BTC 2007

Nuove prospettive per i momenti di incontro aziendali

L'annuale edizione della Borsa del Turismo Congressuale ha fornito utili spunti per l'organizzazione di congressi, convegni, seminari da parte delle imprese di ogni dimensione

Traslocata da Firenze a Roma, la BTC – Borsa del Turismo Congressuale si è tenuta nei giorni 8 e 9 novembre 2007 riscuotendo il previsto successo grazie ad una notevole affluenza di pubblico altamente qualificato e ad un'offerta sempre più ampia e competitiva. Nonostante i problemi di acceso alla nuova Fiera di Roma, che sembra avere preso esempio da quanto c'è di negativo nel nuovo polo fieristico di Rho – Pero, i visitatori hanno raggiunto gli stand nei quali venivano presentante le offerte di tutte le strutture specializzate nell'accogliere i cosiddetti "eventi aggregativi". È questo infatti il nuovo nome che viene dato dai tecnici del settore alle occasioni nelle quali le imprese riuniscono, per i motivi più disparati, personale interno, commerciali delle reti di vendita, promotori, clienti, ecc.. Eventi che coinvolgono, secondo le più recenti analisi specialistiche, oltre venti milioni di italiani l'anno per la sola parte che riguarda le riunioni di più grandi dimensioni; volume, questo, che raddoppia se vengono presi in considerazione anche gli eventi con un numero minore di partecipanti.

Un "business", quindi, che come si usa dire non può passare sotto silenzio e che coinvolge, in modo diretto, le imprese di qualsiasi dimensione che organizzano i propri eventi sia direttamente sia grazie all'intervento di imprese specializzate, i cosiddetti "meeting planner". Alla luce dei consolidati rapporti con gli organizzatori della BTC, Adico ha organizzato come nelle passate edizioni un incontro che, quest'anno, ha cercato di fare luce sulle prospettive del settore mettendo il dito sulla principale richiesta dell'utenza: la qualità dei servizi offerti.

Il titolo "DOMANDA E OFFERTA A CONFRONTO PER UN TURISMO CONGRESSUALE DI QUALITA' IN ITALIA" è stato voluto da Adico perché rispondeva esattamente allo spirito dell'incontro cui hanno partecipato Claudio Salmaso – Direttore Marketing, Comunicazione e Innovazione di 50&Più – Confcommercio, Daniela Serrati – Presidente di StudioEsse e Segretario Generale dell'Associazione Italiana Meeting Planner, Michele Mastromei – Responsabile Incentive della Costa Crociere e Lorena Minuzzo – Sales Manager del Gruppo Leading Hotels.

Alla presenza del Presidente Adico, Michele Cimino, e con il coordinamento del Vice Presidente Eugenio Casucci, i relatori si sono alternati al microfono mettendo in luce lo stato dell'arte dell'offerta congressuale e la reale capacità di soddisfare le aspettative dell'utenza finale e sforzandosi di interpretare il significato di "offerta di qualità".

Claudio Salmaso ha iniziato la propria riflessione facendoci comprendere l'importanza dell'universo costituito dai cosiddetti "over 50"; persone che hanno raggiunto la maturità ma che, contrariamente a quanto avveniva nel passato, godono normalmente di buona salute, hanno un buona capacità di spesa e costituisco-

sion maker" reali delle aziende di più piccole dimensioni. Una esperienza positiva può infatti portare al riutilizzo di una struttura od alla conferma di una destinazione grazie al più classico degli strumenti di marketing relazionale: il cosiddetto passaparola.

Daniela Serrati, che opera nel settore con una propria azienda per l'organizzazione di eventi aggregativi, ha segnalato con chiarezza quali sono gli obiettivi che devono essere raggiunti dalle aziende dei "meeting planner": soluzioni personalizzate, in modo che i "benefits" per il committente siano reali e misurabili; "problem solving", perché risolvere ma soprattutto anticipare i problemi dei partecipanti; ottimizzazione delle risorse, perché eliminare tutto ciò che è inutile mantenendo intatta l'efficacia dell'evento, definisce la giusta misura per una politica di prezzo equa.

Lorena Minuzzo, in rappresentanza di un consorzio mondiale che raggruppa hotel di gamma alta, tutte strutture a cinque stelle, ha confermato che le esigenze dell'utenza devono essere sempre al primo posto e che la qualità viene interpretata, dall'organizzazione in cui opera, proprio attraverso una serie di controlli severissimi. Le strutture alberghiere che fanno parte del consorzio, infatti, non costituiscono una catena ma sono imprese di proprietari diversi che possono essere estromesse qualora gli ispettori, ovviamente non noti agli alberghi, rilevino delle anomalie nel servizio che viene offerto agli ospiti.

Michele Mastromei, infine, ha parlato a nome di una azienda leader a livello mondiale nell'organizzazione delle crociere e degli eventi aggregativi sul mare sottolineando quanto grandi siano le opportunità offerte a privati ed aziende.

Anche per questa realtà, che va ben oltre ai confini nazionali, la qualità del servizio è alla base dell'offerta e, nonostante la minore flessibilità nelle date di organizzazione di eventi con durata inferiore alla settimana, resta innegabile la maggiore attenzione ai temi dell'incontro che viene posta dai partecipanti quando si è su di una nave al largo. Questa edizione della BTC ed il seminario organizzato da Adico hanno quindi confermato l'ampiezza dell'offerta delle nostre strutture ricettive, che possono soddisfare sia le grandi organizzazioni che le più piccole, ed il fatto che tutti hanno ben chiaro quanto sia importante soddisfare pienamente i partecipanti per far sì che gli eventi aggregativi ottengano il risultato voluto.

Eugenio Casucci
Vice Presidente Adico

Per informazioni sulle precedenti edizioni del Premio Adico e sulle attività di Adico è sufficiente