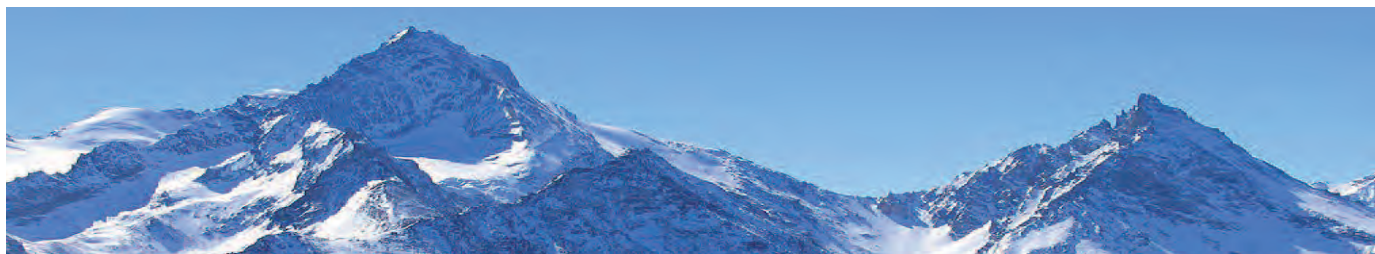


SAINT-VINCENT 2011 da Angelina a Paola per continuare a crescere



NOTIZIE DAL CAPITOLO ITALIANO

MPIITALIANNEWS

www.mpiweb.it

Un anno vissuto insieme

Cari Amici, in questo momento in cui si conclude il mio anno di presidenza mi guardo indietro e spero per fare un bilancio, com'è normale che sia, e ritrovo i fotogrammi di dodici mesi impegnativi sia per la meeting industry sia per MPI (in Italia e nel mondo) sia anche – non ve lo nascondo – per me personalmente. Le difficoltà di questa crisi che non vuole finire hanno assorbito le energie di tutti noi, richiedendoci tempo e attenzione che in altre contingenze avremmo potuto dedicare alla *community*. Ciononostante neppure quest'anno è mancato il consueto bouquet di seminari, occasioni di networking, strumenti di aggiornamento e di informazione. Un anno fa mi

impegnavo, di fronte a tutti voi, a dare trasparenza all'operato del board, e così è stato, grazie alla "finestra sul direttivo" che avete spesso aperto in apertura di l'MPI; mi impegnavo anche a decidere a "pura e" il mio ruolo di presidente, privilegiandone l'aspetto di coordinamento di squadra: e anche qui, grazie a voi tutti, ho potuto dar seguito alle mie intenzioni ascoltando di volta in volta, e cercando di realizzare, i vostri desideri. Questa stessa assemblea ne è a prova, avendone voi direttamente scelto e date l'ormai lontano settembre 2010. Ma anche i titoli dei cicli seminari e sono stati selezionati da voi tramite questionario, e sempre da voi

sono giunte puntuali, su richiesta del direttivo, opinioni e critiche, sempre costruttive, sul Capitolo e sul nostro operato di consiglieri. E' grazie a questo grande coinvolgimento che abbiamo prodotto un piano education così ricco ed eterogeneo, capace di spaziare da norme su l'iva (a Roma a gennaio, con bis a Verona il mese dopo) ai contratti di a-

continua in 2° pagina



Un Capitolo nazionale e internazionale



Cari tutti, prendo il testimone da Angelina consapevole e dell'onore e dell'onere di tanto incarico. Ho già idee abbastanza chiare su cosa tenterò di concretizzare insieme a

board. Come prima cosa mi impegnerò a realizzare e migliorare la comunicazione all'interno del direttivo (in un'ottica di leadership orizzontale) e tra questo e i soci. Vorrei anche incentivare la collaborazione tra i vari comitati. Obiettivi impegnativi ma che sono certa saranno coronati da successo, avendo io al mio fianco un board di veri professionisti. Secondo punto: l'internazionalità. E' una caratteristica fondante della nostra associazione e va enfatizzata. Partiamo col piede giusto, visto che

Mike van der Vijver è entrato nel board. E anche l'assemblea che ci apprestiamo a vivere sarà caratterizzata da numerosi interventi internazionali. Ma, di contro, abbiamo anche un elemento nazionale da valorizzare (ci chiamiamo "Italia Chapter" dopotutto), per cui la presenza della *community* nella nostra unghia pensata da noi, per quanto possibile, capillarizzata. Due consiglieri sono siciliani, uno viene da Napoli e tre (me compresa) sono romani. Per questa ragione ho

continua in 2° pagina



ASSEMBLEA 2011 – IL NOSTRO “MODO MIGLIORE”

Un programma diverso dal solito, autenticamente interattivo e internazionale, celebra i vent'anni del Capitolo nella fascinosa cornice delle Alpi.

continua - Angelina Domina ai soci

voro (Catania a fine aprile), da a leadership femmini e (Firenze a marzo) a a sostenibilità, ambiente e sociale, questione a me cara e trattata a Napoli a metà maggio in modo positivamente provocatorio. Tutto ciò vi è piaciuto mo to, se è vero – com'è vero – che i feedback dai partecipanti è stato eccezionale. E anche da ato de networking i bi ancio è positivo: chiediamo 'anno con tre eventi di formato *Global Growth* (due su Roma, tra dicembre e gennaio, e uno su Milano a inizio maggio) mo to partecipati e apprezzati. La serata milanese, forse, ha reazionato persino i record storico di presenze, con quasi 140 persone.

Su versante interassociativo è da segnare a coaborazione con Federcongressi&eventi su a fiscalità, nonché i seminari congiunti sui contratti. Siamo poi stati felici di accogliere 'invito – sempre da parte di Federcongressi&eventi – a sederci a un unico tavolo insieme a tutte le associazioni di settore Mice e de a MarCom per individuare obiettivi comuni da portare avanti insieme. Anche questo è gioco di squadra.

Da ato de 'informazione di *community*, va detto che l'MPI costituisce un appuntamento quindicinale e ormai consolidato e sempre più ricco di notizie. Cari Amici, compiamo vent'anni e siamo una grande associazione. Una "spendida ventenne" che ascio con orgoglio e commozione a Paola Casentini insieme a una squadra direzione e compatta che ringrazio per a coaborazione, 'impegno e a grande dedizione di cui ha dato prova.

Angelina Domina

continua - Paola Casentini ai soci

chiesto a past president Emilio Milano di seguire da vicino i direttivi nel suo ruolo di responsabili dei *Global Growth*. Il processo di capiarizzazione 'ho già iniziato quest'anno, come VP Education ad interim, scegliendo come sedi per i seminari locali in Sicilia, Campania, Lazio, Toscana e Veneto. Confido che i trend possa continuare.

E' però evidente che non si realizzerà senza il contributo attivo dei soci. E' a community nel suo insieme a produrre i risultati. Proprio su a community iniziamo a lavorare qui, a Saint-Vincent, con il ricco programma interattivo che abbiamo ideato: è così, tutti insieme, che dobbiamo far emergere un'industria più forte e capace di sorridere a domani. Un abbraccio.

Paola Casentini

Non sarà un'assemblea come le altre, che inizia oggi a Saint-Vincent. Abbiamo scelto di festeggiare i nostri vent'anni privilegiando a *community* nei suoi aspetti di scambio culturale e formativo. Cerchiamo un "modo migliore" di fare le cose, e per questo ci misureremo con formati seminari inediti. Cominceremo esplorando gli itinerari mentali suggeriti da due esperti di chiara fama, i professori **Fausto Colombo** e **Andrea Gandini**. Poi, in due "atti", daremo voce al board di **Efapco**, la federazione europea della meeting industry, che ci aggiornerà dapprima sullo stato dell'arte del nostro settore in Europa e poi ci introdurrà al tema-cou della giornata: il futuro. Questa di Efapco, va detto per inciso, è una presenza importante, perché si registra nel contesto di un programma di monitoraggio che continuerà in Portogallo con l'assemblea generale della stessa federazione e si concluderà 'anno prossimo, a Torino, con la convention di Federcongressi&eventi.

Ne pomeriggio, i seminari. Sono due, in parallelo, e sempre in parallelo verranno replicati. Il primo è di **Valentina Maltagliati**, docente di comunicazione, che ci parlerà di **Elevator Pitch: auto-presentazione in miniatura**. Titolo intrigante per un tema prezioso: come dare il migliore e più convincente presentazione di se stessi anche nel breve e spesso ristretto spazio di un viaggio in

ascensore (*elevator*). Il secondo è tenuto da Director of Development EMEA di MPI **Joyce Dogniez**, che ci illustrerà e **Internet Applications in the meeting industry**. Facilitatori per tutti i lavori della giornata saranno **Barbara Marziali**, consulente di ComSolving, e il nostro nuovo VP Education **Mike van der Vijver**. La giornata seminaria e si chiuderà con l'assemblea e con il premio alla carriera conferito ai soci che da vent'anni sono iscritti al Capitolo.

Numerose altre caratteristiche, anche esclusive, che renderanno la nostra due-giorni indimenticabile: i team-building **privé del Casinò**, un vero community game in una delle sale da gioco più celebri del mondo; il successivo **party di benvenuto** a bordo della piscina del Grand Hotel Biella; la cena di gala nel giardino del **Castello reale di Sarre**, residenza di caccia di Casa Savoia; e il programma post-assemblea di domenica mattina, imperniato sul transfer a Forte di Bard, con annesa visita al Museo de l'Alpi e alla mostra di Mirò in esclusiva. Ci saluteremo alla Maison Bertoin, la fabbrica di salumi della migliore tradizione valdostana, con un buffet lunch. Da ultimo, come si conviene per la personalità di maggior rilievo, vi annunciamo che al party di benvenuto presenterà per la prima volta nella storia delle nostre assemblee il presidente dell'IBOD (International Board of Directors) di MPI **Sebastien Tondeur**.





Ecco i “competency standards”

È un periodo molto proficuo per MPI International. In particolare è uscita una pubblicazione (scaricabile e **gratis** per i soci da www.mpiweb.org) destinata ad affermarsi qua e “guida” per l’ingresso e la permanenza tra i professionisti del nostro settore. Per decenni abbiamo chiesto un metro per misurare il nostro valore, un criterio per comparare in modo univoco i nostri curriculum e le nostre certificazioni. Un primo importantissimo step fu segnato alcuni anni fa, con la pubblicazione degli “standard professionali” per meeting manager e meeting coordinator. Ora c’è un passo in più. A cura di molti board internazionali, delegazioni governative, task force e (ovviamente) MPI, i “Meeting and Business Event Competency Standards” forniscono qua cosa di cui il nostro sistema ha sinora avvertito la mancanza: un catalogo dettagliato degli skill necessari per essere professionisti del meeting, a ogni livello.

Il libro contiene 12 categorie (quali strategic planning, event design, site management) e 33 skill individuali (per esempio “sviluppo e obiettivi della missione”, “ingaggio degli speaker”, “disegnare il layout della location”) che a loro volta sono divisi in molti piccoli sub-skill. In tutto fanno cento pagine che definiscono il fulcro del meeting industry e danno una volta per tutte ai professionisti intorno al mondo un insieme condiviso di standard di carriera.

Il Convention Industry Council, che sta rivedendo le norme di accesso e di svolgimento dell’esame CMP, sta già incorporando i competency standard nella versione finale del test che sarà somministrata l’anno prossimo ai candidati (da ricordare, a proposito, che una versione nuova del CMP, unica per Europa e America, debutterà a Orlando in occasione del prossimo World Education Congress). Nel frattempo, un gruppo di esperti costituito da MPI Foundation sta sviluppando una serie di libri di testo di introduzione e approfondimento ai Meeting and Business Event Competency Standards per corsi di studio di due, tre e quattro anni. Questi libri usciranno entro il 2011, e saranno di certo un grande successo.



Dal ROI al BVOM

BVOM sta per **Business Value Of Meetings**. È un nuovo indice di cui MPI International sta definendo i presupposti scientifici e statistici. Per il tramite dell’agenzia *Association Insights* ha condotto uno studio presso un campione di 215 professionisti provenienti al 55% dagli Usa, al 32% dall’Europa, al 7% dal Canada e al 5% dall’Asia, e variegati per influenza: 9% locale, 62% regionale, 29% internazionale. Trasversali gli ambiti professionali: solo il 21% afferisce all’industria meeting, mentre gli altri lavorano nel tecnologico (13%), healthcare (11%), farmaceutico (10%), finanza (7%), consulenza (6%), manifatturiero (5%), travel & tourism (4%) e, in percentuali minori, in una ventina di altri settori: formazione, energia, ingegneria, event design & production, legal, marketing, marketing & events, trasporti (2%), pubblicità, agricoltura, salute, animazione, audiovisivi, edilizia, convention & exhibition, destination management, intrattenimento, sport, editoria (1%).

Da questa indagine è emerso che il BVOM è cosa diversa da – quantunque spesso scambiata per – ROI e ROO, ad dove il primo segna la percentuale di guadagno o la perdita da un evento e il secondo rappresenta, sempre in percentuale, un possibile esito dell’evento in termini di formazione o di *content retention*. Esso (a parità dei suoi metodi di calcolo e dei suoi usi) varia argomentatamente a seconda del tipo di meeting. Ma un tratto comune c’è: è sempre considerato **indice del contributo dell’evento al successo del committente**, contributo che raramente viene espresso da ROI, tranne per gli eventi che hanno come obiettivo l’incremento del fatturato o la stipula di contratti di vendita.

Anche la definizione varia a seconda del settore o dell’area geografica. A cuni comparti, come il medico e il farmaceutico, hanno grigie e i professionisti per definire il BVOM. I valori delle fiere, per esempio, divergono moltissimo da quello degli eventi motivazionali, i quali, a loro volta, hanno un BVOM differente da quello dei viaggi d’incentivazione e dei meeting per la forza vendita. In Europa, dove le aziende fanno ampio ricorso all’*outsourcing* (cioè si affidano a un’event agency spesso anche quando hanno un meeting planner



interno), il calcolo e il reporting del BVOM sono usati come strumenti strategici da parte di queste agenzie. Agevolate dal fatto che le aziende, in gran parte, non calcolano neppure il ROI degli eventi, le agenzie e gli *independent professional* fanno frequentemente uso di indici statistici per dimostrare e validare la propria competenza nella pianificazione e nell’organizzazione di eventi. Uno sforzo che spesso, peraltro, si scontra con la difficoltà di farsi ascoltare, essendo questo un linguaggio che molte imprese non comprendono. È difficile trovare un *key performance indicator* capace di riflettere i numerosi aspetti di successo di un evento. Anche a ciò, probabilmente, si deve la nascita del BVOM.

I clienti domandano soprattutto di giustificare i costi, è vero, ma molti sono anche in cerca di un aiuto per far comprendere al senior management i valori del meeting. Non capiscono appieno le tecniche per isolare il BVOM e comunicarlo in termini di valore. È la percezione di questa complessità (unitamente ai costi da dover giustificare) spingono molti planner a evitare il calcolo tout-court.

La diversità delle opinioni su questo nuovo indice e i vantaggi, d’altro canto, che scaturiscono da una sua corretta misura hanno indotto MPI a produrre un toolkit per fare chiarezza, in particolare per: a) contestualizzare la diffusa convinzione che il BVOM subentrerebbe solo quando si teme un ROI piccolo; b) spiegarne i valori al senior management; c) definirne obiettivi ed estensione; d) razionalizzare i modi più significativi per misurarlo; e) analizzarne e riassumerne i dati.

I soci possono scaricare **gratuitamente** a ricerca da sito www.mpiweb.org.

IL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO 2011-2012

Paola Casentini	Presidente	Motivation m.i.c.e.
Angelina Domina	Immediate Past President	Atahote s
Gaetano Sciatà CMP	President-e ect	3E4U
Matteo Donini	VP Communication	Teknocomgress
Patrizia Pasolini	VP Finance	Gruppo Symposia
Olimpia Ponno	VP Membercare membership	O.Ponno hospitality & meeting industry
Ivana Termine	VP Sponsorship	Fininvest Congressi
Pier Andrea Tosetto	VP Student & director events	Androidea
Mike van der Vijver	VP Education	ITIM Internationa

*Al Board si affiancano **Emilio Milano**, responsabile Global Growth, e i "paid staff" **Marilena Caruso** (segreteria esecutiva) e **Stefano Ferri** (media relation manager).*

ISCRIVITI A MPI

MPI (Meeting Professionals International) è un'associazione internazionale che riunisce o tre 22.000 professionisti di convegni (corporate e independent planner e fornitori) riuniti in 71 capitoli e club di 60 differenti paesi assicurando i più alti standard qualitativi e impegnandosi nello studio del settore, nella comunicazione e nell'aggiornamento e formazione dei propri associati. MPI Italia è il primo capitolo nato in Europa e conta oggi 303 soci.

MPI ITALIA CHAPTER RINGRAZIA GLI SPONSOR DELL'ASSEMBLEA

SILVER sponsor



BRONZE sponsor

teknocongress | One Stop Shop!



COLONNA RESORT
COLONNA BEACH HOTEL & RESORT
PORTO CERVO - CALA GRANU
5 ★★★★★

