

Anche quest'anno Btc International ha dato un notevole contributo al potenziamento del settore congressuale e degli incentive, che nel primo semestre 2003 (dati dell'Osservatorio Congressuale Italiano) ha registrato 54.501 eventi, con circa 10.376.000 partecipanti.

“Un grande numero di espositori specializzati, più di quello che mi aspettassi, in grado di fornirmi esattamente ciò che cercavo. È proprio giusto dire che se tutte le fiere fossero così mirate la vita di un buyer sarebbe molto più facile!”. Così si esprime un pco inglese, ospite di Btc International 2003, in un messaggio di ringraziamento giunto dopo due giorni dal termine della fiera.

Un tour operator Usa: “L'esperienza in Btc International è stata utile e proficua. Ho avuto infatti contatti seri per futuri viaggi di gruppo in Sicilia e nel territorio di San Gimignano”. Da un buyer giapponese: “Grazie alla vostra assistenza ho potuto avere numerosi nuovi contatti e ho potuto reperire tutte le informazioni che desideravo su destinazioni – uniche – in tutta Italia”. “È stata una fiera eccellente – ha scritto un pco di Londra – l'ho trovata veramente molto utile e di valore, in quanto ho avuto nuovi contatti che si concretizzeranno sicuramente in business nel prossimo futuro”. E così tanti altri.

Nonostante la crisi congiunturale e il perdurare delle tensioni internazionali, che all'ul-



Ray Bloom (Imex) e Carlo Gattai (Btc international)

Tutti concordi: qualità e professionalità a Btc International 2003

Soddisfazione generale tra visitatori ed espositori della manifestazione fiorentina. Confermata la collaborazione con l'Imex di Francoforte. L'edizione 2004 si terrà dal 2 al 4 novembre

di Giovanni Paparo

timo momento obbligano gli organizzatori a “spostare il tiro” delle destinazioni per i loro eventi, l'industria dei congressi ha dimostrato di voler andare avanti: le grandi aziende infatti non smettono di presentare i nuovi prodotti, le associazioni mediche continuano a organizzare importanti incontri internazionali di aggiornamento professionale, i pco a cercare e proporre soluzioni accattivanti e innovative, i tour operator a individuare allettanti strutture in deliziosi contesti paesaggistici per gli incentive.

Ecco perché l'impegno di Btc International di elevare al massimo della qualità e della professionalità sia la domanda sia l'offerta congressuale ha prodotto quest'anno ancora più consensi da parte degli operatori e una buona tenuta dei partecipanti (3921). Forse è proprio la determinazione a superare le

crisi congiunturali, le paure e le perplessità del momento, che spingono tutti a incontrarsi, confrontarsi, programmare.

Imex e Btc, una partnership confermata

Nel corso della fiera Ray Bloom, presidente di Imex, la nuova fiera del settore nata nel 2003 a Francoforte, e Carlo Gattai hanno confermato l'accordo di collaborazione tra le due manifestazioni.

L'intesa ha principalmente l'obiettivo di favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta congressuale e di incentive tra i due Paesi. L'accordo prevede lo scambio dei database dei buyer internazionali e la collaborazione su comunicazione e informazione.

Inoltre, tra le varie iniziative di promozione reciproca, nel maggio 2004, durante i giorni della fiera di Francoforte, Btc International organizzerà una grande Festa Italia, in collaborazione con Enit e le Regioni italiane, cui parteciperanno oltre 200 buyer super Vip portati direttamente dall'organizzazione di Imex.

La 20ª edizione di Btc International si svolgerà nei giorni 2-3-4 novembre 2004. L'anticipo di un mese rispetto al tradizionale dicembre è dovuto allo spostamento di sede (da Ginevra a Barcellona) e di data (fine novembre/primi di dicem-

bre) di Eibtm, altra manifestazione del congressuale.

Le preferenze degli organizzatori italiani

Dei circa 500 buyer italiani invitati e ospitati dalla Fiera la maggior parte, precisamente il 61%, erano buyers mentre il resto erano pco.

Le loro preferenze sulla richiesta di incontri per “sedi congressuali” si sono focalizzate intorno a pochi capoluoghi nei quali confluiscano, complessivamente, più della metà delle attività.

Roma ha raccolto il 13,76% delle richieste, seguita a breve distanza da Firenze (12,84%), Milano (8,83%), Venezia (6,31%) e Bologna (5,85%). Palermo, Genova e Torino hanno riscosso il 3,5% di preferenze ciascuna.

Il resto era indirizzato verso villaggi turistici o città minori, con caratteristiche di paesaggio o enogastronomiche, quali destinazioni per incentive.

Nelle preferenze per le Regioni sono da rilevare non solo le opzioni per le grandi città ma anche per le località “minori”, non adeguate ad accogliere eventi di grandi dimensioni ma comunque di notevole interesse dal punto di vista storico, culturale, artistico e naturale. Per tale ragione l'ordine di preferenze regionali non rispecchia esattamente quello delle città. Troviamo, infatti, al primo posto la Toscana col 16% delle scelte totali, poi in successione il Lazio, il Veneto e la Lombardia con una quota pari al 10%, infine la Sicilia e l'Emilia Romagna con l'8%. Queste aree hanno sfruttato il fenomeno di traino delle località più note per far conoscere anche altri posti interessanti.

Altre regioni come Umbria, Campania, Liguria, Marche e Puglia stanno faticando ad ottenere una posizione di rilievo nel panorama nazionale, ma i loro sforzi hanno permesso di raggiungere una posizione che lascia ben sperare per il prossimo futuro.

