

Domenico De Simone
Parmacrack

Malatempora, Roma 2004,
pp. 128 euro 8,00

Come affermava Brecht, i banchieri sono più pericolosi dei rapinatori di banche; l'economista

De Simone in questo volume prova a spiegare, a partire dal caso Parmalat, come mai il criminale finanziario resti sempre impunito.

Per difendersi occorre conoscere i meccanismi perversi sottostanti di un'economia drogata dal debito: un libro illuminante.

Giulia Di Pietro
Uranio impoverito
La verità

Malatempora, Roma 2006,
pp. 112 euro 10,00

Una lunga intervista col generale Falco Accame il quale, prima da parlamentare e poi da cittadino, si è battuto per diffondere informazioni su questa scoria nucleare usata per rafforzare la potenza degli armamenti.

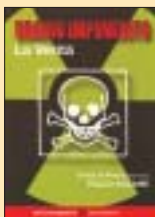
Un libro che contiene verità scomode e che bisognerebbe leggere, per conoscere questo killer silenzioso.

a cura di Romano Nobile
La tortura nel Bel Paese
Malatempora, Roma 2006,
pp. 128 euro 10,00

La tortura non è un residuo di dittature del terzo mondo, ma è praticata anche nel nostro paese, come documenta questo volume, frutto di una ricerca dell'Ares.

Dal mobbing al microchip, passando per fenomeni di cui poco parlano i mass media, come la tortura di tipo "politico" attuata nelle carceri o quella messa in atto contro gli anziani negli ospizi o contro i migranti reclusi nei Cpt.

Un libro che apre interrogativi sulla democrazia.



TRASPORTI. TORNA LA FIERA BIENNALE DEL SETTORE AUTOMOTIVE

Autopromotec: sempre più grande e internazionale

Nell'edizione 2007 (Bologna, 23-27 maggio) il raddoppio dell'area del settore ricambi porterà la superficie espositiva totale a 130.000 m²

di Gino Bertone

Chiedere a un organizzatore di fiere se la propria rassegna sta andando bene è un po' come chiedere a un oste se il proprio vino è buono. Saranno i visitatori a giudicare la bontà del vino; quello che si può già dire è che Autopromotec 2007 sarà notevolmente più grande.

A circa sei mesi dall'apertura la più importante rassegna espositiva internazionale di attrezzature, prodotti e servizi per l'assistenza ai mezzi di trasporto può già prevedere un successo senza precedenti nell'edizione 2007, che si terrà a Bologna dal 23 al 27 maggio.

L'area occupata dal settore ricambi è più che raddoppiata rispetto alla passata edizione, in cui questi prodotti erano stati per la prima volta inseriti nella merceologia della manifestazione a seguito di numerose richieste da parte di potenziali espositori del settore dei ricambi e dei car service.

L'ampliamento venne realizzato mantenendo inalterata la filosofia di estrema specializzazione della manifestazione, che prevede che gli espositori possano essere soltanto produttori o, in loro vece, rappresentanti esclusivi. L'area disponibile dedicata ai ricambi nel 2005 era di 10.000 m² e venne esaurita in poche settimane. Per l'edizione 2007 l'area prevista è stata raddoppiata ed è in pratica già completamente esaurita.

L'incremento della presenza del settore ricambi avviene nel quadro di un generale potenziamento di Autopromotec, che ha portato la superficie espositiva da 110.000 a 130.000 m², col risultato che a sei mesi dall'apertura della manifestazione le prenotazioni coprono già il 90% dell'area totale disponibile.

Autopromotec 2007 crescerà inoltre come superficie espositiva complessiva, avendo acquisito il carattere di fiera mondiale. Il mercato dell'Ue vede infatti in Autopromotec un appunta-



mento irrinunciabile e consolidato; in più alla prossima edizione sono previste numerose delegazioni di espositori e buyer da paesi extraeuropei. In particolare, sono previste missioni dagli Stati Uniti, anche perché Autopromotec è attualmente l'unica fiera italiana del settore certificata dal governo americano. Particolarmente interessante sarà poi la presenza da paesi del bacino del Mediterraneo quali Tunisia, Marocco, Turchia ed Egitto, oltre che dalla totalità dei paesi dell'Europa dell'Est.

In un momento certamente complicato per il comparto fieristico, il successo di Autopromotec poggia soprattutto sul fatto che la manifestazione è organizzata dalle associazioni di categoria rappresentative di espositori e visitatori. La politica di Autopromotec perciò non punta a obiettivi meramente economici attraverso la moltiplicazione di eventi e costi, ma tende essenzialmente a creare occasioni di business per le imprese e i visitatori.

A titolo d'esempio di questa politica, basti citare che l'ingresso è gratuito, su invito degli espositori e degli organizzatori, ed è riservato ai visitatori professionali (nell'ultima edizione oltre 77.000 italiani e 16.000 esteri). Inoltre (sempre per favorire la partecipazione a livello

internazionale) gli organizzatori hanno attivato convenzioni particolarmente convenienti con compagnie aeree e gruppi alberghieri. Fortissima, infine, è l'attenzione dedicata ai rapporti istituzionali: numerose associazioni internazionali organizzeranno i loro incontri direttamente in Autopromotec, mentre la stampa nazionale e internazionale, oltre a coprire l'evento, dedicherà edizioni speciali alla rassegna bolognese.

In più, l'area all'interno dei padiglioni non accoglierà solamente le diverse aziende, ma anche un grande spazio destinato a ospitare i maggiori convegni di respiro internazionale e premiazioni, nonché la Conferenza di Presentazione dell'intera Fiera, generando una rilevante attrattiva ulteriore a livello europeo e mondiale direttamente negli spazi contigui a quelli occupati dagli espositori.

Secondo gli organizzatori, Autopromotec 2007 rappresenterà non solo un momento di esposizione di prodotti, ma anche un confronto ai massimi livelli tra i decisori dell'aftermarket automobilistico favorito dal fatto che, come afferma Renzo Servadei, amministratore delegato dell'organizzazione, "Autopromotec non è una fiera per le aziende, ma la fiera che appartiene alle aziende."