



Milano, ottobre 2008

### Appuntamento a marzo 2009

Fra circa 6 mesi prenderà il via la ventunesima edizione di IPACK-IMA, per la prima volta in contemporanea con GRAFITALIA e CONVERFLEX.

Si tratta di un appuntamento unico nel suo genere che ha già fatto registrare grandi numeri: **43000 i mq venduti, oltre 1000 gli espositori aderenti**, con una presenza estera in crescita del 20% rispetto all'edizione del 2006. Sono tante le aziende che hanno riconfermato la loro fiducia a IPACK-IMA ma altrettante sono quelle che scelgono di esporvi per la prima volta, grazie soprattutto all'introduzione di nuovi settori d'interesse, scelta che testimonia quanto IPACK-IMA sia attenta alle evoluzioni strutturali del mercato e come tenda a rispecchiarne le anime più dinamiche.

Sul sito è possibile consultare l'elenco aggiornato degli [espositori](#).

### IPACK-IMA parla tante lingue

Accanto alla [campagna pubblicitaria](#) in 16 lingue su 49 testate di 28 paesi esteri, sono previste **press conference** di lancio sia presso le più famose fiere nel mondo, sia in occasione di altri importanti incontri di settore.

Dopo il grande successo registrato lo scorso aprile ad Interpack, in Germania, a settembre è stata la volta di Indiapack, a Mumbai, fiera cui IPACK-IMA ha partecipato con ottimi risultati: sullo stand infatti sono stati registrati ben 149 contatti utili con potenziali visitatori. L'elenco dei nominativi è a disposizione degli espositori che intendano prendere contatto con il mercato indiano. Inoltre sono in programma ulteriori incontri con potenziali buyer internazionali e giornalisti di settore: il prossimo appuntamento sarà il 24 ottobre all'Istanbul Packaging Fair (Istanbul), cui seguirà la partecipazione al China Brew and Beverage di Pechino, mentre gli ultimi grandi appuntamenti fieristici del 2008 sono previsti a Chicago con Pack-Expo e a Parigi con Emballage.

### IPACK-IMA: un palcoscenico internazionale

Esporre ad IPACK-IMA significa ottenere visibilità a livello internazionale: nel 2006, un visitatore su quattro è risultato di provenienza estera, con 124 Nazioni rappresentate. Allo scopo, dunque, di potenziare i contatti con le economie emergenti ed incrementare così la partecipazione di nuovi potenziali buyers, sono stati programmati, in collaborazione con ICE, **Road Show** di presentazione. Destinatari dell'operazione saranno gli operatori economici di Tunisia, Egitto, Serbia, Ucraina, Bulgaria, Emirati Arabi, Marocco e Turchia.

Da novembre partiranno poi **azioni di marketing diretto in 20 paesi**, sempre in collaborazione con ICE, che comprenderanno l'invio di una lettera, **tradotta nella lingua locale**, con il biglietto di invito ad IPACK-IMA cui farà seguito, da parte dell'ufficio ICE di ogni singolo paese, un follow-up telefonico che ci permetterà di conoscere in anticipo la propensione alla visita da parte di questi operatori.

Sono già previsti anche **120 delegati esteri da 24 paesi** coordinati da ICE, fra cui si possono annoverare importanti operatori del settore e giornalisti della stampa specializzata: oltre il doppio rispetto alla precedente edizione!

La connotazione cosmopolita dell'evento è quindi chiara: non a caso IPACK-IMA è stata scelta dalla FAO come luogo ideale per un [congresso internazionale](#) sul ruolo delle tecnologie di processo alimentare e di confezionamento nella lotta alla fame nel mondo. Aggiornamenti su questo evento saranno disponibili nella prossima newsletter.

### Una fiera orientata al mercato

Aumentare la propria visibilità significa aiutare i propri clienti a trovare con maggiore immediatezza ciò a cui sono effettivamente interessati in fiera. Quale soluzione risponde meglio a tale esigenza? I **percorsi tematici**, vere e proprie "mappe" a tema a disposizione gratuita degli operatori! Ecco dunque la possibilità offerta agli espositori di farsi "trovare" nel modo più semplice e rapido: è sufficiente compilare l'apposita scheda, inviata on line insieme a quella del catalogo della manifestazione, indicando un massimo di 3 percorsi in cui si intende essere inseriti.

I percorsi stabiliti sono 12 :

- Food
- Grain Based Food (GBF technologies, Milling Industry, Ingredients)

- Feed & Pet Food
- Bevertech
- Fresh Produce & Convenience Food
- Non Food
- Hygiene & Beauty
- Pharmaceuticals, Chemicals & Cleaning Detergent
- Bioplastics
- Labeltrack
- Material Handling & Logistics
- Co-Packing & Servic

**Per ulteriori informazioni:**

**Laura Aguiati**  
Sales Manager  
Tel: +39 02 319109.223

**Marzia Sollazzo**  
Sales Dept.  
Tel: +39 02 319109.243

**Ilaria Flores**  
Sales Dept.  
Tel: +39 02 319109.213

**Raffaella Cisotto**  
Sales Dept.  
Tel: +39 02 319109.241



[Sfoggia la brochure in formato pdf](#)



Le informazioni contenute in questo messaggio e-mail - ed ogni eventuale documento a questo allegato - sono riservate e ad uso esclusivo del destinatario. Vi ricordiamo che la diffusione, l'utilizzo e/o la conservazione di dati ed informazioni ricevute per errore costituiscono violazioni alle disposizioni del D. Lgs. 196/2003. Se avete ricevuto questo messaggio per errore, siete pregati di cancellarlo da ogni vostro computer e di contattare il mittente via e-mail.

This e-mail (including any attachments) contains confidential information, privileged and for the sole use of the intended recipient (addressee named above). Please, note that, any forwarding, use, reliance and disclosure of data and information received by error is protected by law. If you are not the intended recipient, you should delete this message and notify the sender.