

CONGRESS TOURISM. THE FIRST BTC IN ROME CLOSED

The new era of Btc

A positive outcome for the Italian mice exhibition. Presence increased of 30%



med important international companies that participated for the first time; notwithstanding the transport strike on Friday, we had a continual flow of visitors during the day; and decisively strong media coverage with articles in all major newspapers”.

The exhibitors say

Comments registered by the organizer were positive. “We arrived already with 40 appointments on our agenda, made online with Btc”, says Marco

The 23rd edition of the Btc gave signals of the beginning of a new era. The location is new, within the 20,000 m² of the modern roman fairground. And new is the spirit, that aims at repositioning itself in the international market.

The Borsa del Sistema Congressuale e Incentive, organized by Exmedia (controlled by Gruppo Rimini Fiera), closed with an increase in presences of 30% over last year. “From here forward serious competition with Frankfurt and Barcelona can start”, is the comment of Lorenzo Cagnoni, President of Rimini Fiera. Paolo Audino, Managing Director of Exmedia, agrees: “We are very happy as the fair has gone well from different points of view: business, quality of buyers, system of appointments. The logistics have improved markedly”.

Three motives of major satisfaction according to Marta Pieralli, Project Manager of Btc: “Among visitors we wel-

comed Carli, here to promote his catering service Il principe di Pompei in the Naples archaeological area. “Overall we had hundreds of contacts, about 70% of them with foreigners”.

Paola Cherchi of the Province of Rome's Atp said: “The event still has to take flight. May be there should have been more publicity”.

A dozen appointments, “all fruitful, especially with companies and the pco”, says Diletta



Tanzini of the Siena Convention Bureau.

“The venue in Rome is interesting”, states Gabriella Matis, Managing Director of Fio Multimedia for Tecno Conference. “There are some logistic problems, compensated for by the quality of certain buyers”.



Giuliana Manica

REGIONI. IL PIEMONTE ALLA BTC

Piemonte: trasformare il territorio investendo nella meeting industry

Oltre 700 sale meeting, delle quali 20 con un numero superiore a 500 posti. La possibilità di ospitare eventi fino a 8000 partecipanti. Un'offerta ricettiva che dopo le Olimpiadi ha raggiunto i 770 hotel e superato i 170 mila posti letto. Il congressuale si conferma uno dei pilastri del Piano Strategico del Turismo della Regione Piemonte che, anche quest'anno, ha voluto essere presente alla Btc. Oltre allo stand istituzionale di 270 m², l'offerta congressuale piemontese è stata in mostra alla lounge dedicata agli hosted buyer, all'ingresso della fiera, dove un grande tartufo e la nuova Fiat 500 hanno accolto i visitatori.

Scegliere il Piemonte come “terra d'incontri” significa poter contare su strutture polivalenti, dalle location più moderne ai luoghi storici dell'arte, e sulla professionalità, a prova di Olimpiade, dei convention Bureau sul territorio: il Torino Convention Bureau, il Lago Maggiore Conference e l'ultimo nato Langhe e Roero Meetings.

Progetti in corso

Numerose le novità e i progetti di promozione in corso, a partire dalla creazione del database “Dimore Storiche”: un sistema di mappatura del circuito delle numerosissime residenze reali, castelli e palazzi d'epoca piemontesi. I dati raccolti, dai contatti alle caratteristiche tecniche, saranno disponibili attraverso una brochure e un sito internet, con l'obiettivo da un lato di incrementare la promozione dell'offerta convegnistica ed incentive del territorio, dall'altro di soddisfare la domanda di eventi sempre più alla ricerca di location particolari e di prestigio.

“Infrastrutture e professionalità rendono il Piemonte la location ideale per congressi e incentive – dichiara Giuliana Manica, assessore al turismo, sport e pari opportunità della Regione Piemonte –. Il circuito delle dimore storiche è un progetto su cui puntiamo molto, a partire dalla riapertura della Reggia di Venaria che ne è la punta di diamante: pensiamo a una rete sul genere “relais châteaux” che abbinata alla location contenitrice di eventi la grande ristorazione d'eccellenza.

Enogastronomia, storia, arte, sport, benessere sono ingredienti importanti di un territorio sul quale le Olimpiadi hanno riversato oltre 1 miliardo e mezzo d'investimenti, con la realizzazione d'infrastrutture oggi a disposizione di un sistema turistico in crescita e che, nel 2006, ha superato 11 milioni di presenze”.

Langhe e Roero

Ne sono consapevoli anche gli operatori delle Langhe e del Roero che hanno da poco creato un Club di Prodotto, un consorzio di promozione congressuale che raggruppa le principali realtà turistiche e commerciali sul territorio. Tale sinergia mira al soddisfacimento delle numerose richieste avanzate da incentive house e operatori e rappresenta un esempio di risposta positiva alla sfida posta da un mercato in continua evoluzione.

“L'analisi dei dati – dichiara Mauro Carbone, direttore dell'Atl Langhe e Roero – permette di avere la ragionevole sicurezza che l'esclusività della location proposta e l'appeal di brand internazionali come il Barolo e il tartufo bianco d'Alba sapranno essere attrattive capaci di rappresentare il territorio e permettere una buona penetrazione in que-