

## Un Comitato per la qualità

Una squadra di professionisti del settore funziona da collegamento fra gli organizzatori della fiera e il mercato, con l'obiettivo di creare un evento funzionale e utile

DI ADRIANO LOVERA

Non c'è strada migliore che ascoltare le istanze dei protagonisti del mercato, per allestire una fiera utile. Per creare un evento in cui domanda e offerta possano incontrarsi, sapendo l'una che cosa chiedere e l'altra che cosa offrire. Questo è il senso di una delle novità dell'edizione 2005 della Btc, cioè il comitato tecnico-scientifico, formato da 8 membri, che periodicamente si riunisce per far comunicare gli organizzatori della fiera con gli operatori, impegnati in un settore specifico che conserva elementi del turismo tradizionale ma vive in un sistema di tipo industriale. «Proprio per questo - spiega Paolo Audino, amministratore delegato di Exmedia, che gestisce la Btc - abbiamo pensato di coinvolgere professionisti che provengono dal settore e che rappresentano buyer, pco, alberghi e molto altro, i quali hanno il compito di legare il nostro sistema alle novità del mercato».

E in effetti, fra i partecipanti, sono rappresentati gli attori principali del settore, compresa l'amministrazione pubblica. Nulla di meglio che le parole stesse dei membri del comitato per conoscere chi sono, per quanto si tratti di professionisti noti nel settore, e quale attività stanno svolgendo.

Fabrizio Allevi.



Direttore generale di East End Studios (Milano) e vicepresidente di Meet in Italy, si considera uno dei padri della Btc, «uno di quelli che l'hanno fondata - racconta - da quando nacque come manifestazione prettamente legata al territorio, per poi allargarsi per diventare di livello internazionale».

Il suo curriculum parla di una lunga carriera nell'ambito professionale, iniziata nell'Ente per il turismo austriaco, come direttore commerciale per l'Italia, per poi svolgere lo stesso incarico per il principato di Monaco, e passare successivamente a direttore generale del gruppo Royal Monceau, poi a Villa Erba di Cernobbio fino a occuparsi, da cinque anni, di East and Studios. L'interesse per il progetto della nuova fiera lo ha portato alla Btc, «una fiera cui spero che tutti diano credito - aggiunge - che deve cercare di uscire dal provincialismo mentre il settore, più in

### GABRIELLA GHIGI La tessera n.1 del "Club degli amici"

► Cuore e motore del comitato, lavora nel settore sin dal 1985, con l'ingresso in Mgr (società che farà poi parte del gruppo Aim) dove lavora a fianco della fondatrice, Maria Grazia Riontino. Fondamentali i dieci anni successivi a Rimini, alla guida del Palacongressi dal 1990 al 1999, e come direttore del Convention Bureau della Riviera di Rimini dalla sua nascita, nel 1994, fino al 1999. Seguono poi la direzione, anche qui dalla fondazione, del Convention bureau di Torino e poi l'approdo in Meeting Consultants, società di consulenza specializzata nel



marketing congressuale, fondata da Maria Gabriella Gentile. «Il mio rapporto con Btc risale a parecchi anni fa, all'inizio della presidenza Gattai - spiega - quando sollecitai le associazioni di cui facevo parte, Meet in Italy in testa, a dare un contributo costruttivo al rilancio della fiera». Della quale, non a caso, conserva la tessera n.1 del "Club amici della Btc". «L'industria italiana dei convegni ha bisogno di una grande vetrina in cui mostrare il meglio di se - aggiunge - e questa vetrina può essere la Btc, se organizzata con criteri professionali e di qualità».

generale, ha bisogno di professionalità e visioni strategiche. Dunque, nessuno meglio di noi operatori, che siamo anche espositori, era l'interlocutore più idoneo per cercare di dare qualche consiglio».

Patrizia Buongiorno.



Dal 1988 si occupa di organizzazione congressuale, collaborando con Aisc (Assistenza internazionale servizi di congresso) come responsabile Eventi. Nel 1999 la società si fonde con Mgr e nasce Aisc & Mgr (Aim group) di cui diviene amministratore delegato, coordinando le tre sedi italiane di Roma, Milano e Firenze. «Sono stata contattata proprio in quanto rappresentante di uno dei principali gruppi - spiega - ed è per me la prima volta, poiché alla Btc non siamo mai stati molto presenti».

«Al momento - prosegue - abbiamo portato una serie di proposte che l'organizzazione sta valutando e bisogna dare atto che si sta facendo un lavoro intenso per modificare sostanzialmente la Btc. È necessario, infatti, che per gli operatori siano evidenti i vantaggi e le opportunità che derivano dalla partecipazione a un evento come questo, che in Europa vive insieme ad altri due analoghi, mentre tante aziende faticano già soltanto a seguirne due».

Giuseppe Lepri.

Presidente e direttore generale di Newtours, che ha fondato nel 1978, è una vecchia conoscenza della Btc, avendo fatto parte del



comitato della fiera sin dagli anni della nascita. «E oggi - dice - la nuova proprietà della Btc ha una maggior capacità gestionale e imprenditoriale, che può essere utile all'esigenza sentita in questo periodo da molti operatori, cioè fare gruppo piuttosto che competere soltanto fra di noi». L'utilità concreta della fiera è proprio il fine principale che l'attività del comitato sta cercando di raggiungere: «Durante le fiere, infatti, non c'è un metro di valutazione immediato che ne dimostri l'efficacia, se non rendersi conto di aver fatto una spesa che permetta di far conoscere il proprio marchio, la professionalità e di incontrare il maggior numero possibile di buyer nuovi. Per questo i nostri consigli puntano a ottimizzare le modalità di incontro fra domanda e offerta».

Andrea Jelenkovich.



Si può definire, la sua, una partecipazione unica e strategica all'interno della Btc. Jelenkovich, infatti, si occupa di turismo da almeno 15 anni, è dirigente presso il settore Turismo della regione Liguria,

nonché coordinatore della Conferenza delle Regioni per il turismo. Rappresenta quindi gli enti locali, benché nella sua carriera sia stato anche imprenditore. «La mia partecipazione - spiega - vuole proprio fare da tramite nel rapporto fra pubblico e privato, partendo magari dall'esperienza della Liguria in cui stiamo lavorando per sottoscrivere un accordo con gli operatori privati consorziati. Questo può andare incontro alla necessità del mercato di presentare un'offerta di qualità, soprattutto verso l'estero, mirata alla richiesta specifica della domanda, per affrontare una concorrenza ormai spietata».

Bruna Migliazza.



Fondamentale il suo ruolo, dal momento che rappresenta all'interno del comitato tutto il mondo dei buyer aziendali. Da vent'anni si occupa di comunicazione e marketing ed è attualmente responsabile della comunicazione corporate di Hay management consultants. Poche ma precise indicazioni: sono queste le istanze che sta portando avanti per fare in modo che l'organizzazione della fiera avvenga al meglio.

«La fiera deve essere funzionale, ben funzionante e dare un'ampia scelta di venue e interlocutori qualificati. Il punto principale per fare in modo che sia utile - aggiunge - è migliorare l'incontro fra domanda e offerta, rendendolo mirato e ottimizzando i tempi. E su questo, mi pare che la Btc stia lavorando nella direzione giusta».

Ulf Pauschardt.



Il suo biglietto da visita parla di vent'anni passati negli alberghi delle principali catene mondiali, che si occupano anche di congressi: il London Hilton on Park Lane, il Rome Cavalieri Hilton, fino all'approdo al Melià di Milano, il cinque stelle del gruppo Sol Melià dove da due anni ricopre la carica di direttore. Per la prima volta collabora all'allestimento della Btc. «Fra i punti di forza di quest'anno - dice - ci sono senz'altro i servizi personalizzati che porteranno a migliorare la soddisfazione di chi vi partecipa e, di conseguenza, il potenziale business che ne può derivare, soprattutto grazie al sistema di incontro più mirato che è stato messo a disposizione. In più, si sta lavorando per migliorare anche l'aspetto dell'aggiornamento e della formazione professionale. La Btc crescerà, anche in virtù dei nuovi spazi espositivi di cui gode. Ma dalle prossime edizioni, forse, occorrerà riconsiderare la location più adatta».

### «Uno spazio in Europa»

► La sua lunga carriera è iniziata alla Piaggio ed è proseguita per parecchi anni all'estero a lavorare per l'Ice. Giunge in seguito a Fiera Milano e, attualmente, ricopre il ruolo di direttore di Cotone Congressi e presidente di Federcongressi. E da qui, dunque, che porta all'interno del comitato le osservazioni e le necessità di quegli operatori che si occupano di ospitare eventi e congressi. «È una soddisfazione essere stato chiamato dalla nuova società che gestisce la Btc, che dovrà riuscire a rilanciare un settore così importante per l'economia italiana come il congressuale. La fiera, così com'è stata ripensata e se riuscirà a collocarsi correttamente sul mercato, potrà ritagliarsi uno spazio adeguato in Europa, dove tre fiere di questo genere, allestite tutti gli anni, cominciano a essere troppe. Ma la Btc ha le carte in regola per essere una di quelle che resisteranno».



Adolfo Parodi