

BY *innovation*

ISSN 1973-705X

Enrico Rainero & Partners Editore

PROCUREMENT

NUMERO SPECIALE "BY INNOVATION DAY"
SPECIAL ISSUE "BY INNOVATION DAY"

PROFESSIONE *PROFESSION*

La competitività nasce da persone di valore
che agiscono con responsabilità
*Competitiveness is generated by skilful people
who act responsibly*

INNOVAZIONE *INNOVATION*

Le P.A. lanciano la sfida dell'innovazione per gli Acquisti Sostenibili
P.A. launch the challenge of innovation for Sustainable Purchasing

TENDENZE *TRENDS*

Acquisti e Marketing in partnership con fornitori e clienti
Purchasing and Marketing in partnership with suppliers and customers

€ 4,00

Per un Turismo Congressuale di Qualità in Italia

Il convegno è stato organizzato da ADICO in occasione di BTC International, la Borsa del Turismo Congressuale, che per la prima volta si è svolta alla Nuova Fiera di Roma. Coordinati da Eugenio Casucci, Vicepresidente di ADICO, erano presenti i relatori: Claudio Salmaso, Direttore Marketing, Comunicazione e Innovazione 50&Più, Confindustria - Daniela Serrati, Presidente StudioEsse e Segretario Generale AIMP - Michele Mastromei, Responsabile Incentive Costa Crociere - Lorena Minuzzo, Sales Manager Gruppo Leading Hotels.



L'intervento di Daniela Serrati è stato significativo per lo spirito propositivo che ha portato ancora una volta in questo settore, ed è per questo che lo riportiamo.

anticipare i problemi è ciò che rende efficace il nostro lavoro

- Ottimizzazione, perché eliminare tutto ciò che è inutile mantenendo intatta l'efficacia dell'evento, definisce la giusta misura per una politica di prezzo equa

Esperienza e creatività sono alla base del successo e noi dobbiamo puntare "appassionatamente" all'eccellenza!!! Un'altra considerazione riguarda la cosiddetta globalizzazione: sarebbe estremamente miope non riflettere sulle opportunità che il mercato europeo offre, rimanendo chiusi e "protetti" all'interno di un cerchio conosciuto

e sicuro. È obbligo, a mio avviso, aprirsi a nuovi orizzonti, creare partnership e collaborazioni a tutto tondo. È d'obbligo conoscere e capire, arricchire la nostra comunicazione di nuovi spunti e di nuovi dettami. Solo così potremo affrontare e vincere la concorrenza che si fa sempre più numerosa ed agguerrita.

Non dimentichiamo che anche le strutture alberghiere si propongono direttamente e le aziende stesse hanno creato al loro interno figure professionali ad hoc.

Questo nostro incontro, dunque, vuole:

- Essere un momento di riflessione sulle opportunità offerte ai PCO italiani
 - Analizzare le differenze qualitative nell'ambito della realtà italiana in un confronto costruttivo
 - Conoscere e capire quali sono gli standard di riferimento
- Nella newsletter inviata a settembre da Confturismo leggiamo che "la bilancia turistica nel 2006 ha segnato un saldo positivo di oltre 12 mila milioni di euro con un incremento del 13% rispetto all'anno precedente, per un fatturato totale pari a 140 miliardi di euro, ma c'è ancora tanto da fare, soprattutto per recuperare il gap competitivo che abbiamo nei confronti dei cosiddetti paesi emergenti che hanno altre caratteristiche e propongono un prodotto spesso troppo diverso dal nostro"

In Italia, secondo l'Osservatorio Congressuale, organo che cerca di monitorare costantemente l'andamento del settore, si svolgono mediamente più di 100 mila eventi aggregativi con una presenza di almeno 50 partecipanti (per un totale

I tempi cambiano ed il mercato diventa sempre più competitivo.

Alcuni segmenti di mercato sono effettivamente in crisi di maturità, altri risentono di una congiuntura che è troppo presto per definire positiva.

Il denominatore comune è unico: l'identificazione di un benchmarking, un raffronto continuo dei propri prodotti con quelli dei concorrenti sulla qualità della struttura e la professionalità dei servizi.

Certamente il mercato è diventato sempre più esigente e competitivo: le aziende nostre Clienti non si accontentano più di un evento organizzato su

*Le aziende nostre
Clienti non si
accontentano più
di un evento
organizzato su linee
guida banali
e "artigianali"*

Daniela Serrati

linee guida banali e "artigianali". La professionalità di chi fa il nostro lavoro DEVE essere fuori discussione. Sintetizzerei i tre punti principali che, a mio avviso, dobbiamo perseguire:

- Soluzioni personalizzate, in modo che i benefits per il committente siano reali e misurabili
- Problem solving, perché risolvere, ma soprattutto



di circa 20 milioni di persone).

Sempre più rilevante è la quota di "micro eventi" (inferiori ai 50 partecipanti) che occupano circa il 60% del mercato. Proprio questi "micro eventi" se verranno valutati con la giusta ottica dai veri professionisti della filiera congressuale, saranno il polmone che darà nuovo slancio al settore.

Quali sono i principali problemi che si trova ad affrontare il settore e quali le possibili soluzioni?

Secondo Carlo Gaeta, Presidente di AIMP: "Il primo problema da risolvere è quello di far riconoscere l'importanza del nostro settore e delle figure professionali ad esso collegate?..

Il professionista degli eventi è sostanzialmente un comunicatore d'impresa che gioca un ruolo importante, per le con-

seguenze indotte anche nel turismo."

Il settore congressuale ha necessità di un costante aggiornamento sia professionale che tecnologico.

ADICO
Evolving management



L'incessante crescita del mercato degli eventi porta sempre più alla necessità di qualificare le imprese che vi operano. Questo significa:

- Stabilire standard professionali
- Fungere da bussola di orientamento per le aziende clienti
- Garantire riconoscibilità e qualità agli eventi

Non dimentichiamo, inoltre, l'importanza della comunicazione con il cliente che deve essere cosciente del nostro lavoro e deve rivolgersi a noi per quello che, da professionisti, sappiamo fare: non limitarsi ad eseguire, ma saper proporre soluzioni innovative in grado di dare un ritorno di immagine e quindi economico al cliente.

Occorrono, dunque, regole più chiare per tutti, codici comportamentali, certificazioni professionali e tariffari minimi inderogabili di riferimento.

In un contesto non chiaramente regolamentato, come quello attuale, si inseriscono gli improvvisatori, quelli che per entrare giocano la carta del prezzo basso a scapito della competenza specifica e della qualità.

Sarebbe opportuno creare un cartello etico tra organizzatori e strutture alberghiere e congressuali per dare una lettura precisa, univoca, al cliente-utente.

Noi professionisti degli eventi potremmo dare un grande contributo per:

- Certificare le strutture ospitanti
- Verificare i requisiti minimi richiesti per essere classificati sedi di eventi congressuali
- Dare formazione al settore

Auspichiamo inoltre dalle Autorità politiche preposte un'accurata analisi e revisione delle tassazioni, che per il settore sono altamente discriminatorie, dovendosi confrontare con le agevolazioni o rimborsi IVA offerti da altri Paesi concorrenti, che così sottraggono all'Italia una rilevante fetta di mercato. Come primo passo in questa direzione, dopo ripetuti incontri a livello governativo, il Ministro Rutelli ha concesso da quest'anno la detrazione del 50% dell'IVA al 10% e, per l'anno prossimo, la detrazione totale dell'IVA al 10%.

Per concludere, citiamo le parole del Responsabile Marketing e Comunicazione di un'importante azienda italiana che in un'intervista ha detto:

"Le imprese, le organizzazioni, le risorse professionali e la governance pubblica possono fare molto insieme. Il segreto è saper guardare oltre.

Perché tutto può essere, se l'unico limite è l'infinito"



The firms that are our clients are no longer satisfied with an event organised along banal and "home-made" lines

The meeting was organised by ADICO for the occasion of BTC International, the "Borsa del Turismo Congressuale", which took place at the new Rome fairgrounds for the first time. It was co-ordinated by Eugenio Casucci, Vice President of ADICO, and the following speakers were present: Daniela Serrati, Manager of Marketing, Communication and Innovation for 50&Più, Michele Mastromei, Manager of Incentives for Costa Cruises, and Lorenza Minuzzo, Sales Manager for the Leading Hotels group.

Daniela Serrati's intervention was important. She brought once again her constructive ideas to this sector. For this reason, we are reporting on her here as follows.

Times change and the market is becoming more and more competitive.

Indeed, several market segments are in the midst of a maturity crisis; others feel the influence of an economic trend that it is too early to define as being positive.

There is only one common denominator: the identification of a benchmarking, a continuous comparison of one's own products with those of competitors as regards the structu-



Welcome to the Meeting Industry