

Dieci anni di successi per il Convention Bureau della Riviera di Rimini, il più longevo d'Italia -- Ten years of success for the Rimini Convention Bureau, the oldest in Italy

Il decennale pone nuove sfide per Rimini: col nuovo Palacongressi, pronto nel 2007, si punta a diventare meta congressuale internazionale / The decennial brings to Rimini new challenges: becoming an international congress destination with the new Palacongressi, ready in 2007

di Bernardino Marino

Il Convention Bureau della Riviera di Rimini (Cbrr), fondato nel luglio 1994 per promuovere in ambito nazionale e internazionale la provincia di Rimini e la vicina repubblica di San Marino quali destinazioni congressuali, coordinandone l'offerta, può essere orgoglioso di vantare in Italia un primato per la sua longevità e una posizione di leadership per caratteristiche di offerta e know-how.

Come ha dichiarato il presidente Mauro Ioli in occasione della celebrazione del decimo anniversario della fondazione: "Per il Convention Bureau della Riviera di Rimini il decennale non rappresenta un traguardo, ma una tappa. La maturità e l'esperienza acquisite in dieci intensi anni di attività costituiscono una piattaforma di lancio verso nuove e importanti sfide, tra cui l'impresa più impegnativa: divenire una destinazione congressuale forte sulla scena internazionale, certi di avere le carte in regola per poterla vincere, anche grazie al nuovo Palacongressi di Rimini il cui taglio del nastro è previsto nel 2007."

Cbrr affianca infatti, alla sua attività istituzionale di marketing di destinazione, la commercializzazione del Palacongressi di Rimini che, vale la pena ricordarlo, è il più grande d'Italia. Tale attività rappresenta il motore economico della società che ricopre il ruolo di *trait d'union* privilegiato tra soggetti pubblici e privati operanti nel comparto congressuale.

Il nuovo Palacongressi di Rimini, che sorgerà di fronte



all'attuale Palazzo dei congressi, sarà un'opera di rilevanza internazionale. Caratterizzato dalla massima flessibilità degli spazi e progettato dallo studio Gmp di Amburgo, lo stesso a cui si deve la nuova Fiera di Rimini, accoglierà congressi fino a 6000 persone ed eventi minori in contemporanea.

L'impegno profuso in questi primi dieci anni di attività ha fatto sì che Convention Bureau della Riviera di Rimini sia diventato, per i clienti, quell'interlocutore unico *super partes* a cui rivolgersi in tutta sicurezza per conoscere e utilizzare al meglio le numerosissime opportunità offerte dal territorio e, per le aziende della filiera congressuale (hotel, centri congressi, società di servizi attinenti al settore), un riferimento

certo e costante per la continua crescita e qualificazione professionale.

In crescita nonostante la contrazione del mercato

Non a caso in anni segnati da una forte contrazione del mercato congressuale, il Convention Bureau della Riviera di Rimini nel 2003 ha ottenuto risultati più che positivi, incrementando il numero di eventi e servizi forniti e andando ad arricchire il portafoglio clienti con prestigiose nuove aziende (Bmw, Fineco City) e graditi ritorni (Mediolanum, Edizioni Erickson).

Il 2003 si è chiuso infatti con un fatturato pari a 4.323.000,00 euro (+ 31,83% rispetto al 2002) e 57 manifestazioni acquisite (+ 5,56%). Mentre per il 2004 sono

già stati confermati in calendario 52 eventi di cui ben 18 aziendali, hanno nuovamente scelto Rimini quale palcoscenico anche importanti appuntamenti politici nazionali (3° Congresso Nazionale Partito Dei Comunisti Italiani e il Congresso Federale Democrazia è Libertà La Margherita).

Risultati che sono in parte frutto di una intensa e costante attività promozionale, supportata da un budget che per l'anno 2004 è stato fissato in 400.000,00 euro.

Cbrr - che aderisce sia a Meet in Italy, l'associazione che riunisce le più prestigiose destinazioni congressuali italiane e che ha eletto Stefania Agostini, direttore del Convention Bureau di Rimini, quale suo nuovo presidente, sia ad Axis, che rappresenta le tre città congressuali dell'Emilia