Art Basel Miami Beach (I)
Miami Beach FL, 5-8/1/07 - Art Miami (I)
Miami FL, 12/06 - Nada art fair (I)
New York NY, 11/06 - Connoisseur's antiques fair (I)
New York NY, 2-5/11/06 - Ifpda print fair (I)
New York NY, 10-13/11/06 - Art 20 (I)
New York NY, 17-20/11/06 - Modernism (N)
New York NY, 18-21/1/07 - Taas (I)
New York NY, 26-28/1/07 - Outsider art fair (N)
New York NY, 23-26/2/07 - The armory show (I)
New York NY, 3/07 - Diva (N)
New York NY, 1-5/3/07 - Artexpo New York (I)
New York NY, 2-5/3/07 - Works on paper (N)
New York NY, 20-22/4/07 - New York antiquarian book fair (I)
Santa Monica CA, 11-12/11/06 - Los Angeles interior design & antiques show (I)
Santa Monica CA, 4-6/5/07 - Los Angeles modernism show & sale (I)
West Palm Beach FL, 12-15/1/07 - Palm Beach 3 (I)
West Palm Beach FL, 2-11/2/07 - Palm Beach! (I)

ARTI APPLICATE, ARTIGIANATO TIPICO E ARTISTICO, DESIGN, CORNICI, RESTAURO
Arts and crafts, design, frames, restoration

Australia
Brisbane, 2-6/5/07 - The stitches & craft show - Brisbane (N)
Melbourne, 22-25/2/07 - Australasian quilt convention (I)
Melbourne, 14-18/3/07 - The stitches & craft show - Melbourne (N)
Sydney, 7-11/2/07 - The stitches & craft show - Sydney (N)

Brazil
Curitiba, 18-27/5/07 - Feiarte PR (I)
Porto Alegre, 4-13/5/07 - Feiarte RS (I)
São Paulo, 19-22/3/07 - Complements & gift (I)
São Paulo, 28-31/3/07 - Hobbyart (I)

Burkina-Faso
Ouagadougou, 27/10-5/11/06 - Siao (I)

Canada
Calgary, 27-28/5/07 - Creative conference and trade show (I)
Toronto, 11/06 - One of a kind Christmas show and sale (N)
Toronto, 3/07 - One of a kind Spring show and sale (N)

China, P.R.
Shenzhen, 19-22/4/07 - China (Shenzhen) int. gifts, handicrafts, watches and houseware fair (I)

Colombia
Santa Fe de Bogotá, 6-20/12/06 - Expoartesanías (N)

Croatia
Zagreb, 17-21/4/07 - Crafts fair (I)

Cuba
Havana, 10-17/12/06 - Fiart (I)

Czech Republic
Lysá nad Labem, 8-11/2/07 - Remesla - Sklo (N)

Finland
Tampere, 17-19/11/06 - Finnish handicrafts (N)

France
Arles, 23-27/11/06 - Provence prestige (N)
Châlons-en-Champagne, 11/06 - Salon d'artisanat d'art (N)
Grenoble, 25/11-3/12/06 - Artisa (N)
Paris, 25-26/1/07 - Museum expressions (I)
Paris, 18-20/3/07 - Smac (N)
Paris, 22-25/3/07 - Grand marché art Paris 12ème (N)
Toulouse, 2-10/12/06 - Salon des artisans d'art (N)

Germany
Cologne, 30/3-1/4/07 - h&h - Handarbeit & Hobby (I)
Dresden, 22-25/3/07 - Dresdner Ostern (N)
Düsseldorf, 19-22/4/07 - Dc Düsseldorf contemporary (I)
Frankfurt am Main, 9-13/2/07 - Ambiente (I)
Frankfurt am Main, 13-17/6/07 - The design annual (N)
Leipzig, 17-25/2/07 - Mitteldeutsche Handwerksmesse (N)
Sinsheim, 11/06 - Geschenke aus aller Welt (I)

NORD-EST
PIETRANERA
NORD-EST
www.nordestvetrine.com
NORD-EST
PromoTEND

Greece
Athens, Piraeus, 1/07 - Laiki tehni (N)

Guinea
Conakry, 22/2-5/3/07 - Aia (I)

India
New Delhi, 2/07 - Int. Indian handicrafts & gifts fair (spring) (I)

Indonesia
Jakarta, 18-22/4/07 - Inacraft (I)

Ireland
Dublin, 21-24/1/07 - Showcase Ireland (I)

Italy
Bologna, 15-18/2/07 - Quadrum saca (I)
Cagliari, 3-12/11/06 - Salone antiquariato (N)
Florence, 20/4-1/5/07 - Art (I)
Genoa, 23/3-1/4/07 - Salone ligure dell'artigianato (N)
Messina, 3-6/5/07 - Artinfiera (N)
Messina, 3-6/5/07 - Messina show (N)
Milan, 2-10/12/06 - Af - L'artigiano in fiera (I)
Milan, 25-28/5/07 - Chibimart - affari d'estate (I)
Milan | Rho, 19-22/1/07 - Macef (I)
Milan | Segrate, 12-21/1/07 - Novegronovecento (N)
Modena, 2-10/12/06 - Country life (N)

Kenya
Nairobi, 22-26/11/06 - Crafts of Africa (N)

Kuwait
Kuwait City, 15-18/1/07 - In out exhibition (I)

Libya
Tripoli, 15-17/5/07 - The forum & exhibition for Mediterranean tourism and ethnical crafts (I)

Malaysia
Kuala Lumpur, 8-11/11/06 - Aqua fair (I)

Mexico
Mexico City, 24-27/5/07 - Expo mercería y manualidades (N)
Monterrey, 3-5/11/06 - Hazlo tu (invierno) (N)
Monterrey, 2-4/3/07 - Hazlo tu (primavera) (N)
Monterrey, 6/07 - Tlaqueparte (N)
Puebla, 31/5-2/6/07 - Hazlo tú (N)
Tlaquepaque, 13-17/2/07 - Enart (N)

Netherlands
Eindhoven, 14-16/1/07 - Int. artiesten- en evenementenbeurs (I)

Poland
Poznan, 12/06 - Festival of artistic objects (N)

Portugal
Lisbon, 23/6-1/7/07 - Fia Lisboa (I)

Russia
Perm, 19-28/1/07 - Art Perm (I)
St. Petersburg, 16-20/11/06 - Souvenirs. Presents. Decorations (N)

South Africa
Cape Town, 23-25/2/07 - Design indaba expo (N)

Spain
Lérida (Lleida), 24-26/11/06 - Lleidantic (N)
Madrid, 1/07 - Artecuadro (N)
Madrid, 12-14/1/07 - Manual (N)
Palma de Mallorca, 2-10/12/06 - BaleArt (N)
Vigo, 28/10-1/11/06 - Expogalaecia (I)

Sweden
Sollentuna, 8-10/12/06 - Sollentuna hantverksmässan (N)
Stockholm, 13-14/11/06 - FutureDesignDays (I)

Taiwan
Taipei, 17-20/5/07 - Yodex (I)

Tunisia
Monastir, 21-31/12/06 - Salon de l'artisanat (N)
Sfax, 15-24/12/06 - Artisanat (N)
Sousse, 23/3-1/4/07 - Athethi (N)
Tunis, 16-25/3/07 - Salon de la création artisanale (N)

Turkey
Istanbul, 11-19/11/06 - Istanbul arts & handicrafts fair (N)

United Kingdom
Birmingham, 9-12/11/06 - Crafts for Christmas (N)
London, 8-12/11/06 - Country living magazine Christmas fair (N)
London, 14-18/3/07 - Country living magazine Spring fair (N)
London, 6/07 - New designers (I)
London, 6/07 - The Hali fair (I)
London, 7/07 - Artists & illustrators exhibition (N)
London, 7/07 - Paper crafts expo (N)

United States of America
Baltimore MD, 27-29/4/07 - Decor expo spring (N)
Chandler AZ, 27-28/1/07 - Indian artists of America show (N)
Chicago IL, 12/06 - One of a kind show and sale Chicago (N)
Columbus OH, 4-5/11/06 - Offinger's handcrafted marketplace (N)
Columbus OH, 1/07 - Offinger's handcrafted marketplace (N)
Columbus OH, 3/07 - Offinger's handcrafted marketplace (N)
Dallas TX, 9-11/5/07 - Irga annual convention and trade show (I)
Miami Beach FL, 16-18/3/07 - arteaméricas (I)
New York NY, 1-4/2/07 - Nbfas (N)
New York NY, 22-25/3/07 - The New York arts of Pacific Asia show (I)
San Francisco CA, 2-4/2/07 - The San Francisco arts of Pacific Asia show (I)
San Francisco CA, 9-11/2/07 - The San Francisco tribal & textile arts show (I)
Santa Monica CA, 3-5/11/06 - Contemporary crafts maket (N)
Santa Monica CA, 24-28/1/07 - Los Angeles art show (I)

COSMETICI, PROFUMI, PRODOTTI PER CAPELLI, PRODOTTI PER TOELETTA

Cosmetics, Perfumery Hairdressing, Toiletries

Afghanistan
Kabul, 3/07 - Afghan Medex (I)

Argentina
Buenos Aires, 24-26/4/07 - Expofelow (I)
Buenos Aires, 7/07 - Buona estetika (I)

Belgium
Kortrijk, 11-12/2/07 - Hair style (I)

Brazil
São Paulo, 13-16/4/07 - Hairbrasil (I)
São Paulo, 15-17/5/07 - Fce Cosmetique (I)

Bulgaria
Plovdiv, 22-25/3/07 - Salon int. hair & beauty exhibition (I)
Plovdiv, 7-12/5/07 - Cosmetics (I)

China, P.R.
Guangzhou (Canton), 13-15/3/07 - Pcia (I)
Hong Kong, 15-17/11/06 - Cosmoprof Asia (I)
Shanghai, 31/1-3/2/07 - Cosmoprof Shanghai (I)
Shanghai, 10-12/5/07 - Cbe (I)

Croatia
Zagreb, 9-11/3/07 - Beauty days (I)

Czech Republic
Prague, 2-3/3/07 - Beauty expo (Spring) (I)

Egypt
Cairo, 21-23/12/06 - Int. exhibition for cosmetics (I)
Cairo, 2-4/3/07 - Salon rouge (I)

France
Chartres, 11/06 - Cosmetech (I)
Mulhouse, 11/2/07 - Salon européen d'échantillons et flacons de parfum (I)
Paris, 24-26/3/07 - Congrès int. d'esthétique appliquée (I)
Paris, 17-19/4/07 - In-cosmetics (I)
Paris, 17-19/4/07 - In-cosmetics (I)

Germany
Düsseldorf, 23-25/3/07 - Beauty int. (I)
Düsseldorf, 23-25/3/07 - Cos made trade fair (I)
Düsseldorf, 24-25/3/07 - Top hair int. trend and fashion day (I)
Frankfurt am Main, 24-28/1/07 - Beautyworld (I)
Frankfurt am Main, 12-14/5/07 - Hair & beauty (I)
Munich, 14-15/6/07 - Cosmetic business (I)
Nuremberg, 15-18/2/07 - BioFach (I)
Nuremberg, 15-18/2/07 - Vivaness (N)
Stuttgart, 3-4/12/06 - Hair & style management (I)

Greece
Athens, 24-26/11/06 - Beauty forum (I)

Hungary
Budapest, 5/07 - Beauty forum Hungary (I)

India
Mumbai (Bombay), 14-15/11/06 - Pchi (I)

Italy
Bologna, 29/3-2/4/07 - Cosmoprof (I)
Bologna, 11-13/5/07 - Cosmofarma exhibition (I)
Milan, 25-28/5/07 - Chibidue (I)
Milan, 25-28/5/07 - Chibimart - affari d'estate (I)
Milan | Rho, 19-22/1/07 - Chibi&Cart (I)

Japan
Tokyo, 7-9/5/07 - Beautyworld Japan (I)
Tokyo, 20-22/6/07 - Interphex Japan (I)

Kuwait
Kuwait City, 20-29/12/06 - Autumn perfumes exhibition (I)
Kuwait City, 21-30/3/07 - Kuwait int. perfumes and cosmetics exhibition (I)

Latvia
Riga, 30/3-1/4/07 - Cosmetics & perfumery (I)

Lithuania
Vilnius, 2-4/3/07 - Cinderella (I)

Malaysia
Kuala Lumpur, 16-19/7/07 - CosmoBeauté Asia (I)

Malta
Naxxar, 1-5/11/06 - Fashion and beauty care fair (N)

Mexico
Mexico City, 10-11/3/07 - Congreso int. de estética y cosmetología (I)

Moldova
Kishinev, 1-4/3/07 - Beauty (I)

Netherlands
Utrecht, 17-19/3/07 - Beauty trade special (N)

Poland
Poznan, 14-15/4/07 - Look (N)
Warsaw, 31/3-1/4/07 - Beauty forum Poland (I)
Warsaw, 24-26/5/07 - Intercharm Polska (I)

Portugal
Porto, 14-16/4/07 - Expocosmética (I)

Russia
Krasnodar, 3-6/5/07 - The spring charm (N)
Krasnoyarsk, 26-29/4/07 - Beauty ideal (N)
Moscow, 20-23/11/06 - CosmoTech (I)
Moscow, 10-13/3/07 - Cosmoprof - Expobeauty (I)
Moscow, 4-7/4/07 - Bytchimexpo (I)
Moscow, 19-21/4/07 - InterCharm professional (I)
Samara, 2/07 - Charm (I)
St. Petersburg, 23-26/5/07 - Nice / Ideal beauty (I)

Slovak Republic
Trencin, 15-17/3/07 - Beauty forum Slovakia (I)

Slovenia
Celje, 11-12/11/06 - New look (I)

South Africa
Johannesburg, 7/07 - Beauty Africa (I)

Spain
Alicante, 14-15/4/07 - Jesal-Extetic (N)
Barcelona, 10-12/3/07 - Cosmobelleza (I)

Switzerland
Zurich, 3-4/3/07 - Beauty forum Swiss (I)

Thailand
Bangkok, 13-16/6/07 - PharmaPak (I)

Turkey
Istanbul, 9-12/11/06 - Estetist (I)
Istanbul, 15-18/3/07 - Beauty forum / Beauty & care (I)
Istanbul, 14-17/6/07 - Beauty Eurasia (I)

Ukraine
Kiev, 8-10/2/07 - Intercharm Ukraine (I)

United Arab Emirates
Dubai, 20-22/5/07 - Beautyworld Middle East (I)

United Kingdom
London, 27-28/1/07 - Imats (I)
London, 25-27/2/07 - Professional beauty (N)
London, 20-21/5/07 - Olympia beauty (N)
Telford, 28-29/11/06 - Scs formulate (I)

United States of America
Chicago IL, 4/07 - Proud lady beauty show (N)
Las Vegas NV, 15-17/7/07 - Cosmoprof North America (I)
New York NY, 28-31/1/07 - Ex•tracts (I)
Rosemont IL, 3-5/3/07 - Cmbs (I)

CRISTALLI, PORCELLANE, CERAMICHE, ARTICOLI REGALO, SOUVENIR, ARTICOLI PER LA CASA

Crystal, chinaware, ceramics, gifts, souvenirs, households articles

Argentina
Buenos Aires, 3/07 - Presentes otoño (I)

Australia
Adelaide, 5-7/5/07 - Reed gift fair - Adelaide (N)
Brisbane, 14-17/7/07 - Reed gift fair - Brisbane (N)
Melbourne, 3-6/2/07 - Reed gift fair - Melbourne (N)
Sydney, 24-28/2/07 - Reed gift fair - Sydney (N)

Austria
Salzburg, 31/1-3/2/07 - Casa (I)
Salzburg, 2-4/2/07 - Creativ Salzburg Frühjahr (I)

Belgium
Brussels, 4-7/2/07 - Europacado (I)
Charleroi, 28/10-12/11/06 - Salon int. des arts ménagers (I)
Oostende, 11/06 - Kerstbeurs (N)
Wieze, 12/06 - Kerstbeurs (N)

Brazil
São Paulo, 19-22/3/07 - Complements & gift (I)
São Paulo, 19-22/3/07 - Gift fair (I)
São Paulo, 24-26/4/07 - Epicure (I)

Canada
Edmonton, 18-21/2/07 - Alberta gift show (I)
Montréal, 4-7/3/07 - Montréal gift show (I)
Montréal, 16-25/3/07 - Montréal national home show (N)
Toronto, 26-29/1/07 - Toronto int. gift fair (I)
Toronto, 28/1-1/2/07 - Cgta spring gift show (I)
Vancouver, 11-13/3/07 - Vancouver gift show (I)

China, P.R.
Beijing, 22-25/3/07 - China int. gifts, premium & houseware fair (I)
Hong Kong, 21-24/4/07 - Hong Kong houseware fair (I)
Hong Kong, 28/4-1/5/07 - Hong Kong gifts & premium fair (I)
Hong Kong, 3-6/7/07 - Summer sourcing show for gifts, houseware & toys (I)
Shenzhen, 19-22/4/07 - China (Shenzhen) int. gifts, handicrafts, watches and houseware fair (I)

Czech Republic
Prague, 8-20/12/06 - Christmas at the exhibition grounds (N)
Prague, 16-20/12/06 - Gifts & Decoration (N)

Tensostrutture
Pavimentazioni
Illuminazioni
Stand

Allestimenti Fiere
Allestimenti Spettacoli
Palcoscenici
Tende e Tendoni
Gazebo e Pagode

www.tribertiscoperture.it

C. INT. TRIBERTIS Srl
Noleggio Coperture
Strada Garbagna 9
I-15058 Viguzzolo AL
Telefono e Fax 0131/899159
Cellulare 347/4722330 348/3106023
info@tribertiscoperture.it
preventivi@tribertiscoperture.it

Denmark
Copenhagen, 6-8/1/07 - Design & Home interiors (N)
Copenhagen, 9-11/6/07 - Design & Home interiors (N)
Herning, 2-5/2/07 - Formland Spring (I)

Estonia
Tartu, 13-17/12/06 - Christmas fair (N)

Finland
Helsinki, 26-28/1/07 - Forma Spring (N)

France
Arles, 23-27/11/06 - Provence prestige (N)
Nice, 13-15/1/07 - Bisou (I)
Paris, 26-30/1/07 - Maison&Objet (I)
Paris, 28-29/3/07 - Made in France (I)
Rennes, 25-26/2/07 - Hexagone (N)

Germany
Berlin, 5-7/11/06 - China home (I)
Cologne, 4-6/3/07 - Asia-Pacific sourcing (I)
Frankfurt am Main, 24-28/1/07 - Christmasworld Frankfurt (I)
Frankfurt am Main, 9-13/2/07 - Ambiente (I)
Karlsruhe, 13-15/1/07 - TrendForum (I)
Karlsruhe, 7/07 - TrendForum (I)
Koblenz, 11/06 - Koblenzer Weihnachtsmarkt (N)
Leipzig, 3-5/3/07 - Cadeaux Leipzig (I)
Munich, 5-7/1/07 - Mustermarkt (I)
Munich, 5-7/1/07 - TrendSet Winter (I)
Munich, 30/6-2/7/07 - Mustermarkt (I)
Munich, 7/07 - TrendSet Sommer (I)
Nuremberg, 7/07 - Asia styles (I)

Greece
Athens, 1/07 - Dorekthessi (winter) (I)
Athens, 1/07 - Mostra rota (I)
Athens, 1/07 - Pando (I)

India
New Delhi, 2/07 - Int. Indian handicrafts & gifts fair (spring) (I)

Ireland
Dublin, 21-24/1/07 - Showcase Ireland (I)

Italy
Bari, 18-19/11/06 - Orolevante (I)
Bastia Umbra, 2-10/12/06 - Expo regalo (N)
Genoa, 23/3-1/4/07 - Primavera (N)
Milan, 17-20/11/06 - Chibimart inverno (I)
Milan, 2-10/12/06 - Af - L'artigiano in fiera (I)
Milan, 17-19/1/07 - Promotiontrade exhibition (I)
Milan | Rho, 17-21/1/07 - Festivity (N)
Milan | Rho, 19-22/1/07 - Chibi&Cart (I)
Milan | Rho, 19-22/1/07 - Macef (I)
Silvi Marina, 7-10/12/06 - Idee per... la casa, la sposa, il regalo (N)
Udine, 17-20/11/06 - Ideanatale (N)

Japan
Chiba, 16-18/1/07 - Tokyo tableware trade show (N)
Osaka, 14-16/3/07 - Oigs (I)
Sapporo, 11/06 - German Christmas market (N)
Tokyo, 13-16/2/07 - Tigs (I)
Tokyo, 6-8/6/07 - Ambiente Japan (I)
Tokyo, 6-8/6/07 - Interior lifestyle (I)
Tokyo, 4-6/7/07 - Giftex (I)

Kuwait
Kuwait City, 22/11-1/12/06 - Gifts exhibition (I)
Kuwait City, 21-30/3/07 - Gifts exhibition (I)

Lithuania
Vilnius, 24-26/11/06 - Celebration (N)
Vilnius, 24-26/11/06 - Household (I)

Malaysia
Kuala Lumpur, 12/06 - Gift fair (I)
Kuala Lumpur, 28-30/6/07 - Migp (I)

Mexico
Mexico City, 11/06 - Expo outlet (N)
Mexico City, 16-19/1/07 - Espacio (I)
Mexico City, 22-26/1/07 - Amfar (I)
Mexico City, 7/07 - Amfar (I)
Monterrey, 14-18/12/06 - Expo Navidad (N)
Tlaquepaque, 13-17/2/07 - Enart (N)

New Zealand
Auckland, 11-13/3/07 - Autumn gift fair (N)
Christchurch, 22-24/7/07 - South Island gift fair (N)

Norway
Oslo - Lillestrom, 25-28/1/07 - Gave & interiør - vår (I)

Philippines
Manila, 11/06 - Christmas shop expo (N)
Manila, 18-21/4/07 - Manila fame int. (I)

Portugal
Batalha, 18-26/11/06 - Expodecor (N)
Batalha, 18-26/11/06 - Utilcasa (N)
Batalha, 11-14/1/07 - Expogift (N)
Batalha, 10-13/5/07 - Expogift (N)
Braga, 12-20/5/07 - Larmóvel (N)
Lisbon, 3/07 - Europaper (I)
Porto, 1-4/2/07 - Interdecoração (I)
Porto, 28/2-4/3/07 - Export home (N)

Romania
Bucharest, 7-10/12/06 - ExpoSuveniruri (I)
Deva, 12/06 - Tsi (N)
Timisoara, 15-19/12/06 - Serbarea Craciunului (N)

Russia
Moscow, 5-12/12/06 - Juvelir - 3 (I)
Moscow, 17-22/5/07 - Juvelir - 2 (I)
Moscow, 23-26/5/07 - New Russian style / Int. jewellery Moscow (I)
St. Petersburg, 16-20/11/06 - Souvenirs. Presents. Decorations (N)
St. Petersburg, 22-29/12/06 - Golden Christmas (N)

Slovak Republic
Nitra, 7-11/3/07 - Furniture and living (I)
Trencin, 16-18/11/06 - Glass salón (N)

South Africa
Johannesburg, 16-18/3/07 - Sarcda int. (I)

Spain
Barcelona, 2-5/2/07 - Expohogar primavera (I)
Bilbao, 4-6/11/06 - Salón de bisutería (N)
Madrid, 18-22/1/07 - Intergift (I)
Madrid, 31/5-3/6/07 - Multiproducto selección (I)

Sweden
Stockholm, 18-21/1/07 - Formex Spring (I)

Switzerland
Zurich, 14-17/1/07 - Ornaris Zurich (I)

Taiwan
Taipei, 21-24/4/07 - Giftionery Taipei spring (I)

Turkey
Ankara, 12/06 - New year gifts and presents fair (I)
Ankara, 25-31/12/06 - Ankara souvenir fair (N)
Istanbul, 21-30/12/06 - Hediyelik esya (N)
Istanbul, 3/07 - Zuchex Spring (I)
Izmir, 12/06 - Souvenir (I)

Ukraine
Kiev, 12/06 - Christmas fair (N)

United Arab Emirates
Abu Dhabi, 15-19/11/06 - Gulf Giftex (I)
Dubai, 10-13/4/07 - Ambiente Al Bayt Al Arabie (I)
Dubai, 13-15/5/07 - Interior lifestyle (I)
Sharjah, 25-29/11/06 - Chinese commodities fair Sharjah (I)

United Kingdom
Birmingham, 11/06 - The festive gift fair (N)
Birmingham, 4-8/2/07 - Spring fair Birmingham (I)
Glasgow, 21-24/1/07 - Sitf (I)
Harrogate, 15-18/7/07 - Home and gift Harrogate (I)
London, 1-5/11/06 - Spirit of Christmas (I)
London, 8-10/12/06 - The London Christmas gift show (N)
London, 14-16/1/07 - Top drawer Spring (I)
London, 30/1-2/2/07 - Asia expo (I)
London, 3-5/6/07 - Pulse by Top drawer (I)
London, 12-13/6/07 - Exclusively housewares (N)

United States of America
Atlanta GA, 31/10-2/11/06 - Atlanta fall immediate delivery show (N)
Atlanta GA, 12-16/1/07 - Atlanta int. gift & home furnishings market (I)
Atlanta GA, 10-12/3/07 - Atlanta spring gift, home furnishings & holiday market (I)
Atlanta GA, 4/07 - Asd / Amd's Atlanta variety merchandise expo (N)
Atlanta GA, 1-3/5/07 - Atlanta spring immediate delivery show (N)
Atlantic City NJ, 4/07 - Asd / Amd's Atlantic City variety merchandise show (N)
Baltimore MD, 12-14/7/07 - The awards & custom gift show (N)
Boston MA, 24-27/3/07 - Boston gift show (I)
Charlotte NC, 7-9/6/07 - The awards & custom gift show (N)
Chicago IL, 1/07 - Chicago gift & home market (N)
Chicago IL, 11-13/3/07 - Int. home & housewares show (I)
Fort Worth TX, 3-5/5/07 - The awards & custom gift show (N)
Las Vegas NV, 30/1-2/2/07 - Ambiente Usa - Interior lifestyle Usa (I)
Las Vegas NV, 25/2-1/3/07 - Asd / Amd's Las Vegas gift expo (N)
Los Angeles CA, 16-23/1/07 - Gift & home furnishings market (N)
Los Angeles CA, 19-22/1/07 - California gift show (I)
Los Angeles CA, 19-22/1/07 - Sources (I)
Los Angeles CA, 25-27/3/07 - Spring gift & home furnishings market (N)
Los Angeles CA, 17-24/7/07 - Gift & home furnishings market (N)
Los Angeles CA, 20-23/7/07 - California gift show (I)
Los Angeles CA, 20-23/7/07 - Sources (I)
Miami Beach FL, 4-7/1/07 - Miami Beach gift show (N)
New York NY, 16-18/11/06 - New York gift cash & carry show (I)
New York NY, 17-21/1/07 - The New York ceramics fair (I)
New York NY, 27/1-1/2/07 - New York int. gift fair (I)
New York NY, 22-24/3/07 - New York gift cash & carry show (I)
New York NY, 20-22/5/07 - Surtex (I)
New York NY, 22-23/5/07 - The supply side (N)
Orlando FL, 3-5/2/07 - Orlando gift show (I)
Orlando FL, 8-10/5/07 - The gourmet housewares show (I)
Phoenix AZ, 25-27/1/07 - Oasis gift show (I)
Phoenix AZ, 26-28/7/07 - Oasis gift show (I)
Portland OR, 6-9/1/07 - Portland gift & accessories show (I)
Portland OR, 2-5/6/07 - Portland gift & accessories show (I)
Reading PA, 6-9/1/07 - Philadelphia gift show (N)
Reading PA, 22-25/7/07 - Philadelphia gift show (N)
Rosemont IL, 7-9/1/07 - TransWorld's national merchandise show (N)
Rosemont IL, 7/07 - TransWorld's national merchandise show (N)
San Francisco CA, 17-20/2/07 - Sfigf (I)
Seattle WA, 27-30/1/07 - Sgs (I)
Washington DC, 25-28/2/07 - Washington gift show (I)

FIERE, MOSTRE, CONGRESSI, SPETTACOLI, INCENTIVE (allestimenti, organizzazione)
Fairs, exhibitions, congresses, shows, incentives (fittings, organization)

Australia
Ashmore, 27-30/5/07 - Vma congress and showcase (I)
Melbourne, 13-14/2/07 - Aime (I)

Belgium
Brussels, 14-15/2/07 - Emif (I)

Brazil
São Paulo, 5-7/12/06 - Exposystems (I)

China, P.R.
Beijing, 3-5/7/07 - Cibtm (I)
Macau (Aomen), 14-16/3/07 - Alp Macau (I)

France
Cannes, 28-30/3/07 - Heavent Sud (I)
Paris, 21-23/11/06 - Heavent (I)
Paris, 24-25/1/07 - Salon Bedouk Mc&It (I)
Paris, 11-14/2/07 - Siel (I)

Germany
Berlin, 19-21/6/07 - ShowTech (I)
Düsseldorf, 30/11-1/12/06 - EuroExpoEvent (I)
Frankfurt am Main, 28-31/3/07 - Prolight + Sound (I)
Frankfurt am Main, 17-19/4/07 - Imex (I)
Freiburg im Breisgau, 10-12/1/07 - Kulturbörse Freiburg (I)
Hamburg, 17-19/4/07 - Venue expo Europe (I)
Wiesbaden, 17-18/1/07 - World of events (I)

Greece
Athens, 8-12/12/06 - Exporama show (I)
Rhodes, 29/10-1/11/06 - Icca congress & exhibition (I)

Italy
Florence, 7-9/11/06 - Btc int. (I)

Netherlands
Eindhoven, 14-16/1/07 - Int. artiesten- en evenementenbeurs (I)
Utrecht, 4-5/4/07 - Evenement (N)

Norway
Oslo - Lillestrom, 11-14/1/07 - Reiseliv (I)

Poland
Warsaw, 11/06 - Surexpo (I)
Warsaw, 16-17/11/06 - Adrenalina (I)
Warsaw, 16-17/11/06 - Btf (I)

Portugal
Lisbon, 3/07 - Portugal eventos (N)

Russia
Moscow, 12-14/4/07 - Showtex (I)
Moscow, 4-6/7/07 - 5pExpo (I)

South Africa
Johannesburg, 5-7/6/07 - World of events (N)

Spain
Alicante, 17-19/11/06 - Expofiesta (N)
Barcelona, 28-30/11/06 - Eibtm (I)
Madrid, 29-30/1/07 - Fitur congresos (I)

Sweden
Stockholm, 29-31/1/07 - Shie (I)

Switzerland
St. Gall, 5-7/1/07 - Fest- und Hochzeitmesse (I)

Tunisia
Hammamet, 29-30/3/07 - Mitm Euromed (I)

Turkey
Istanbul, 12-15/4/07 - Pro-show (I)

United Arab Emirates
Abu Dhabi, 27-29/3/07 - Gibtm (I)

United Kingdom
London, 24-25/1/07 - The event show (I)
London, 13-15/2/07 - Business travel show (N)
London, 20-22/2/07 - Int. Confex (I)
London, 28-29/3/07 - Rsvp (I)
London, 27-28/6/07 - London venue expo (N)
London, 27-28/6/07 - The exhibiting show (N)

United States of America
Las Vegas NV, 4-7/12/06 - Annual lafe convention and trade show (I)
Las Vegas NV, 26-28/3/07 - Exhibitor (N)
Los Angeles CA, 10-12/1/07 - The special event (I)
New York NY, 8-9/11/06 - BiZBash m&c (N)
New York NY, 1-2/5/07 - The incentive show (I)
Salt Lake City UT, 20-24/7/07 - Iaam annual conference and trade show (I)
San Diego CA, 28-30/11/06 - Expo! Expo! (I)

GIOIELLI, ORI, ARGENTI, OROLOGI
Jewellery, gold-work, silverware, watches

Australia
Brisbane, 18-19/3/07 - Jaa Australian jewellery fair (I)

Bahrain
Manama, 7-11/11/06 - Jewellery Arabia (I)

Brazil
São Paulo, 2/07 - Feninjer (N)

China, P.R.
Guangzhou (Canton), 15-18/6/07 - China int. gold, jewellery & gem fair - Guangzhou (I)
Hong Kong, 7-10/12/06 - Hong Kong int. jewelry manufacturers exhibition (I)
Hong Kong, 7-10/1/07 - Hong Kong January int. jewellery & watch show (I)
Hong Kong, 6-10/3/07 - Hong Kong int. jewellery show (I)
Hong Kong, 7-10/3/07 - HK watch, clock, optical, parts & accessories fair (I)
Hong Kong, 21-24/6/07 - Hong Kong jewellery & watch fair (I)
Shanghai, 10-13/4/07 - Jewelry Shanghai (I)
Shanghai, 10-13/4/07 - Shanghai int. jewellery fair (I)
Shenzhen, 1-4/3/07 - China int. gold, jewellery & gem fair - Shenzhen (I)
Shenzhen, 19-22/4/07 - China (Shenzhen) int. gifts, handicrafts, watches and houseware fair (I)

Finland
Tampere, 17-19/11/06 - Gem exhibition (I)

France
Lyon, 4-6/2/07 - Print'or (I)

Germany
Hamburg, 8-10/12/06 - Mineralien Hamburg (I)
Munich, 23-26/2/07 - Inhorgenta Europe (I)
Stuttgart, 16-18/3/07 - Blickfang (I)
Stuttgart, 23-25/3/07 - Int. Frühjahrsbörse für Mineralien, Fossilien, Edelsteine und Schmuck (I)

Greece
Athens, 11/06 - Gemin (I)
Thessalonika, 3-6/11/06 - Kosmima (I)

Hungary
Budapest, 28/3-1/4/07 - Carat (I)

Israel
Tel Aviv, 10-11/7/07 - Jovella (I)

Italy
Arezzo, 24-28/3/07 - Oroarezzo (I)
Bari, 18-19/11/06 - Orolevante (I)
Milan, 17-20/11/06 - Chibimart inverno (I)
Milan, 2-10/12/06 - Af - L'artigiano in fiera (I)
Milan, 23-26/2/07 - More (N)
Milan | Segrate, 25-26/11/06 - Preziosa (N)
Rome, 16-19/2/07 - Orocapital event (N)
Taormina, 10-13/11/06 - Sicilia oro (N)
Taormina, 3/07 - Sicilia oro (N)
Vicenza, 14-21/1/07 - Oromacchine (I)
Vicenza, 14-21/1/07 - Vicenzaoro1 (I)
Vicenza, 12-16/5/07 - Oromacchine (I)
Vicenza, 12-16/5/07 - Salone della gemmologia (N)
Vicenza, 12-16/5/07 - Vicenzaoro2 (I)

Japan
Kobe, 17-19/5/07 - Ijk (I)
Tokyo, 3-5/11/06 - Blickfang (I)
Tokyo, 24-27/1/07 - Ijt (I)

Kuwait
Kuwait City, 20-29/12/06 - Specialized watches exhibition (N)
Kuwait City, 21-27/4/07 - Gold & jewellery exhibition (I)

Lebanon
Beirut, 25-29/7/07 - Joaillerie Liban (I)

Lithuania
Vilnius, 2-4/3/07 - Cinderella (I)

Malaysia
Kuala Lumpur, 23-26/3/07 - Ijf (I)

Mexico
Guadalajara, 4/07 - Joya (I)

Netherlands
Amsterdam, 7-10/12/06 - Sieraad (I)

Poland
Gdansk, 14-18/3/07 - Amberif (I)

Russia
Moscow, 5-12/12/06 - Juvelir - 3 (I)
Moscow, 17-22/5/07 - Juvelir - 2 (I)
Moscow, 23-26/5/07 - New Russian style / Int. jewellery Moscow (I)
Perm, 7-10/12/06 - Jewellery fashion (I)
St. Petersburg, 31/1-4/2/07 - Expowatch (N)
St. Petersburg, 31/1-4/2/07 - Junwex-open (I)
St. Petersburg, 31/1-4/2/07 - Junwex-tech (I)

Saudi Arabia
Dhahran, 29/5-2/6/07 - Watch & jewelry exhibition (I)

Serbia
Novi Sad, 16-19/11/06 - Sjai (I)

Singapore
Singapore, 28/6-1/7/07 - Singapore int. jewellery show (I)

Slovak Republic
Bratislava, 9-11/11/06 - Watches and jewellery (I)

Spain
Córdoba, 22-26/3/07 - Joyacor (I)
Madrid, 18-22/1/07 - Iberjoya (I)

Switzerland
Basel, 12-19/4/07 - Baselworld (I)
Geneva, 16-21/4/07 - Salon int. de la haute horologerie (I)
Lausanne, 5-8/6/07 - Ephj (I)
Zurich, 24-26/11/06 - Blickfang (I)

Thailand
Bangkok, 1-5/3/07 - Gems (I)

Turkey
Istanbul, 21-25/3/07 - Istanbul jewelry show - I (I)

Ukraine
Kiev, 11/06 - Jeweller expo Ukraine (I)
Kiev, 23-26/11/06 - Kiev. Watches and clocks salon (I)
Odessa, 3/07 - Jeweller's salon spring (I)

United Arab Emirates
Abu Dhabi, 15-19/11/06 - Adijex (I)
Al Ain, 5-10/3/07 - Ajwex (I)
Dubai, 12/06 - Wjd (I)
Dubai, 20-22/2/07 - Ifja (I)
Dubai, 20-22/2/07 - Iwcf (I)
Sharjah, 30/10-3/11/06 - Mideast watch and jewellery autumn show (I)
Sharjah, 24-28/4/07 - Mideast watch and jewellery show (I)

United States of America
Atlanta GA, 4/07 - Asd / Amd's Atlanta variety merchandise expo (N)
Atlantic City NJ, 4/07 - Asd / Amd's Atlantic City variety merchandise show (N)
Austin TX, 4/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Baltimore MD, 4/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Chantilly VA, 12/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Chantilly VA, 2/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Chantilly VA, 5/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Cleveland OH, 11/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Cleveland OH, 4/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Columbus OH, 11/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Columbus OH, 3/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Columbus OH, 5/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Dallas TX, 3/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Del Mar CA, 12/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Denver CO, 11/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Denver CO, 3/07 - Int. gem & jewelry show (I)
Fort Washington PA, 20-22/4/07 - Jewelry arts expo (N)
Las Vegas NV, 12/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Las Vegas NV, 25/2-1/3/07 - Asd / Amd's jewelry show (N)
Las Vegas NV, 28-31/5/07 - Las Vegas gem and jewelry show (I)
Las Vegas NV, 29-31/5/07 - Luxury by Jck (I)
Las Vegas NV, 31/5-4/6/07 - Agta GemFair Las Vegas (N)
Las Vegas NV, 6/07 - Las Vegas antique jewelry & watch show (N)
Las Vegas NV, 1-5/6/07 - Jck Las Vegas (I)
Miami Beach FL, 20-22/1/07 - World of jewelry (I)
Miami Beach FL, 14-16/4/07 - World of jewelry (I)
New Orleans LA, 12/06 - Int. jewelry fair / General merchandise show (I)
New Orleans LA, 19-22/5/07 - Int. jewelry fair / General merchandise show (I)
Portland OR, 12/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Rosemont IL, 12/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Rosemont IL, 18-21/1/07 - TransWorld's jf&a show (Winter) (N)
Rosemont IL, 19-22/4/07 - TransWorld's jf&a show (Spring) (N)
Rosemont IL, 26-29/7/07 - TransWorld's jf&a show (Summer) (N)
San Antonio TX, 11/06 - Int. gem & jewelry show (I)
San Mateo CA, 11/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Santa Monica CA, 12/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Seattle WA, 11/06 - Int. gem & jewelry show (I)
Tucson AZ, 30/1-5/2/07 - Tucson gem & jewelry show (I)
Tucson AZ, 31/1-5/2/07 - Agta GemFair Tucson (N)

SALUTE, BELLEZZA, TERMALISMO
(impianti, attrezzature, servizi)
Health, beauty, spas (installations, equipments, services)

Armenia
Jerevan, 17-19/11/06 - Expo beauty (I)

Australia
Adelaide, 2-3/6/07 - Body, mind & psychic expo (N)
Melbourne, 17-18/5/07 - Melbourne int. beauty expo & conference (I)
Melbourne, 8-11/6/07 - MindBodySpirit festival Melbourne (I)
Sydney, 16-19/11/06 - MindBodySpirit festival Sydney (I)
Sydney, 3-6/3/07 - MindBodySpirit festival Sydney (I)
Sydney, 20-22/4/07 - Natural healthcare expo (I)

Austria
Graz, 26-28/1/07 - Ferien (I)
Innsbruck, 3-4/2/07 - Wellness & Gesundheit (I)
Klagenfurt, 17-19/11/06 - Gesund Leben (I)
Linz, 23-25/3/07 - Bleib g'sund (N)
Oberwart, 8-10/12/06 - Fühldichwohl (I)
Salzburg, 9-11/2/07 - Ferien Messe Salzburg (I)
Wels, 10-12/11/06 - Gesund Leben (N)

Bahrain
Manama, 12/06 - Iht (I)
Manama, 21-24/2/07 - Beauty Arabia (I)

Belgium
Brussels, 16-18/3/07 - Life2 (N)

Brazil
São Paulo, 13-16/4/07 - Hairbrasil (I)
São Paulo, 3-6/5/07 - Natural tech (I)

Canada
Toronto, 5/07 - Esthétique spa int. trade show (I)
Vancouver, 2/07 - Esthétique spa int. trade show (I)

China, P.R.
Hong Kong, 15-17/11/06 - The natural health fair (I)
Hong Kong, 1-3/6/07 - Beauty & fitness expo (I)
Hong Kong, 1-3/6/07 - Health care expo (I)
Hong Kong, 11/06 - Natural products expo Asia (I)
Shanghai, 10-12/5/07 - Cbe (I)
Shanghai, 31/5-2/6/07 - Biofach China (I)
Shanghai, 7-9/6/07 - Ispa (I)
Shenzhen, 6-8/3/07 - Ssf-expo (I)

Czech Republic
Prague, 16-18/3/07 - Biostyl (I)

Finland
Helsinki, 10-12/11/06 - Fashion + Beauty (N)
Helsinki, 10-12/11/06 - Health (I)
Helsinki, 16-18/3/07 - Kunto (N)

France
Grenoble, 25/11-3/12/06 - Naturissima (N)
Lille, 11/06 - Salon du bien-être au naturel et des produits bio (N)
Lyon, 14-17/11/06 - Piscine (I)
Nice, 6/07 - Bionazur (N)
Paris, 3-12/11/06 - Marjolaine (I)
Paris, 2-10/12/06 - Salon de la piscine & du spa (N)
Paris, 8-12/2/07 - Le salon du bien-être médecine douce (I)
Paris, 8-9/3/07 - Dietecom (N)
Paris, 15-18/3/07 - Thermalies (I)

Georgia
Tbilisi, 15-17/3/07 - Gihe (I)

Germany
Berlin, 24-28/1/07 - Wellness plus (N)
Berlin, 29-31/3/07 - Berlin Vital Frühjahr (N)
Cologne, 16-18/3/07 - Rheingolf (N)
Essen, 3-5/11/06 - Gesundheits-Messe body & health (I)
Essen, 14-15/4/07 - Heilpraktikertage (N)
Essen, 19-22/4/07 - Fibo (I)
Frankfurt am Main, 24-28/1/07 - Beautyworld (I)
Nuremberg, 15-18/2/07 - Vivaness (N)
Saarbrücken, 9-11/2/07 - Reisemarkt Saarbrücken (I)
Stuttgart, 18-21/1/07 - Golf und Wellness Reisen (I)
Stuttgart, 3/07 - Wellviva (I)

Hungary
Budapest, 4-5/11/06 - Beauty and spa (I)

Indonesia
Jakarta, 30/5-2/6/07 - Int. beauty showcase (I)

Ireland
Dublin, 27-28/1/07 - The health & vitality show (N)
Dublin, 4-5/3/07 - Irish beauty show (N)

Israel
Tel Aviv, 30-31/5/07 - Gym israel (N)

Italy
Carrara, 24-26/11/06 - èFitness (N)
Naples, 11-13/11/06 - Aestetica (N)
Piacenza, 2-4/3/07 - Naturalmente (N)
Reggio Emilia, 9-11/3/07 - Homo meeting (N)
Venice, 1-3/6/07 - Nature (N)
Verona, 26-28/1/07 - Salus (I)
Verona, 23-25/2/07 - Il nuovo club (I)
Vicenza, 17-20/11/06 - Bené - Sentieri di benessere (N)

Japan
Tokyo, 28-30/3/07 - This (I)

Luxembourg
Luxembourg-Kirchberg, 9-11/3/07 - Life2 (N)

Malaysia
Kuala Lumpur, 16-19/7/07 - CosmoBeauté Asia (I)

Mexico
Mexico City, 9-11/2/07 - Expo int. naturista Anipron (I)
Mexico City, 1-3/6/07 - Expo spa (I)

Monaco (Principauté de)
Monaco, 20-22/1/07 - The Monaco spa event (I)

Mongolia
Ulan Bator (Ulaanbaatar), 14-16/6/07 - Mihe (I)

Morocco
Casablanca, 14-17/12/06 - Medical expo (I)
Casablanca, 16-19/3/07 - Tajmil (I)

Netherlands
Utrecht, 17-19/3/07 - Beauty trade special (N)

Philippines
Manila, 18-20/5/07 - Bio-Search (N)

Poland
Lódz, 10-12/11/06 - Festiwal zdrowia i niezwyklosci (I)

Portugal
Porto, 24-27/5/07 - Normédica (I)

Russia
Moscow, 10-13/3/07 - Cosmoprof - Expobeauty (I)
Moscow, 21-23/3/07 - Interbass (I)
Omsk, 1-3/4/07 - Sport. Health. Recreation (N)
Omsk, 17-20/4/07 - Spring week of fashion and beauty (N)

Senegal
Dakar, 3/07 - Exposanté (I)

Serbia
Belgrade, 26-29/4/07 - Nature gifts (I)

Slovak Republic
Trencin, 19-21/4/07 - Healthy life style (N)

Slovenia
Celje, 2-3/6/07 - Altermed

South Africa
Cape Town, 18-19/2/07 - Professional beauty Cape Town (N)

Spain
Alicante, 14-15/4/07 - Jesal-Extetic (N)
Barcelona, 25-26/11/06 - Sitem (I)
Barcelona, 10-12/3/07 - Cosmobelleza (I)
Barcelona, 30/3-1/4/07 - Exposalud (I)
Madrid, 30/11-3/12/06 - Fisalud (I)
Madrid, 28-30/4/07 - Bellasalud (N)

Sweden
Stockholm, 24-26/11/06 - Allt för hälsan (N)

Switzerland
Berne, 11-14/1/07 - Gesundheit (I)
Lausanne, 28/3-1/4/07 - Mednat expo (I)
Lugano, 3-6/5/07 - Tisana (N)

Taiwan
Taipei, 24-27/11/06 - Health expo (I)

Thailand
Bangkok, 8-12/11/06 - Thai hbs (N)

Turkey
Istanbul, 14-17/6/07 - Beauty Eurasia (I)

Ukraine
Lviv, 19-21/4/07 - Galmed: healthand longevity (I)

United Arab Emirates
Dubai, 10-12/12/06 - Middle East natural & organic products expo (I)
Dubai, 18-20/1/07 - The wellbeing show (I)
Dubai, 20-22/5/07 - Wellness & Spas Middle East (I)

United Kingdom
Brighton, 4-6/2/07 - Spatex (N)
London, 3/07 - Professional spa exhibition (I)
London, 29/3-1/4/07 - The vitality show (N)
London, 15-16/4/07 - Natural products Europe (I)
London, 15-16/4/07 - Organic products Europe (I)
London, 27-28/5/07 - Afro hair & beauty exhibition & show (N)

United States of America
Anaheim CA, 3/07 - Natural products expo West (N)
Atlanta GA, 5/07 - Atlanta spa expo (N)
Chicago IL, 6-8/5/07 - All things organic (N)
Las Vegas NV, 6-9/11/06 - Ispa conference & expo (I)
Long Beach CA, 1-3/3/07 - Western pool & spa show (N)
Los Angeles CA, 4-5/3/07 - Medical spa conference & expo (N)
Los Angeles CA, 4-5/3/07 - Spa & resort expo & conference (N)
Miami Beach FL, 15-16/4/07 - Medical spa conference & expo (I)
Miami Beach FL, 15-16/4/07 - Spa & resort expo & conference (I)
New York NY, 8-10/2/07 - Camexpo East (I)
New York NY, 11-13/3/07 - Ibs New York (I)
Orlando FL, 7-9/6/07 - Club industry East (N)
Washington DC, 13-14/1/07 - Nbc 4 health and fitness expo (N)

TURISMO, VIAGGI, VACANZE

Tourism, Travel, Holidays

Argentina
Buenos Aires, 25-28/11/06 - Fit (I)

Australia
Brisbane, 26/5-1/6/07 - Ate (I)
Brisbane, 6/07 - Caravan, camping & touring holiday show (N)
Melbourne, 17-18/3/07 - Melbourne holiday & travel expo (I)
Sydney, 24-25/3/07 - Sydney holiday & travel expo (I)

Austria
Graz, 26-28/1/07 - Ferien (I)
Klagenfurt, 12-15/4/07 - Freizeit (I)
Linz, 2-4/2/07 - Tourist (I)
Salzburg, 9-11/2/07 - Ferien Messe Salzburg (I)
Vienna, 11-14/1/07 - Ferien Messe (I)
Vienna, 28-30/1/07 - Actb (I)
Vienna, 28-30/1/07 - Danube travel mart (I)

Azerbaijan
Baku, 18-20/4/07 - Aitf (I)

Bahrain
Manama, 12/06 - Iht (I)

Belgium
Antwerp, 26-31/1/07 - Int. vakantiesalon (I)
Brussels, 8-12/2/07 - Salon des vacances (I)
Charleroi, 1-4/3/07 - Idées vacances (N)
Eupen-Kettenis, 3/07 - Salon int. des vacances et de loisirs (I)
Ghent, 23-25/2/07 - Adventure affair (I)
Hasselt, 20-21/1/07 - Touristiek (I)
Liège, 13-18/2/07 - Vert, bleu, soleil (N)

Bosnia and Hercegovina
Banja Luka, 9-12/11/06 - Lorimes (I)

Brazil
Carapina - Serra, 20-22/11/06 - Sabor Es (N)
Rio de Janeiro, 5/07 - Brite (I)

Bulgaria
Plovdiv, 21-25/3/07 - Nature, hunting, fishing (I)
Sofia, 11-15/4/07 - Sport & Tourism (spring) (N)

Canada
Calgary, 23-25/3/07 - Calgary outdoor adventure show (N)
Toronto, 26-29/1/07 - Trips (I)
Toronto, 23-25/2/07 - Toronto outdoor adventure show (N)
Vancouver, 16-18/2/07 - The Vancouver golf and travel show (N)
Vancouver, 16-18/2/07 - Vancouver outdoor adventure show (N)

Chile
Santiago, 11/06 - Pro tiempo libre (I)
Santiago, 11/06 - Viajantes (I)

China, P.R.
Beijing, 14-16/5/07 - Bittm (I)
Beijing, 22-24/6/07 - Bite (I)
Beijing, 3-5/7/07 - Cibtm (I)
Hong Kong, 14-16/6/07 - Ite mice (I)
Hong Kong, 14-17/6/07 - Ite (I)
Shanghai, 22-25/3/07 - Wtf (I)
Shanghai, 18-21/6/07 - Altm (I)

Colombia
Santa Fe de Bogotá, 26-28/2/07 - Vitrina turistica de Anato (N)

Croatia
Zagreb, 9-12/5/07 - Tourism (I)

Czech Republic
Brno, 11-14/1/07 - Go (I)
Brno, 11-14/1/07 - Regiontour (I)
Prague, 2-4/11/06 - Madi travel market (I)
Prague, 15-18/2/07 - Holiday world (I)

Denmark
Copenhagen, 26-28/1/07 - Ferie (I)
Herning, 23-25/2/07 - Ferie for alle (I)

Estonia
Tallinn, 16-18/2/07 - Tourest (I)
Tartu, 23-25/3/07 - Summer (N)

Finland
Helsinki, 18-21/1/07 - Matka (I)
Jyväskylä, 24-25/3/07 - FreeTime (N)

France
Cannes, 4-7/12/06 - Iltm (I)
Colmar, 10-12/11/06 - Sitv (I)
Lyon, 2-4/3/07 - Mahana (I)
Marseille, 11-13/5/07 - Salon des randonnées (N)
Montpellier, 23-25/1/07 - Sett (N)
Nantes, 2-4/3/07 - Salon du tourisme et des vacances Nantes-Atlantique (N)
Paris, 2/07 - Top montagne (N)
Paris, 15-18/3/07 - Salon mondial du tourisme (I)
Paris, 30/3-1/4/07 - Salon des randonnées (N)
Paris, 4/07 - D'ici et d'ailleurs (N)
Rennes, 2-4/2/07 - Salon du tourisme et des vacances Rennes-Bretagne (N)
Strasbourg, 5-7/2/07 - Tourissimo (I)

Georgia
Tbilisi, 12-14/4/07 - Ctf (I)

Germany
Berlin, 11/06 - Berliner Reisemarkt (N)
Berlin, 7-11/3/07 - Itb Berlin (I)
Berlin, 13-15/5/07 - Gtm (I)
Bremen, 3-5/11/06 - ReiseLust (I)
Cologne, 1-3/12/06 - Rki (I)
Cologne, 16-18/3/07 - Rheingolf (N)
Cottbus, 12-14/1/07 - Cottbuser Reisemarkt (N)
Düsseldorf, 7/07 - Business travel show (N)
Essen, 21-25/2/07 - Reise Camping (I)
Essen, 23-25/2/07 - Golf (I)
Frankfurt am Main, 17-19/4/07 - Imex (I)
Freiburg im Breisgau, 10-18/3/07 - Cft (I)
Friedrichshafen, 17-19/11/06 - Reisen & Freizeit (I)
Hamburg, 7-11/2/07 - Reisen Hamburg (I)
Hanover, 2-4/2/07 - Reisepavillon (I)
Karlsruhe, 16-19/11/06 - Horizont (I)
Leipzig, 22-26/11/06 - Tc (I)
Munich, 22-26/2/07 - C-b-r leisure and travel (I)
Munich, 4/07 - Mdm (N)
Nuremberg, 24/2-4/3/07 - Freizeit - Garten + Touristik (I)
Saarbrücken, 9-11/2/07 - Reisemarkt Saarbrücken (I)
Stuttgart, 9-10/11/06 - Wbo (I)
Stuttgart, 13-14/1/07 - Fahrrad und Erlebnis Reisen (I)
Stuttgart, 13-21/1/07 - Cmt (I)
Stuttgart, 18-21/1/07 - Golf und Wellness Reisen (I)

Greece
Athens, 17-20/11/06 - Xenia (I)
Athens, 26-28/1/07 - Exclusive travel (N)
Thessalonika, 16-19/11/06 - Philoxenia (I)

Hungary
Budapest, 28/3-1/4/07 - Utazás (I)

India
Bangalore, 12-14/1/07 - Ttf (N)
Chennai (Madras), 19-21/1/07 - Ttf (N)
Mumbai (Bombay), 10-12/2/07 - Ttf / Otm (I)
New Delhi, 16-18/2/07 - Ttf / Otm (I)
New Delhi, 19-22/4/07 - Satte (I)

Indonesia
Jakarta, 8-11/2/07 - Deep Indonesia (I)
Jakarta, 25-29/4/07 - Agpt (I)

Ireland
Dublin, 25-28/1/07 - The holiday world show (I)

Israel
Tel Aviv, 6-7/2/07 - Imtm (I)

Italy
Arezzo, 17-19/11/06 - Agrietour (N)
Bari, 19-22/4/07 - Expoturismo (I)
Bergamo, 16-17/3/07 - NoFrills primavera (N)
Bolzano, 28/4-1/5/07 - Tempo libero / Freizeit (N)
Carrara, 13-21/1/07 - Tour.it (N)
Carrara, 25/2-1/3/07 - Tirreno ct (N)
Ferrara, 24-27/5/07 - Arts and events 100 Italian cities (N)
Florence, 7-9/11/06 - Btc int. (I)
Genoa, 22-24/11/06 - Bts - scuola (N)
Lido di Jesolo, 2/12/06 - Viaggiandum est (N)
Milan, 22-25/2/07 - Bit (I)
Milan | Segrate, 1-4/3/07 - Italia vacanze (N)
Modena, 28/10-1/11/06 - Skipass (N)
Modena, 22-25/3/07 - Children's tour (N)
Montesilvano, 4/07 - Ecotur (N)
Naples, 30/3-1/4/07 - Bmt (N)
Paestum | Capaccio, 16-19/11/06 - Borsa mediterranea del turismo archeologico (I)
Rome, 17-20/11/06 - Motus (I)
Rome, 17-20/11/06 - Settimana della vita collettiva (I)
Rome, 22-24/3/07 - Globe (I)
Vicenza, 24/3-1/4/07 - Tempolibero (N)

Kazakhstan
Almaty, 26-28/4/07 - Kitf (I)

Kuwait
Kuwait City, 9-12/4/07 - Kuwait world travel expo (I)

Latvia
Riga, 9-11/2/07 - Balttour (I)
Riga, 29/3-1/4/07 - Atputa un sports / Recreation and sport (N)

Libya
Tripoli, 15-17/5/07 - The forum & exhibition for Mediterranean tourism and ethnical crafts (I)

Lithuania
Kaunas, 4-6/5/07 - Sport. Leisure. Tourism (N)
Vilnius, 2-4/3/07 - Vivattur (I)

Luxembourg
Luxembourg-Kirchberg, 19-21/1/07 - Vakanz (I)

Mexico
Cancún, 5/07 - Mint (I)
Mexico City, 2/07 - Expo vacaciones Usa (N)
Mexico City, 1-3/6/07 - Expo aventura y ecoturismo (N)
Monterrey, 9-11/2/07 - Interkampp (I)

Moldova
Kishinev, 11-14/4/07 - Tourism. Leisure. Hotels (I)

Monaco (Principauté de)
Monaco, 12-14/1/07 - Mctm (I)

Montenegro
Budva, 28/2-2/3/07 - Metubes (I)

Netherlands
Utrecht, 9-14/1/07 - Vakantiebeurs (I)

Norway
Oslo - Lillestrom, 11-14/1/07 - Reiseliv (I)

Oman
Muscat, 8-10/5/07 - Oman travel market (I)

Philippines
Cebu, 16-18/3/07 - Vis-Min travel and lifestyle (I)
Davao City, 23-25/2/07 - Davao travel show (I)

Poland
Gdansk, 13-15/4/07 - Gtt (I)
Katowice, 30/3-1/4/07 - Glob (I)
Kielce, 29-31/3/07 - Voyager (N)
Warsaw, 20-22/4/07 - Lato (I)

Portugal
Lisbon, 24-28/1/07 - Btl (I)

Romania
Bucharest, 29/3-1/4/07 - Tnt (N)
Cluj-Napoca, 21-25/3/07 - Vacanta (N)

Russia
Kaliningrad, 12-14/4/07 - Yantour (I)
Krasnodar, 8-14/12/06 - Resort South Russia (N)
Krasnoyarsk, 13-15/4/07 - Holiday industry (N)
Krasnoyarsk, 13-15/4/07 - Yenisey (I)
Krasnoyarsk, 14/4/07 - Workshop-Krasnoyarsk (I)
Moscow, 21-24/3/07 - Mitt (I)
Moscow, 24-28/4/07 - Edu-tour (I)
Novosibirsk, 14-17/11/06 - Sibextreme (I)
Perm, 19-22/4/07 - Tourism & Entertainment (I)
Samara, 4-6/4/07 - Samara tour expo (I)
St. Petersburg, 3-5/11/06 - Leisure without borders. Winter (I)
St. Petersburg, 2-3/2/07 - Intourfest (I)
St. Petersburg, 12-15/4/07 - Leisure without borders. Summer (I)

Saudi Arabia
Jeddah, 11-16/2/07 - Saudi leisure (I)
Jeddah, 4/07 - Jitm (I)

Serbia
Belgrade, 26-29/4/07 - Ift (I)

Singapore
Singapore, 26/1-3/2/07 - Atf (I)

Slovak Republic
Bratislava, 18-21/1/07 - Itf Slovakiatour (I)
Bratislava, 17-22/4/07 - Holiday - Relax - Leisure time (N)

Slovenia
Gornja Radgona, 20-22/4/07 - Sejem lov (I)

Spain
Barbastro, 4/07 - Sitp - Espacio Pirineos (I)
Barcelona, 17-19/11/06 - Nivalia ski show (I)
Barcelona, 28-30/11/06 - Eibtm (I)
Barcelona, 19-22/4/07 - Sitc (I)
Bilbao, 5/07 - Expovacaciones (I)
Cornellá de Llobregat, 3-5/11/06 - Agrotur (N)
Madrid, 3-5/11/06 - Esquí y montaña (N)
Madrid, 31/1-4/2/07 - Fitur (I)
Marbella, 20-23/11/06 - Igtm (I)
Pamplona, 23-25/2/07 - Navartur (I)
Santiago de Compostela, 25-28/1/07 - Cultour (I)
Torre Pacheco, 23-25/2/07 - Turismur (N)
Valladolid, 23-26/11/06 - Intur (I)
Vigo, 28/10-1/11/06 - Expogalaecia (I)

Sweden
Gothenburgh, 22-25/3/07 - Tur (I)
Stockholm, 16-18/3/07 - Wilderness fair (N)

Switzerland
Basel, 2-4/3/07 - Basler Ferienmesse (N)
Berne, 11-14/1/07 - Ferienmesse (I)
Lugano, 29/10-1/11/06 - I viaggiatori (I)
St. Gall, 9-11/2/07 - Ferienmesse St. Gallen (I)
Zurich, 25-28/1/07 - Fespo (N)

Taiwan
Taipei, 3-6/11/06 - Taipei int. travel fair (I)

Turkey
Istanbul, 15-18/2/07 - Emitt Istanbul (I)
Istanbul, 5/07 - Travel Turkey (I)

Ukraine
Kiev, 28-31/3/07 - Uitt (I)

United Kingdom
Belfast, 19-21/1/07 - The Belfast Telegraph holiday show (I)
Birmingham, 2-4/3/07 - Destinations (I)
Birmingham, 13-14/3/07 - Bttf (I)
Birmingham, 16-18/3/07 - The outdoors show (I)
Bournemouth, 9-11/2/07 - Interhol (I)
Cheltenham, 31/3-1/4/07 - Interhol (I)
Edinburgh, 18-19/4/07 - VisitScotland expo (N)
Glasgow, 19-21/1/07 - Holiday & travel show Glasgow (N)
London, 6-9/11/06 - Wtm (I)
London, 12-14/1/07 - The Daily Telegraph adventure travel & sports show (N)
London, 19-21/1/07 - Vive la France show (I)
London, 1-4/2/07 - Destinations (I)
London, 13-15/2/07 - Business travel show (N)
London, 15-16/5/07 - Premium travel (I)
London, 22-23/5/07 - Travel distribution summit Europe (I)

United States of America
Anaheim CA, 21-25/4/07 - Int. pow wow (I)
Atlanta GA, 10-12/3/07 - Atlanta spring gift, home furnishings & holiday market (I)
Houston TX, 5-14/1/07 - Houston int. boat, sport & travel show (I)
Las Vegas NV, 5-7/12/06 - Luxury travel expo (I)
Miami Beach FL, 12-15/3/07 - Seatrade cruise shipping convention (I)
Sandy UT, 9-10/2/07 - Morris Murdock int. travel tourism show (I)
Sarasota FL, 21-23/1/07 - Florida huddle (I)

Zimbabwe
Bulawayo, 24-28/4/07 - A'sambeni (I)

'06 Show Record Attendances ▸ Hosted Buyers 3400+ / Total Visitors 7600 / Exhibitors 3300+ from 150+ countries • *"All the world comes to IMEX"* • A host of new exhibitors • *"The real benefit is the number of real decision-makers who attend"* • 35% of exhibitors increase space year-on-year • *"IMEX goes on getting bigger and better"*

Fare il massimo per voi è la nostra impresa quotidiana.

Camere di Commercio d'Italia.

UNIONCAMERE

La parola ai fatti.

www.unioncamere.it www.cameradicommercio.it

CIBUS TEC

TECNOCONSERVE•MILC•MULTITECNO

FOOD PROCESSING & PACKAGING TECHNOLOGY EXHIBITION

FIERE DI PARMA
17 - 20 OTTOBRE 2007

CON IL PATROCINIO DI:

FEDERALIMENTARE
Servizi s.r.l.

FIERE DI PARMA

Via F. Rizzi, 67/a - 43031 Baganzola - Parma - Italy
Tel. +39 0521 9961 Fax +39 0521 996235 - www.fiereparma.it - tecno@fiereparma.it

CARIPARMA & PIACENZA
BANCA UFFICIALE FIERE DI PARMA