



Ray Bloom e Carlo Gattai

Il recente incontro a Firenze (vedi foto) di Ray Bloom, patron dell'Imex (The Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events), manifestazione assunta al vertice del settore sin dalla prima edizione tenuta nell'aprile di quest'anno a Francoforte, e Carlo Gattai, presidente della Btc International di Firenze (Borsa internazionale del turismo congressuale ed incentives), ha suggellato un intelligente accordo per lo sviluppo di una serie di attività promozionali congiunte.

Collaborazione, dunque, tra due delle quattro più importanti manifestazioni nel mondo che ogni anno propongono destinazioni, strutture e servizi agli organizzatori di congressi e incentive, che porterà sicuramente una crescita nella qualità e nel numero dei buyer, nonché nell'immagine dei due eventi.

Sono allo studio iniziative per una grande visibilità di ciascun evento nell'ambito dell'altro. Btc International organizzerà un viaggio in Italia per i buyer esteri presenti ad Imex 2004 (12-14 maggio). L'edizione 2004 di Btc International si terrà dal 3 al 5 novembre. L'anticipo di un mese, permetterà di evitare la simultaneità con l'Eibtm, altro evento leader in Europa, che si trasferisce da Ginevra a Barcellona, spostando le date da maggio a 30 novembre-2 dicembre 2004, per evitare la coincidenza con l'Imex. L'IT&ME, Incentive Travel & Meeting Executives Show di Chicago si svolgerà dal 28 al 30 settembre 2004.

Importante infine il confronto e lo scambio dei database degli operatori internazionali della domanda congressuale. La collocazione "speculare" degli eventi nei due semestri dell'anno ha sicuramente inciso sulla possibilità di una collaborazione al posto di un'accanita concorrenza.

"Siamo contenti di aver raggiunto questo accordo con Imex – sottolinea Carlo Gattai – che ci consente di lavorare di più e meglio per catturare maggiori quote di mercato. Ci proponia-

Btc International e Imex scelgono la collaborazione

Lo sviluppo di attività promozionali congiunte facilitato dalla collocazione speculare nei due semestri dell'anno. Quasi 600 i buyer esteri ospitati alla Btc 2003 (2-4 dicembre), per la prima volta a Firenze 15 buyer vip russi

Attenzione crescente dalle strutture del Sud Italia per la Btc di Giovanni Paparo

mo di rendere sempre più produttiva questa collaborazione."

Il congressuale, ancora di salvezza del settore

"Intanto la Btc 2003 promette molto bene: – prosegue Gattai – in una situazione di profonda crisi, gli operatori si sono resi conto che se quest'anno si salvano, è proprio grazie ai convegni e incentive acquisiti per il 2003. Il turismo congressuale ha in parte compensato il calo del turismo leisure, e anche per il 2004 congressi e incentive potranno salvare la situazione."

Buyer vip dalla Russia

Per la prima volta arrivano a Firenze buyer vip dalla Russia, uno dei paesi dove il trend del congressuale è maggiormente in rialzo, e che mostra crescente interesse per la destinazione Italia in generale. In arrivo anche buyer da Repubblica Ceca e Croazia.

Grazie alla sempre più stretta collaborazione con Alitalia, Btc International quest'anno soddisfa le necessità di molti buyer esteri che hanno chiesto di organizzare appuntamenti con tempi minori di permanenza a Firenze: presidenti di associazioni o corporate meeting planner sono spesso in difficoltà a restare lontani dai propri impegni per oltre tre giorni.

Sono stati quindi coordinati due gruppi di circa 300 buyer esteri ciascuno (il primo per i giorni 2 e 3, il secondo per i

giorni 3 e 4 dicembre), che soggiogneranno due giorni invece dei soliti quattro.

Questa soluzione ha determinato la possibilità di quasi un raddoppio dei buyer esteri invitati e ospitati da Btc, che passeranno dai 380 dell'edizione 2002 a quasi 600.

L'interesse del Mezzogiorno

"Btc 2003 registra maggiore interesse dalle strutture del Sud Italia – osserva Gattai –, anche grazie alle iniziative promozionali svolte dall'organizzazione della Btc, su iniziativa delle Cciao e delle Regioni, che hanno favorito la realizzazione di workshop durante l'anno."

L'Ufficio domanda Italia ha selezionato oltre 14.000 nominativi in tutto il Paese, tra meeting planner aziendali, incentive house, agenzie e tour operator specializzati nel congressuale e nell'incentivazione, enti e istituzioni, associazioni, società di pubbliche relazioni. È stata verificata la reale attività di ciascuno procedendo agli inviti per i veri "professionisti dell'organizzazione", coloro che all'interno della propria azienda o associazione si occupano dell'ideazione, pianificazione e gestione di ogni tipo di evento.

I professionisti italiani più qualificati, delle società che organizzano un considerevole numero di eventi, sono invitati e ospitati direttamente da Btc come "Buyer vip". Il loro numero, rispetto al 2003, sale da 392 a 480.

Nel complesso, Btc International 2003 ospiterà circa 1000 buyer vip, italiani e esteri, invitati dalla manifestazione; circa 1000 espositori e 2500 operatori presenti negli stand, circa 4000 visitatori, 90% di fidelizzazione degli espositori.

Disponibile a fine ottobre la ricerca Btc sul congressuale in Italia e nel mondo

Mentre si sta concludendo la terza indagine sulla domanda Italia, ha preso il via la prima edizione dell'indagine sui trend futuri della domanda internazionale, per la prima volta la Btc indaga in tutto il mondo.

Un impegno enorme, che ha portato a chiedere la collaborazione di migliaia di operatori di tutto il mondo, grazie al quale sapremo come si muoverà il mercato degli eventi nel biennio 2004-2005. Lo sforzo è stato apprezzato, a giudicare dalla frequenza di risposte pervenute al questionario. Gli organizzatori internazionali hanno interesse a questa analisi e ne hanno compreso l'importanza; i dati saranno utili all'offerta congressuale per orientare in modo più mirato le proprie proposte.

Anche per l'Italia si è indagato sul biennio 2004-2005, relativamente a numero e tipi di eventi, provenienza dei partecipanti, segnalazioni sulle difficoltà che emergono nel percorso organizzativo di un evento, preferenze tra l'Italia del nord, centrale, del sud o isole, tra mare o montagna o città d'arte.

Vengono segnalati anche i mesi, la durata e il numero dei partecipanti e se le scelte si indirizzano più verso le sale convegni degli alberghi o verso i centri congressi, o le dimore storiche.

E se si potesse spendere di più, verso quale investimento si indirizzerebbero gli operatori? L'allestimento della sala che ospita l'evento, oppure migliori tecnologie, più gadget, aumento del numero delle hostess, o potenziamento dell'ufficio stampa? I risultati delle due indagini saranno a disposizione entro la fine di ottobre 2003.