

**Eugenio Caruso**  
**Come preparare e leggere un bilancio**  
**Tecniche nuove, Milano**  
**2007, pp. XIV-226**  
**euro 16,90**

Il libro è pensato per i dirigenti d'impresa non addetti ai lavori che vogliono imparare a leggere i bilanci della loro impresa, redatti da altri, e dai quali si può ricavare l'andamento dell'azienda.



Il pregio del libro risiede nel fatto che non è una traduzione di un testo anglosassone, come accade spesso, ma è un volume calato nella realtà imprenditoriale italiana.

**AA. VV.**  
**Che fare se il marketing è una trappola?**

**Tecniche nuove, Milano**  
**2007, pp. 162 euro 14,90**

Gli addetti al marketing possono cadere in quattro trappole, relative al prodotto, ai punti vendita, alla promozione e ai prezzi. Un passo falso in uno di questi ambiti può aver ripercussioni sugli altri tre.



Il libro presenta casi aziendali reali e spiega come risolverli col commento di esperti del settore.

**Marzio Bonferroni**  
**La nuova comunicazione di marketing**

**Tecniche nuove, Milano**  
**2007, pp. XXII-274**  
**euro 18,90**

La pubblicità di massa, invadente e onnipresente, ha fatto il suo tempo. Nel volume si propone un diverso approccio basato sulla *multicreatività*, che mette al vertice della piramide la cosiddetta "comunità di marca" e intende realizzare una *human satisfaction*.



[www.tecnichenuove.com](http://www.tecnichenuove.com)



## Piacenza Expo: per il 2008 ancora bilanci in positivo

Col 2007 Piacenza Expo ha raggiunto l'utile di esercizio (escludendo il pesante ammortamento dei nuovi immobili di proprietà che, col nuovo padiglione, supera i 400.000 €), pur senza Geofluid, la più importante manifestazione europea del suo settore, che incide per il 50% sul fatturato e determina un margine operativo molto importante, ma si svolge solo negli anni pari.

Nel 2007 la mancanza di Geofluid è parzialmente compensata da ExpoLaser – che sembra promettere, almeno nel medio-lungo termine, scenari al livello di Geofluid – e da SIBA, che però rimane invischiata nelle congiunture e nelle criticità del settore tessile-abbigliamento.

Per l'esercizio 2008, grazie al Geofluid, si prevede un risultato economico in utile.

Viaggiando contro corrente, negli ultimi anni, in un periodo di particolare contrazione del mercato fieristico, Piacenza Expo ha migliorato sensibil-

mente le proprie performance di bilancio grazie a un aumento del numero di eventi proposti e alla razionalizzazione e contenimento dei costi.

“La manifestazione di maggior rilievo del 2007 è stata ExpoLaser – sottolinea il direttore Raul Barbieri – la prima in Italia dedicata alle applicazioni laser nell'industria, che sin dalla prima edizione ambisce a diventare appuntamento di livello europeo.

PiacenzaExpo ha intrapreso prestigiose collaborazioni con l'Enea (Ente Nazionale Energia e Ambiente), per il programma convegnistico, e con la PubliTec, editrice della rivista Applicazioni Laser, condivide il progetto della manifestazione”.

ExpoLaser ha visto la presenza di 250 espositori tra cui tutte le più importanti aziende, multinazionali, del settore. I visitatori sono stati oltre 6500, particolarmente aziende che utilizzano le tecnologie laser nelle proprie lavorazioni (meccanico, tessile, elettrico/elettronico,...) escluso il settore biomedicale.



Raul Barbieri

La prossima edizione è in programma dal 15 al 17 novembre 2009. Nel 2008 si svolgerà **ExpoLaser Forum**, appuntamento convegnistico sempre organizzato con Publitec.

### L'alleanza con Fiere di Parma

“Quest'anno andrà ricordato – prosegue Barbieri – come l'anno dell'accordo con Fiere di Parma, mirante all'armonizzazione dei due calendari per evitare sovrapposizioni di date. Inoltre, è stata definita l'integrazione strategica ed operativa tra la manifestazione piacentina **Tomatoworld** e la parmigiana Cibus Tec, inserendo, negli anni dispari Tomatoworld, organizzato da Piacenza Expo, nell'ambito di Cibus Tec, dunque in un contesto di filiera e accrescendone la visibilità internazionale.

Negli anni pari, e quindi nel 2008, Tomatoworld sarà un importante momento di convegni e workshop di risonanza internazionale, svolto a Piacenza, organizzato da PiacenzaExpo e Fiere di Parma.

Tra gli altri ambiti di collaborazione, la creazione di una nuova fiera rivolta al pubblico, **Ex.El.**, dedicata all'elettronica, che viene organizzata in partnership tra le due fiere e si svolgerà, già dal 2008, due volte l'anno (febbraio e ottobre) a Parma.

### L'anno di Geofluid

Il 2008 è poi l'anno di Geofluid, la manifestazione più importante di PiacenzaExpo.

“I risultati di Geofluid 2006 sono stati decisamente soddisfacenti – spiega il direttore di Piacenza Expo – abbiamo avuto un incremento del 10% per le superfici espositive vendute. I visitatori professionali hanno ampiamente superato le 12.000 unità con un incremento del 12% rispetto alla precedente edi-