

BTC 2006: quale sarà il filo conduttore della manifestazione quest'anno?

In primo luogo, continuare il rinnovamento intrapreso lo scorso anno con la nuova gestione TTG Italia – Gruppo Rimini Fiera.

Poi, confermare il concetto che BTC è in Italia il più importante punto di riferimento nazionale e internazionale del settore Mice, da 22 anni.

La linea guida quest'anno, inoltre, è "la fiera non dura soltanto tre giorni": diamo ai nostri clienti tutti gli strumenti per contattare prima dell'evento i buyer che saranno presenti in fiera e per lavorare meglio tutto l'anno.

Quali sono gli obiettivi numerici in termini di buyer ed espositori?

Per quanto riguarda i buyer, ne attendiamo 1100, 50% italiani e 50% stranieri, con una concentrazione dai bacini di maggiore interesse per la nostra offerta. Per quanto riguarda gli espositori, avremo più di 950 espositori (aumento del 10% rispetto al 2005).

Quali sono gli obiettivi in termini di tipologia?

I buyer saranno composti al 50% da agenzie di intermediazione, al 25% da associazioni, al 25% da *corporate*.

Per gli espositori, sono interessati alberghi con sale congressi, catene alberghiere, sedi per eventi, consorzi, convention bureaux, centri congressi, Pco, enti nazionali per il turismo, enti pubblici, società di servizi.

Come vengono "reclutati" i migliori buyer del mercato?

L'individuazione e la selezione dei migliori buyer per i nostri espositori avviene attraverso due canali: una struttura interna dedicata e intesa a livello nazionale e internazionale.

Allo stato attuale sono in corso accordi di altissimo livello che ci permetteranno di diversificare i player della domanda nazionale e internazionale e di coinvolgere nuove categorie di buyer interessati al settore Mice.



Marta Pieralli, project manager BTC

BTC vuole confermare il primato nel settore Mice

Intervista a Marta Pieralli, project manager della fiera

a cura di Lorenzo Paparo

Chi sono quest'anno i partner principali di BTC?

Oltre a collaborazioni storiche con associazioni come Icca, Mpi e Italcongressi, si aggiungono quelli con testate estere internazionali, con Htms (un'importante società di consulenza e rappresentanza nel settore del turismo con sedi in Scandinavia, Spagna, Irlanda, Europa centrale, Europa dell'Est, Medio Oriente, Stati Uniti e Canada), con I'vents (società di marketing e pr con uffici in Italia, Belgio e Inghilterra), e con associazioni di categoria italiane e straniere.

BTC inoltre è sostenuta anche da Italia for Events e Federcongressi.

Buyer internazionali: da quali paesi arriveranno?

Le nazioni di provenienza dei buyer esteri sono 22 e sono le seguenti: Austria, Belgio, Canada, Danimarca, Egitto, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Russia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria, Usa.

Incontro tra domanda e offerta: come avverranno

quest'anno le trattative e come garantirete a espositori e buyer i contatti migliori?

Quest'anno, per la prima volta, sia i buyer sia gli espositori potranno fissare direttamente appuntamenti fra loro nell'area web riservata, selezionandosi a vicenda in base alle rispettive esigenze di business.

Successivamente BTC fornirà anche appuntamenti prefissati che, in aggiunta a quelli liberi, formeranno un'agenda appuntamenti che garantirà a buyer ed espositori esclusivamente incontri mirati con fornitori e clienti funzionali al proprio business.

È un'innovazione importante perché, a differenza degli anni passati, l'agenda appuntamenti verrà programmata in anticipo e permetterà a espositori e buyer di contattarsi e conoscersi prima della fiera.

Lo scorso anno la nuova BTC ha avuto come obiettivo primario l'attenzione nei confronti dell'espositore: quali sono i vantaggi in termini commerciali, di opportunità di contatto e di marketing per gli espositori 2006?

Anche quest'anno gli espositori sono al centro del nostro

sistema. Sono state studiate molteplici proposte commerciali flessibili e diversificate, di forte interesse per l'espositore. La quota di partecipazione ha subito soltanto un adeguamento del 2% rispetto alle tariffe 2005.

Più domanda, più offerta: l'incremento previsto degli espositori è del 10 per cento. Ma, soprattutto, facendo leva su uno dei punti di forza dell'edizione 2005, continua a essere l'espositore al centro del sistema BTC. Ciò vuol dire essenzialmente due cose: proposte commerciali flessibili e diversificate e un'attenzione totale nella selezione dei buyer e dei contatti.

In particolare, è stata razionalizzata l'offerta commerciale e i prezzi sono rimasti invariati rispetto allo scorso anno con un semplice adeguamento al tasso d'inflazione. Quattro i pacchetti espositivi che vengono proposti: due prevedono servizi di base, visibilità e la garanzia di entrare in contatto coi buyer; gli altri due sono caratterizzati da servizi ad alto valore aggiunto. Tra questi, corsi di formazione per conoscere modi e tecniche con cui rapportarsi ai potenziali clienti.

Un'importante novità è stata introdotta per agevolare i contatti tra operatori: tutti gli espositori avranno in anticipo l'elenco dei buyer partecipanti e potranno – attraverso un software – fissare anche autonomamente gli appuntamenti.

Come si è concretizzato quest'anno il ruolo del comitato tecnico nell'organizzazione di BTC?

Dieci professionisti esperti, provenienti dal mondo dei congressi e degli incentivi, con esperienze vissute in ambiti diversi, che ha il compito di vegliare sulla validità del progetto BTC, per renderlo sempre più in linea con le esigenze e le tendenze del mercato.

Durante l'anno sono fissati incontri per approfondire vari temi previsti dal progetto BTC e per analizzare lo stato d'avanzamento lavori dello stesso.

www.btc.it