



Il calendario

15 - 19 NOVEMBRE 2009 - NAPOLI

EXPOSUDHOTEL - ho.re.ca.

www.exposudhotel.it

21 - 25 NOVEMBRE - BASILEA (SVIZZERA)

IGEHO - hotellerie e ristorazione

www.igeho.ch

29 NOVEMBRE - 2 DICEMBRE 2009 - LONGARONE

MIG Mostra Internazionale del Gelato

www.miglongarone.it

23 - 27 GENNAIO 2010 - RIMINI

SIGEP - Gelato, panificazione, pasticceria, pizzeria, caffè

www.sigep.it

6 - 10 FEBBRAIO 2010 - STOCCARDA (GERMANIA)

GELATISSIMO

www.gelatissimo.de

www.intergastra.de

7 - 10 FEBBRAIO 2010 - PADOVA

TECHNOBAR & FOOD

www.padovafiore.it

20 - 24 FEBBRAIO 2010 - MADRID (SPAGNA)

INTERSICOP

www.intersicop-madrid.ifema.es

28 FEBBRAIO - 2 MARZO 2010 - NEW YORK (USA)

INT. RESTAURANT & FOODSERVICE SHOW

www.internationalrestaurantny.com

28 FEBBRAIO - 4 MARZO 2010 - LONDRA (UK)

HOTELYMPIA - ristorazione, ospitalità

www.hotelympia.com

6 - 10 MARZO 2010 - PARIGI (FRANCIA)

EUROPAIN + INTERSUC

www.europain.com

21 - 23 MARZO 2010 - ATLANTIC CITY (USA)

SIGEP USA - gelato artigianale

www.sigep.it

I grandi eventi di Sigep 2010

Il Salone Internazionale della Gelateria e Pasticceria artigianali terrà la 31ª edizione a Rimini Fiera dal 23 al 27 gennaio prossimi.

Prosegue a ritmo serrato l'organizzazione degli eventi riguardanti gelato e pasticceria che caratterizzeranno il Sigep 2010.

Coppa del Mondo di Gelateria

La quarta edizione della Coppa del Mondo di Gelateria ha definito il lotto dei paesi partecipanti.

Dal 2010 la competizione, organizzata da Sigep e Cogel-Fipe, passerà da otto a dieci squadre concorrenti.

Si tratta di Australia, Argentina, Brasile, Francia, Germania, Iran, Marocco, Spagna, Svizzera e Usa.

Come si può notare, manca l'Italia ed è una precisa scelta dell'organizzazione che nel regolamento ha previsto che i vincitori di due competizioni consecutive (come accaduto all'Italia che ha manifestato un'evidente superiorità) deve "saltare" almeno una partecipazione.

Il Laboratorio delle idee

I Maestri della Gelateria Italiana presenteranno "il Laboratorio delle Idee è musica". Il tentativo sarà quello di associare due arti assai differenti tra loro che, però, esprimono ugualmente sentimento, passione, creatività.



Delicious & Famous

Al Forum della Pasticceria da sabato 23 si svolgerà il grande evento Delicious & Famous, al quale parteciperanno pasticceri di livello internazionale e stilisti dell'alta moda made in Italy.

Il connubio darà vita a creazioni spettacolari e di grande qualità, capaci di associare il talento dei pasticceri a quello degli stilisti.

Selezione Coppa del Mondo al Forum della Pasticceria

Sempre al Forum della Pasticceria coordinato dal Club Arti & Mestieri, lunedì 25 si svolgerà la selezione della compagine italiana che parteciperà alla Coppa del Mondo di Pasticceria.

Il Sigep visto dalle aziende Innovazione, internazionalità e comunicazione, sono tre direttrici operative obbli-

gate per le imprese italiane che operano nel mondo della gelateria artigianale e che, se da una parte mantengono alta l'attenzione sul mercato interno, dall'altra guardano alle ottime prospettive che la domanda estera pone davanti.

Nuovi mercati da stimolare con strategie mirate, utilizzando al meglio gli strumenti a disposizione tra i quali certamente anche le fiere e in particolare SIGEP, capace di attrarre nell'ultima edizione oltre 16.000 operatori stranieri provenienti da 115 paesi.

Temi sui quali convergono esponenti di aziende leader del settore.

"Sicuramente - dice Paolo Fabbri - **Fabbri 1905** - la ricerca di nuove opportunità, che è caratteristica tipica dei pe-



riodi recessivi, non può che trovare in una fiera specializzata un ideale contesto. A maggior ragione se la manifestazione dà voce e risalto a uno dei consumi italiani a più alto potenziale di crescita nel mondo.

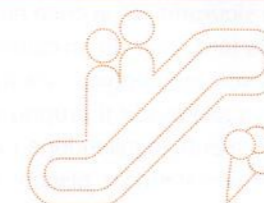
Reputo che il gelato artigianale non solo rappresenti un fiore all'occhiello per il nostro Paese nel mondo ma, co-

me dicevo, abbia ancora enormi margini di crescita quantitativa e qualitativa. "L'innovazione è fondamentale - rilancia Giordano Emendatori - **Mec3** - sta all'imprenditore come l'aria all'uomo. Le ragioni per cui si innova sono fondamentalmente due: è connaturata allo spirito e alla passione di chi fa impresa vera. La seconda ragione è prettamente economica; cioè si innova per necessità. I mercati nazionali e internazionali si possono affrontare solo con proposte a valore aggiunto e queste passano per l'innovazione. Pensare di essere competitivi solo con la leva del prezzo, significa essere sconfitti in partenza". "È importante dare evidenza alla nostra inventiva - sostiene Giuseppe Bravo, amministratore

Soltanto per visitatori di settore iscritti

GELATISSIMO

LA PRIMA FIERA DI SETTORE



Messe Stuttgart



06-10/02/2010

Nuova Fiera di Stoccarda

"Una novità squisita per iniziare la stagione."

GELATISSIMO

La **fiera speciale** per la produzione artigianale del gelato che si tiene proprio a ridosso dell'inizio della stagione. Una **piattaforma ideale** per **informarVi in modo ampio e completo** su ingredienti base ed additivi, tecniche di lavoro e aziendali, equipaggiamenti ed attrezzature, così come su prodotti e servizi per la produzione, la vendita e la presentazione del gelato. FateVi dunque tentare: Vi aspettiamo a **GELATISSIMO 2010**. Prendete subito nota delle date della fiera e registrateVi on-line.

Contatto: Studio Thomas Neureiter, tel. +39-02-66982331, neureiter@libero.it

www.gelatissimo.de

Calendario Corsi

artigeniale



centro di formazione e consulenza

NOVEMBRE 2009:

Corso di 1° livello
Semifreddi Monoporzioni
dal 03/11/2009 al 06/11/2009

Corso Formazione Profession.
dal 16/11/2009 al 27/11/2009

DICEMBRE 2009:

Corso di 1° livello
Controllo di Gestione
dal 14/12/2009 al 15/12/2009

Corso Bilanciam. Molecolare
dal 14/12/2009 al 17/12/2009

GENNAIO 2010:

Corso Formazione Profession.
dal 11/01/2010 al 22/01/2010

Corso di 1° livello
Controllo di Gestione
dal 11/01/2010 al 12/01/2010

Corso di Riposizionamento e
Politica di Prezzo
dal 11/01/2010 al 12/01/2010

ARTIGENIALE S.r.l.
Viale Porta Po, 189/9 45100 ROVIGO
Tel.: +39 0425 47.17.47
Fax: +39 0425 98.83.94
www.artigeniale.it
artigeniale@artigeniale.it

FIERE

agenda



delegato della **Bravo Spa** - in un'ottica di valorizzazione del Made in Italy.

Le aziende devono presentarsi in fiera con novità, che attirino i visitatori e facciano distinguere una fiera dall'altra, contribuendo così a dare lustro nel mondo alle grandi manifestazioni fieristiche e alla grande capacità di innovazione che abbiamo in Italia.

Investire è sicuramente la cosa più importante da fare, intendo investire non solo in ricerca tecnologica, ma anche nel futuro, analizzando il proprio mercato di riferimento, cogliendone i cambiamenti e ascoltando i bisogni della clientela, non solo del gelatiere, ma del consumatore finale.

L'importante è non fermarsi mai, non prendere paura e imparare dal passato per investire meglio nel futuro".

Anche il mondo degli arredamenti ha lo sguardo fisso all'innovazione di prodotto, come conferma Pamela Giombini, Direttore Marketing di **Industrie IFI**: "Innovazione ed esportazioni rappresentano due importanti leve per consentire all'industria italiana di superare l'attuale momento di emparse.

All'estero apprezzano la creatività italiana, il nostro know how e la cura del design sono sempre un passo avanti. Quindi credo che al momento della così detta ripresa sarà importante farsi trovare pronti; le aziende che a livello di ricerca e sviluppo partiranno lancia-

te godranno di un vantaggio rispetto a quelle che si sono fermate. Sulla base di questa convinzione, il reparto ricerca e sviluppo di IFI, composto da 20 professionisti tra ingegneri e tecnici specializzati, non ha mai smesso di lavorare alla progettazione strutturale, termodinamica, elettrica e meccanica di nuovi prodotti".

Gli sforzi sono molto elevati, di conseguenza gli investimenti. Ma quali sono i punti di forza del prodotto italiano in questo settore?

"Cito l'esempio della "Tonda" - **continua Pamela Giombini** - la nostra vetrina che è già un'icona in decine di paesi nel mondo, diversissimi tra loro. All'estero apprezzano la capacità di adattamento dei nostri prodotti a contesti locali.

Bar e locali pubblici in generale sono luoghi di incontro della società, di cui riflettono inevitabilmente la storia, le tradizioni e le abitudini.

I paesi stranieri sono affascinati dalla bellezza e dalla qualità dei nostri prodotti, però bisogna stare attenti a non imporli, bensì ad integrarli.

All'estero dimostrano di apprezzare in particolare la nostra capacità di collaborare attivamente, con flessibilità, alla ricerca di soluzioni ottimali".