



INGRANDIMENTI

UN SUPPORTO PER LE "VERE" ANIME GREEN

Il capitolo italiano di GMIC è un punto di riferimento per chi intende applicare alla propria professione procedure eco-sostenibili internazionali.

La sostenibilità ambientale, concetto storicamente molto sentito nei Paesi del Nord Europa e Nord America, da alcuni anni ha trovato un'opportuna applicazione anche al settore miche. E se all'estero gli eventi eco-sostenibili sono realtà di una certa rilevanza, con tanto di metodiche pratiche e certificazioni, in Italia restano tuttora ancora legati a una tendenza o a questioni politicamente correct, senza essere pienamente entrati nelle abitudini degli organizzatori e, soprattutto, nelle richieste di aziende e associazioni. Questione di costi più elevati, si dice. Questione di cultura, si può replicare. Fortunatamente a dare un ulteriore impulso allo sviluppo e alla tutela delle pratiche green della nostra meeting & incentive industry lo scorso luglio è nato il capitolo italiano, primo e unico nato fuori dagli Stati Uniti, di Green Meeting Industry Council. GMIC è una community globale dedicata esclusivamente alla sostenibilità del settore miche, attraverso lo sviluppo di attività formative, ricerca, policy e standard specifici. Il capitolo italiano si è subito affermato quale punto di riferimento per tutti i professionisti (agenzie, fornitori e utenti) impegnati a minimizzare l'impatto ambientale e sociale dei propri eventi e della propria attività professionale. Non a caso lo scorso novembre ha ricevuto il premio Turismo Responsabile Italiano. La consegna è



I quattro soci fondatori (Stefano Ferri, Fulvio Bettini, Maria Cristina Terenzio e Annamaria Ruffini) con un consulente amministrativo e il notaio il giorno della creazione del capitolo italiano di GMIC.

avvenuta ad Assisi durante il World Tourism Expo, il primo salone mondiale del Turismo città e siti UNESCO. «La mission di GMIC Italia - ha dichiarato la presidente Annamaria Ruffini - è quella di organizzare eventi sostenibili, decodificandone le metodologie, e di creare formazione, divulgando pratiche applicabili alle professioni della filiera».

Roi? Ecco la risposta: BIT

Raggiunge quest'anno quota 31 una delle manifestazioni fieristiche più importanti per il turismo italiano. Sono tante le novità che caratterizzano l'edizione di quest'anno del BIT (Borsa Internazionale del Turismo), che si terrà dal 17 al 20 febbraio 2011 presso il nuovo Polo fieristico di Milano Rho-Però. A titolo di servizio di consulenza mirata sarà ad esempio dedicato agli espositori l'Italian Market Overview, un quadro riassuntivo sulle caratteristiche attuali del mercato turistico nazionale. Uno strumento informativo che permetterà a chi espone di attuare una strategia di approccio al settore più mirata. Sempre agli operatori sarà riservato un servizio di professional concierge che studierà le migliori modalità di posizionamento del proprio prodotto durante i giorni di manifestazione fieristica. Oltre all'aspetto più propriamente commerciale sarà posta un'attenzione speciale alla comunicazione integrata del brand, per ottimizzare la propria visibilità durante la fiera. Per la prima volta inoltre il Buy Italy, workshop prima rivolto solo alle Regioni, vedrà la partecipazione di tutti gli operatori privati, così come il Buy Club, unico workshop internazionale dedicato al mondo dell'associazionismo. I numeri del 2010 hanno raccontato un successo, oltre 5.000 presenze provenienti da più di 130 Paesi, e lasciano presagire una netta ripresa della filiera turistica leisure e business.

ITB 2011: Business class a prezzi economici?



Il Travel Management come chiave per il successo del futuro: solo uno dei temi affrontati all'edizione di quest'anno dell'ITB, che si terrà a Berlino dal 9 al 13 Marzo 2011. Tutti gli esperti concordano: le potenzialità del travel management sono enormi e non è ancora stata attuata una strategia congiunta per il rilancio del settore, che garantirebbe benefiche ricadute ad ampio raggio d'azione. Tra i punti all'ordine del giorno per la giornata di giovedì 10 marzo, all'ITB di Berlino di quest'anno: la politica dei prezzi delle compagnie aeree, i vantaggi e gli svantaggi delle alleanze, le strade percorribili per rendere sostenibile il business travel. Il programma prevede inoltre un dibattito sul tema, strettamente attuale, degli effetti che le nuove tecnologie hanno prodotto sui livelli di produttività dei viaggiatori d'affari. Fra gli altri temi trattati segnaliamo: linee guida per ridurre costi interni ed esterni, gli errori tipici durante i briefing, tecniche per ottenere un ottimale ROI, i social media come strumento di comunicazione integrata capillare, tendenze e attuali sviluppi del settore. **Particolari offerte per la partecipazione sono consultabili online**

BTC: cambia il logo, si amplia la mission



Il restyling del logo, con il payoff "la fiera degli eventi", racconta un cambiamento solo in apparenza formale per l'importante fiera, che annuncia un imperativo: incrementare gli hosted buyer e affinarne la selezione. Oltre al logo nuovo, un nuovo team operativo è al lavoro per l'edizione di quest'anno di BTC, a Rimini dal 30 giugno all'1 luglio, nel cui operativo è entrato anche il team di TTG, a sottolineare l'impegno a riunire sotto lo stesso tetto congressuale, marketing e turismo, le tre anime della meeting ed event industry. Una rete di consulenti contribuirà a portare un +20% di hosted buyer, privilegiando le aziende dei settori top spender e le agenzie con significativi volumi di business. La scelta corrisponde a una presa di consapevolezza fondamentale: il settore ha ormai caratteristiche di trasversalità sempre maggiore, ed è composto da figure e professionalità di provenienze diverse che spesso tuttavia non dialogano tra di loro, pur essendo accomunate dall'organizzare, nessuno escluso, momenti di aggregazione. Riunirli, infrangendo le trame della rete che li accomuna, questo l'impegno reale di BTC.