

Una porta per la Cina

Ipac-Ima crea un avamposto nel mercato cinese per le aziende italiane del converting, del packaging e del processo alimentare. Dal prossimo luglio sarà a disposizione delle nostre imprese un'area di circa 2000 m² acquisita all'interno della Shanghai Waigaoqiao Free Trade Zone: una zona franca grande quanto Milano, in cui sta per sorgere un complesso espositivo da 70.000 m² distribuiti in sei padiglioni.

«Invece di organizzare mostre in un mercato già inflazionato come quello cinese - spiega l'amministratore delegato Guido Corbella - offriremo ai nostri espositori una base permanente per periodi di tempo prestabiliti (3, 6 o 12 mesi). I "pacchetti" comprendono spazi e servizi differenti, dalla tutela brevetti al marketing avanzato, calibrati a misura delle diverse esigenze».

IN TUTTA LIBERTÀ - Questa formula si caratterizza dunque per la particolare modularità che, di fatto, permette a ciascun operatore di "ritagliarsi" un servizio su misura, in funzione dei propri obiettivi e delle proprie possibilità. Sarà così possibile disporre di uno stand in una show room permanente, attraverso la quale promuovere macchine e prodotti, accogliere clienti e dimostrare le caratteristiche delle proprie tecnologie. La presenza nella Free Trade Zone permette, inoltre, permette di movimentare le macchine liberamente e senza ulteriori oneri doganali, da un'esposizione all'altra, sia all'interno sia all'esterno della Cina.

A questo si aggiungono vantaggi di natura fiscale, come l'esenzione dalle imposte per chi vende prodotti al di fuori della Cina, e la protezione di marchi e brevetti: per evitare fenomeni di copia e plagio, all'area espositiva sono infatti ammessi solo i prodotti opportunamente tutelati. Ipac-Ima assisterà con soluzioni specifiche le aziende nelle operazioni di deposito e registrazione di marchi e brevetti direttamente in Cina, secondo l'unica forma di tutela efficace nel Paese.

Si tratta, dunque, di una vasta gamma di servizi forniti da uno staff di professionisti esperti (Ipac-Ima opera direttamente in Cina da 6 anni) fra cui anche chi non ha alcuna esperienza del mercato cinese potrà trovare tutto quanto serve a supportare un ingresso "soft". Compresa le azioni di marketing e comunicazione: il programma espositivo sarà pubblicato a frequenza trimestrale sulle riviste di settore, le iniziative verranno divulgate tramite il sito web in lingua cinese, si promuoveranno operazioni di direct marketing e, in collaborazione con Ice, sarà sviluppato un programma di visite con operatori provenienti dalle varie province della Cina.

SERVIZI MIRATI - Due le possibilità di adesione all'iniziativa di Ipac-Ima.

La Formula Expo prevede l'acquisizione di uno spazio espositivo preallestito (il modulo minimo è di 16 m² e può essere incrementato con multipli di 8 m²) per periodi di 3, 6 o 12 mesi, con i relativi servizi. Questi comprendono assistenza e promozione, l'utilizzo degli uffici comuni, il supporto della segreteria organizzativa, la possibilità di valersi di personale specializzato nella movimentazione delle attrezzature.

La Formula Web è invece riservata a chi preferisce un approccio più soft e deciderà di entrare nella Free Trade Zone in maniera virtuale, tramite internet e cataloghi.

60 ANNI ON THE ROAD

ACIMGA Un intenso programma di iniziative - alcune clamorose - a sostegno del settore. Anzitutto in Russia, Cina e India. L'associazione confindustriale dei costruttori italiani di macchine per l'industria grafica, cartotecnica, cartaria e di trasformazione festeggia così un anniversario importante. *Elena Piccinelli*



Guido Corbella

Acimga celebra i suoi primi 60 anni con un programma di iniziative 2007 ambizioso e impegnativo, che sta facendo "rumore" negli ambienti istituzionali della stampa e del converting. Poco incline alla celebrazione fine a se stessa, infatti, l'associazione dei produttori di macchine al servizio del grande comparto grafico-cartotecnico e trasformatore "incassa" il buon esito delle ultime fiere internazionali e rilancia a tutto campo.

Anzitutto sui mercati internazionali che, secondo i primi dati di bilancio 2006, continuano a trainare la crescita dell'industria italiana del settore: «L'anno scorso - informa il riguardo Guido Corbella, segretario generale di Acimga e amministratore delegato di Centrexpo SpA e di Ipac-Ima SpA - il comparto ha segnato una crescita media del +1%, con una ridotta marginalità ma in linea con l'andamento generale dell'economia nazionale e, ancora una volta, sostenuta in primo luogo dal buon andamento delle vendite sui mercati esteri (tabelle 1 e 2). In questo contesto, sviluppare ulteriormente le esportazioni diventa quindi un obiettivo primario, viste le prospettive offerte dai grandi paesi in via di sviluppo.

Secondo le rilevazioni dei primi 11 mesi del 2006, infatti, l'export di settore è aumentato del 45,93% in Cina, "tiene" in Russia che attualmente rappresenta il nostro nono mercato di sbocco, ed è cresciuto del +33,08% in India, che balza così al sedicesimo posto di una classifica dove l'anno prima non compariva neppure» (tabelle 3 e 4).

Suggerimenti dal mondo

Coerente il programma dei lavori Acimga per l'anno in corso. Infatti, oltre ai più tradizionali servizi di assistenza sul versante legislativo, dei rapporti con l'amministrazione pubblica ecc. l'associazione garantisce ai propri membri informazioni organiche sui mercati di sbocco e mette in campo importanti azio-

ni di promozione. Ed è proprio su questo fronte che si stanno dispiegando i progetti di maggiore portata.

«Il nostro ufficio studi - spiega Corbella - sta lavorando alla definizione di nuove metodologie di raccolta e analisi dei dati economici, in modo da poter elaborare, oltre al consueto bilancio ragionato di fine anno, anche le previsioni sui trend di sviluppo, utili alle aziende per pianificare le proprie strategie di business».

Russia

Ma è soprattutto sul versante fieristico che ci si prospetta l'impegno maggiore. Infatti - fermo restando che Europa e Stati Uniti continuano a rappresentare, in termini assoluti, le principali aree di destinazione del nostro export - il buon esito delle ultime fiere B2B in Russia, Cina e India confermano le straordinarie potenzialità di queste aree, offrendo al contempo indicazioni su come presidiarle

adeguatamente. La Russia, per esempio, dove si è appena chiusa con risultati lusinghieri Upakovka/Upak Italia (si veda il box nella pagina successiva) continua a essere chiaramente orientata all'importazione di macchinari e tecnologia occidentali. Inoltre, per motivi strutturali e culturali, non sembra altrettanto impegnata a potenziare l'industria locale, configurandosi, dunque, come un mercato ricettivo ancora per lungo tempo. Per questo motivo, abbiamo deciso di organizzare la prossima edizione della fiera con un anno di anticipo sul calendario tradizionale».

Cina

È in Cina che Acimga ha messo in campo il progetto più impegnativo e originale, in gestazione da qualche anno e oggi in dirittura d'arrivo. «Ipac-Ima ha acquisito all'interno della Shanghai Waigaoqiao Free Trade Zone (la zona franca più grande della Cina, si veda il box) un'area di circa 2000 m² dedicata all'esposizione permanente di macchine e tecnologie italiane per il converting, packaging e processo alimentare. Qui le imprese nazionali potranno disporre di uno spazio personalizzato, con ser-

Tabella 1 - Preconsuntivi Acimga

Table 1 - Acimga interim balance

Turnover 2006	+1%
Export	+1%
Italian market	+1%

Tabella 2 - Previsioni dell'Osservatorio Assografici-Centrexpo

Table 2 - Forecasts of the Assografici-Centrexpo Observatory

	2006/ 2005		2007/ 2006		2008/ 2007		
	Pessim/Ottimist.	Pessim/Ottimist.	Pessim/Ottimist.	Pessim/Ottimist.	Pessim/Ottimist.	Pessim/Ottimist.	
Cartotecnica	+0,4%	+1,0%	- 1,5%	- 0,9%	- 1,3%	- 0,7%	Paper&Board converting
Imballaggio	+1,6%	+2,2%	+2,1%	+2,7%	+2,0%	+2,6%	Packaging
Grafica editoriale	+0,0%	+0,6%	- 0,8%	- 0,2%	- 0,7%	- 0,1%	Publishing graphics
Grafica pubblicitaria e commerciale	- 1,1%	- 0,5%	+0,9%	+1,5%	+1,2%	+1,8%	Advertising and commercial graphics

2006, will continue to power the growth of the Italian industry in the sector: «Last year - as Guido Corbella, general secretary of Acimga and managing director of Centrexpo SpA and Ipac-Ima SpA tells us - the segment put in an average growth of +1%, showing reduced margins but in line with the general run of the Italian economy and, once again, bolstered aboveall by the good run of sales on foreign markets (tables 1 and 2). Hence the further increase of exports stands as a prime objective, given the prospects offered by the large developing countries. According to the figures covering the first 11 months of 2006 in fact, sector exports increased by 45.93% to

China, they are "holding" in Russia that is currently Italy's ninth outlet market, and are up 33.08% in India, that thus leaps to sixteenth position in a rating where it didn't even appear the year previous» (tables 3 and 4).

Suggerimenti dal mondo

Acimga has presented a coherent program of works for this year, as well as the more conventional legal assistance services, relations with public administration etc. the association guarantees its members organic information on the outlet markets and fields important promotional activities. And the latter is the front that features the projects with the greatest scope.

Gateway to China

Ipac-Ima has created an outpost in the Chinese market for Italian converting, packaging and food processing concerns. From the coming July Italian concerns will be able to avail themselves of an area of around 2000 m² within the Shanghai Waigaoqiao Free Trade Zone, the largest in China and as big as the city of Milan, where a 70,000 m² exhibition complex set out in six halls is in the process of being built. «Instead of organizing shows in a market as inflated as the Chinese one - explains managing director Guido Corbella - we offer companies the possibility to have a permanent base for set periods of 3, 6 or 12 months. The packages comprise a series of different spaces and services, from patent protection to advanced marketing, all tailored to suit different needs».

TOTAL FREEDOM - This formula hence features for its specially modular nature that allows each operator to structure the service to his specific objectives and possibilities. This includes the availability of a stand in a permanent showroom, through which operators can promote machines and products, host customers and demonstrate their technology. The presence in the Free Trade Zone also means freedom to move the machines from one exhibition to another, both inside and outside China, without any further customs charges.

But the agreement also includes other advantages of a fiscal nature, such as tax exemption for products sold outside China and protection of brands and patents: to avoid phenomena of copying or plagiary, only adequately protected products are admitted to the exhibition area. Ipac-Ima offers specific solutions for companies wishing to directly deposit and register brands and patents in China, offering the only effective form of protection in the country. Hence a vast range of services provided by a staff of expert professionals (Ipac-Ima has now been operating directly in China for 6 years) where even newcomers to the Chinese market will be able to find all they need to provide a gentle entry onto the same. This includes marketing and communication undertakings: the exhibition program will be published at quarterly intervals in trade magazines, the initiatives will be divulged via website in Chinese, operations of direct marketing will be promoted and, in cooperation with Ice, the Italian institute for promoting foreign trade, a program of visits with operators from the various Chinese provinces will be set up.

TARGETED SERVICES - Two ways of adhering to the Ipac-Ima initiative. The Expo Formula includes the leasing of exhibition facilities (basic module of 16 m² that can be increased with one or more modules of 8 m²) with relative services for periods of 3, 6 or 12 months. The package includes assistance and promotional services, availability of joint offices, support from the organizational secretarial office, availability of personnel specialised in handling equipment. The Web formula is for those who prefer a softer approach: this enables them to enter via Ipac-Ima into the Free Trade Zone in a virtual manner via internet and catalogues.

Associations

60 years on the road

ACIMGA An intense program of undertakings - some truly sensational - in support of the sector. Most of all in Russia, China and India. The Confindustria member association of Italian machine builders for the graphics-, paper&board making and converting industries thus celebrates an important anniversary. *Elena Piccinelli*

Acimga celebrates its first sixty years with an ambitious and demanding program of undertakings for 2007, that is making a lot of "noise" in the institutional areas of print and converting. Not very inclined towards celebration as an end in itself, in fact the machine

producers association serving the huge graphic-paper&board making and converting sectors has put in a good result in the latest international fairs and is relaunching all round. This aboveall on the international markets, that, according to the first figures giving the balance for

23mila a Upak Italia

La domanda di imballaggi si evolve, sul piano quantitativo e qualitativo, e i fornitori adeguano impianti e tecnologie. Questo, attualmente, il trend del mercato russo di settore secondo l'esperienza degli espositori alla quindicesima Upakovka/Upak Italia, la fiera internazionale dei settori imballaggio, dolciario e della gomma, che si è svolta a Mosca in concomitanza con Interplastica dal 30 gennaio al 2 febbraio scorso.

La manifestazione, organizzata congiuntamente da Messe Düsseldorf e Centrexpo, ha ospitato 350 espositori su una superficie netta di 7.000 m², di cui 4000 occupati da produttori italiani e tedeschi, rappresentati da 87 espositori ciascuno. In visita, dalla Russa e dai paesi limitrofi, sono giunti 23.000 visitatori professionali, interessati agli ultimi sviluppi tecnologici e mossi da concreta intenzione a investire (come hanno dimostrato le numerose trattative concluse in fiera). Volano di sviluppo, la maggiore disponibilità di reddito, che sostiene una crescente domanda di prodotti di qualità e, di conseguenza, di packaging evoluto, oltre che di cibi pronti (freschi e surgelati) in confezioni sempre più piccole.

La vivacità della domanda ha spinto gli organizzatori ad anticipare la prossima edizione della fiera che, dunque, si svolgerà nel 2008 dal 29/1 al 1/2.

23thousand at Upak Italia

Packaging demand is evolving on both a quantitative and qualitative level, and suppliers are suiting their systems and technologies to the same. This currently is the trend of the Russian market according to the experience of exhibitors at the fifteenth Upakovka/Upak Italia, the international packaging, confectionery and rubber sector fair held at Moscow alongside Interplastica from January 30th to February 2nd last. The show, jointly organised by Messe Düsseldorf and Centrexpo, hosted 359 exhibitors over a net surface of 7,000 m², 4000 of which taken up by Italian and German producers, each represented by 87 exhibitors. The show was attended by some 23,000 professional visitors from Russia and neighbouring countries, interested in the latest technological developments and motivated by the concrete intention of investing (as shown by the numerous deals concluded at the fair). Growth is driven by increased earnings, bolstering a growing demand for quality products and consequently for evolved packaging as well as for ready food (fresh and frozen) in ever smaller packs.

The lively demand has led the organizers to anticipate the coming edition of the fair that hence will be held in 2008 (from January 29th to February 1st).

Our study office - Corbella explains - is working on the definition of new methods of collecting and analysing economic data, so as to be able, as well as the usual end of the year balance to also draw up forecasts on growth trends, useful for concerns in planning their business strategies.

Russia

But it is above all in terms of fairs that the greatest commitment is prospected. In fact - while Europe and the US continue, in absolute terms, to feature as the main areas of destination for Italian exports - the success of the latest B2B fairs in Russia, China and

India confirm the extraordinary potential of these areas, at the same time offering indications on how to preside over the same adequately. Russia for example, where Upakovka/Upak has just drawn to a close with flattering results (see box) continues to be clearly oriented towards the import of western machines and technology. What is more, for structural and cultural reasons, it is not in the same way committed to strengthening the local industry, hence configuring itself as a market that should be receptive for a long time to come. This is why we have decided to organize the coming edition of the

Tabella 3 - Import produttori italiani di macchine grafiche, cartotecniche, cartarie, di trasformazione e affini. (Gennaio-novembre 2006 - Valori in migliaia di Euro).

Table 3 - Import Italian producers of graphics, paper&board manufacturing and converting and like machines. (January-November 2006 - Figures in millions of Euro).

Paesi	Gen./Nov. 05		Gen./Nov. 06		Δ%	Countries
Germania	375.349	53,75%	379.527	51,36%	+1,11	Germany
Francia	88.180	12,63%	127.636	17,27%	+44,74	France
Regno Unito	38.772	5,55%	37.271	5,04%	-3,87	United Kingdom
Svizzera	28.221	4,04%	28.208	3,82%	-0,05	Switzerland
Paesi Bassi	29.507	4,23%	23.471	3,18%	-20,46	The Netherlands
USA	20.826	2,98%	23.431	3,17%	+12,51	USA
Giappone	22.653	3,24%	23.035	3,12%	+1,69	Japan
Cina	7.558	1,08%	15.628	2,12%	+106,77	China
Danimarca	6.237	0,89%	11.481	1,55%	+84,08	Denmark
Svezia	10.456	1,50%	11.340	1,53%	+8,45	Sweden
Spagna	15.118	2,17%	9.546	1,29%	-36,86	Spain
Belgio	14.698	2,10%	8.624	1,17%	-41,33	Belgium
Austria	8.249	1,18%	6.707	0,91%	-18,69	Austria
Brasile	2.341	0,34%	3.132	0,42%	+33,79	Brasil
Taiwan	2.095	0,30%	3.029	0,41%	+44,58	Taiwan
Romania	4.071	0,58%	2.912	0,39%	-28,47	Rumania
Sud Corea	2.976	0,43%	2.818	0,38%	-5,31	South Korea
Israele	4.426	0,63%	2.487	0,34%	-43,81	Israel
India	2.375	0,34%	1.998	0,27%	-15,87	India
Norvegia	2.591	0,37%	1.933	0,26%	-25,40	Norway
Altri	11.591	1,66%	14.683	1,99%	+26,68	Others
Totale	698.290	100,00%	738.897	100,00%	+5,82	Total

(Fonte: Ufficio Studi ACIMGA su dati ISTAT/Source: ACIMGA Study Office on ISTAT data).

vizi di marketing e di tutela, per periodi prefissati di 3, 6 oppure 12 mesi, sfruttando un'opportunità unica di presidiare direttamente il territorio senza per questo doversi impegnare in investimenti troppo onerosi e a lungo termine. Ipack-Ima SpA è il primo organizzatore fieristico occidentale a insediarsi nel nascente polo espositivo di 70mila m² che sta sorgendo nella zona franca di Shanghai, al fianco di colossi come Philips o la statunitense AMT (American Machines Tool Association), con un'iniziativa accolta con grande interesse e attenzione anche dal ministero per il Commercio Estero e da ICE».

India

Infine, l'India. Quella che si va profilando come l'economia più accelerata del mondo rappresenta un riferimento obbligatorio e uno sbocco sempre più importante anche per il nostro settore, ed è oggetto di stretto monitoraggio anche in Acimga.

«Mancava dall'India da dieci anni - testimonia Guido Corbella di ritorno da Chemtech-Pharma World Expo 2007 - e ho trovato un Paese trasformato. Si tratta di un mercato dove tutto ciò che ha attinenza con l'imballaggio sta conoscendo uno sviluppo rapidissimo, e che va dunque presidiato con tempe-

fair a year ahead of what was established».

China

It is in China that Acimga has fielded the most demanding and original project, that has been hatched for some years and is now entering the finishing straits. «Ipack-Ima has bought an area of 2000 sq m dedicated to the permanent exhibition of Italian machines and technology for converting, packaging and food processes inside the Shanghai Waigaoqiao Free Trade Zone (the largest area of its kind in China, see box in the previous page). Here Italian concerns will be able to avail themselves of a

personalised space, with marketing and legal services, for periods set at 3, 6 or 12 months, exploiting a unique opportunity of directly presiding over the area without for this having to commit themselves to heavy, longterm investments. Ipack-Ima SpA is the first western fair organizer to take up residence in the new 70 thousand sq m exhibition pole that is being built in the free zone of Shanghai, alongside giants such as Philips or the US AMT (American Machinetool Association), an undertaking that has also aroused great interest and attention from the Italian minister for foreign trade and by the selfsame ICE».

Tabella 4 - Export produttori italiani di macchine grafiche, cartotecniche, cartarie, di trasformazione e affini. (gennaio-novembre 2006 - Valori in migliaia di Euro).

Table 4 - Exports Italian producers of graphics, paper&board manufacturing and converting and like machines. (January-November 2006 - Figures in millions of Euro).

Paesi	Gen./Nov. 05		Gen./Nov. 06		Δ%	Countries
Germania	97.346	8,65%	141.556	12,44%	+45,42	Germany
USA	115.725	10,29%	118.813	10,44%	+2,67	USA
Regno Unito	92.682	8,24%	91.143	8,01%	-1,66	United Kingdom
Francia	79.049	7,03%	67.432	5,92%	-14,70	France
Spagna	89.388	7,95%	64.526	5,67%	-27,81	Spain
Cina	34.414	3,06%	50.220	4,41%	+45,93	China
Turchia	28.189	2,51%	44.449	3,90%	+57,68	Turkey
Polonia	47.870	4,26%	43.102	3,79%	-9,96	Poland
Russia	26.384	2,35%	26.480	2,33%	+0,36	Russia
Belgio	15.440	1,37%	26.397	2,32%	+70,97	Belgium
Canada	14.462	1,29%	23.314	2,05%	+61,21	Canada
Messico	35.036	3,11%	22.506	1,98%	-35,76	Mexico
Brasile	21.325	1,90%	19.570	1,72%	-8,23	Brasil
Svizzera	8.202	0,73%	18.146	1,59%	+121,24	Switzerland
Austria	15.435	1,37%	17.543	1,54%	+13,66	Austria
India	12.960	1,15%	17.247	1,52%	+33,08	India
Sud Corea	20.557	1,83%	17.232	1,51%	-16,17	South Korea
Australia	13.774	1,22%	17.030	1,50%	+23,64	Australia
Sud Africa	31.674	2,82%	15.732	1,38%	-50,33	South Africa
Paesi Bassi	9.729	0,86%	13.503	1,19%	+38,79	The Netherlands
Altri	315.312	28,03%	282.419	24,81%	-10,43	Others
Totale	1.124.953	100,00%	1.138.360	100,00%	+1,19	Total

(Fonte: Ufficio Studi ACIMGA su dati ISTAT/Source: ACIMGA Study Office on ISTAT data).

stività. Dobbiamo dunque darci un'adeguata pluralità di obiettivi, consapevoli che in questo caso molte opportunità possono essere colte solo dall'interno e magari in partnership con i produttori locali.

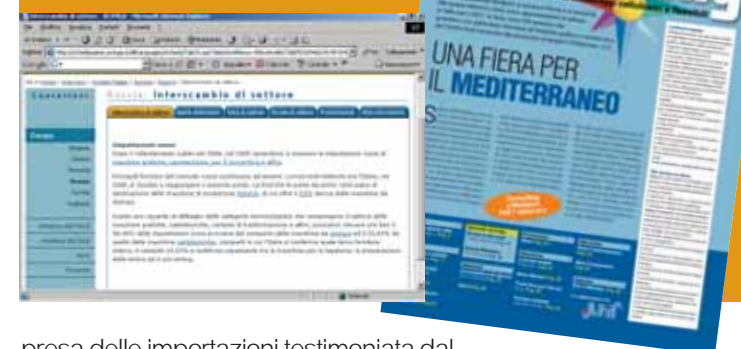
Dal canto nostro, sia come associazione imprenditoriale sia come "braccio" che organizza manifestazioni fieristiche, certo non tarderemo a tornare e già stiamo lavorando per organizzare anche qui l'Italian Packaging & Converting Technology Award, in collaborazione con gli autorevoli interlocutori che abbiamo incontrato nelle Università del paese durante quest'ultimo viaggio».

Il futuro è già qui

Sulla base delle suggestioni raccolte in quest'ultimo periodo, Acimga sta avviando insieme a ICE una ricerca dettagliata sulla struttura del settore sia in Cina sia in India, che aiuterà a valutare la consistenza e le prospettive delle industrie locali, il loro modus operandi, gli spazi che realisticamente si aprono ai fornitori stranieri e i problemi da affrontare. E il mercato domestico? «Non è certo da trascurare - sottolinea Corbella. Segnali positivi su un risveglio degli investimenti e sulla rinnovata fiducia che impronta il "clima" delle business community nazionale si rispecchia, fra l'altro, nella ri-

presa delle importazioni testimoniata dalle rilevazioni 2006. In tutta Europa e negli Stati Uniti la ripresa economica appare ormai avviata con sufficiente solidità, e questo inizio d'anno si è aperto, anche in Italia, in modo positivo.

Lo conferma, fra l'altro, la buona risposta al rilancio di Medprint a Roma, ma anche il rinnovato interesse della nostra industria alle fiere internazionali a cui partecipiamo direttamente, in autonomia o insieme a ICE. Se, dunque, nel nostro lavoro ha un senso fare delle "previsioni" mi permetto di essere ottimista: fatti salvi nuovi problemi di ordine geopolitico, il futuro è aperto».



objectives, being aware that in this case many opportunities can only be clinched from within, perhaps in partnership with local producers. As far as we are concerned, both as an entrepreneurs' association as well as "arm" that organizes shows, it certainly won't be long before we are back and we are already working on organizing an Italian Packaging & Converting Technology Award in India, this in cooperation with authoritative figures that we met in the Universities of this vast country during our last trip».

The future is already here On the basis of suggestions

gathered in this last period, Acimga along with ICE is starting up a detailed study on the sector structure both in China and in India, that will help rate the consistency and the prospects of local industry, their way of working, the spaces that are realistically opening up to foreign suppliers and the problems to be tackled. «And the Italian domestic market is not to be neglected - Corbella underlines - Positive signs of a reawakening in investments and the renewed faith that marks the "climate" of the Italian business community are reflected, among other things, in the recovery of imports borne witness to by the

readings for 2006. Throughout Europe and in the US the economic recovery now appears to be underway with sufficient solidity, and this year also started out well for Italy. This is confirmed among other things by the good response to the relaunch of Medprint at Rome, but also by the renewed interest of Italian industry in international fairs where we participate directly, independently or together with ICE. If hence, there is any sense in making forecasts in our work, I allow myself to be optimistic: excepting new problems of a geopolitical nature, the future is open».