



Maria Gabriella Gentile

MPI Italia definisce gli obiettivi al 2005

Nella prima parte del Board Retreat, tenuta allo Starhotel Excelsior di Bologna, grande impegno del direttivo per l'acquisizione di 250 associati entro il 2005

di Maria Luisa Negro



Nelle moderne sale dello Starhotel Excelsior di Bologna, il 5 e 6 settembre, si è svolta la prima parte del Board Retreat di Mpi Italia chapter. Gabriella Gentile presidente del Chapter Italia e Didier Scaillet direttore dell'ufficio operativo Europeo per lo sviluppo globale di Mpi hanno condotto il direttivo verso definizioni programmatiche precise e impegni altrettanto definiti.

Tre anni dedicati alla formazione

Nel denso programma lavori la definizione di obiettivi strategici fino al 2005 e l'action plan per l'anno a venire. Gli obiettivi più importanti del piano strategico sono:

- Un socio su due certificato Cmp (Certified meeting planner)
- Istituire un esame all'anno per la suddetta certificazione
- Approntare adeguati strumenti per la preparazione all'esame
- Svolgere complessivamente in un anno 15 seminari nelle diverse regioni italiane e 2 eventi nazionali, con relatori di caratura internazionale.

La formazione è l'impegno prioritario assieme alla cura dei rapporti con istituzioni e governo, e l'Icic per il riconoscimento della professione a livello nazionale e internazionale.

Potenziamento del sito internet

Quanto alla comunicazione il Chapter Italia potenzierà il sito Internet creando una lista dei soci affiliati, un calendario online sulle attività del capitolo, una job exchange page, una press room e un archivio fotografico. Alla comunicazione on-line si affianca la tradizionale newsletter stampata e gli assidui rapporti con la stampa di settore con l'invio di regolari comunicati stampa.

Un grande impegno per il direttivo attuale che vuole acquisire 250 associati entro il 2005 per condurre il Capitolo Italia tra i grandi chapter di Meeting professional international. A Milano, il 2 ottobre 2002, la seconda parte del Retreat.

Il Consiglio Direttivo

Il Consiglio direttivo eletto dagli associati per l'anno sociale 2002-2003

Presidente:

Maria Gabriella Gentile

President elect: *Rudi Conti*

Past president: *Fulvio Bettini*

Segretario generale:

Maria Teresa Moro

Tesoriere: *Alan Pini*

Consiglieri:

Massimo Melis, Anna Mocchi,

Andrea Bargigli, Antonio

Ducceschi, Maja de' Simoni,

Maria Rosaria Migliarotti.

In Lussemburgo il nuovo ufficio europeo

È ripreso a pieno ritmo anche il lavoro di Mpi Europe, insediato il 19 agosto scorso nei nuovi uffici di Lussemburgo, dopo la chiusura, dicembre 2001, della sede belga. Tra i suoi compiti velocizzare le procedure per le nuove associazioni, assicurare un proficuo interscambio tra i capitoli europei, essere di collegamento per l'European council e a disposizione dello staff dirigenziale Mpi. Tale impegno vedrà a fianco di Didier Scaillet, director of European operation and global development, Titta Rosvall. Finlandese, con un Master's degree in economia del

turismo e management, cinque lingue parlate correntemente, si appresta a essere una risorsa importantissima per l'associazione.

La si può raggiungere telefonicamente al +35226103610 e via email: trossvall@mpiweb.org.

Mpi Italia è parte della maggiore associazione internazionale di professionisti della domanda e dell'offerta dell'industria degli eventi con 20.000 soci nel mondo e 30 anni di esperienza. Lavora per la formazione e l'aggiornamento permanente, favorisce le relazioni professionali, contribuisce al riconoscimento nazionale e internazionale dei professionisti italiani del settore.

Per informazioni: Segreteria generale Mpi, Maria Teresa Moro Via San Francesco da Paola 28 10123 Torino

tel. 0115576801, fax 0115576809 email: moro@torinoincontro.org

Organizzare eventi aziendali

“**M**ettiamoci d'accordo subito: organizzare un evento aziendale vuol dire fare comunicazione. Anche se ci sono pareri discordi tra coloro che li organizzano: chi ha vissuto le sue prime esperienze in seno ai tour operator o alle agenzie di viaggio pensa alla logistica, al viaggio; chi arriva dalla comunicazione pensa all'immagine, al messaggio. Ma, dato che non si può “non comunicare”, vale la pena di gestirla questa benedetta comunicazione.

Vale la pena di porre estrema attenzione all'immagine che diviene, nella percezione di tutti, sempre più importante. Comunicare vuole dire “mettere in comune”, far sì che nella testa degli interlocutori si installi il pensiero, l'informazione, l'idea che è nella testa di chi genera il messaggio.

La comunicazione oggi si avvale di molti strumenti. Sta seguendo un suo percorso molto chiaro, che si sviluppa nell'arco del tempo. Prima non c'era (o c'era in forma molto primitiva). Poi c'è stata la pubblicità e il resto veniva chiamato “below the line”. Quindi le sponsorizzazioni, le PR, il direct marketing si sono conquistati, con grande fatica, una loro credibilità. Oggi la comunicazione, riconosciuta e apprezzata, sta entrando nelle specializzazioni.

Ricevono attenzione anche gli “eventi aziendali” e si comincia a trattare con occhio diverso i vari tipi di eventi. Alcuni di questi sono chiaramente consolidati (annunci, open house, convention, kick off, incentive, congressi, convegni), altri si stanno presentando. Sono anch'essi specifici, quindi con loro caratteristiche. Per tutti vale comunque il principio che è importante utilizzarli bene. E quando si dice bene, si intende non perdere di vista l'importanza della veicolazione dei messaggi. Quindi valutazione della situazione di partenza, definizione degli obiettivi, studio del target, scelta dello strumento più adatto e attenzione, tanta attenzione, a come si comunica.

In questo libro oltre ad informazioni tecniche, di tipo “operativo”, vengono proposte alla riflessione del lettore osservazioni e considerazioni. In tanti anni di lavoro due o tre cose le avrò pur imparate! Credo che siano due o tre cose che è bene sapere.” *L'autore*

Ugo Canonici, Organizzare Eventi Aziendali - Due o tre cose che è bene sapere, Deus Editore Srl, Milano 2001, pp. 264, euro 15,00.

