

IAPCO: COME GESTIRE LA CRISI

Iapco (www.iapco.org) è assolutamente convinta che la crisi rappresenti un processo dinamico che fa scaturire opportunità: è quello che è emerso dalla presentazione "L'interazione face-to-face spinge verso l'alto l'economia mondiale".

I dati dell'associazione dimostrano che i meeting continuano a essere un importante elemento della crescita economica e quindi il valore strategico di questo comparto risulta evidente. «Un evento permette di creare un'esperienza d'incontro diretto: la reale opportunità di espandersi e di fare comunicazione su un marchio, una nuova tecnologia, una nuova ricerca. I meeting hanno una valenza strategica perché sono parte del marketing mix aziendale» afferma Patrizia Semprebene Buongiorno, presidente di Iapco.



SITE ITALY SALE SUL RING



Site Italy (www.site-italy.com) lancerà il prossimo 4 novembre a Roma un nuovo format. The Ring, un'idea inconsueta che permetterà ad aziende clienti e incentive house di "scontrarsi" su un quadrato che ironicamente ricorderà appunto i ring pugilistici all'insegna della totale franchezza. Si alterneranno interventi di corporate incentive manager insoddisfatti di esperienze in outsourcing, di agenzie deluse da una clientela a loro dire insensibile al valore aggiunto dell'incentivazione, ma anche di professionisti soddisfatti (da questa come dall'altra parte della barricata) e semplicemente desiderosi di esternare il proprio compiacimento.



MPI VERSO IL 2010

Con cento iscritti, si è tenuta lo scorso 4 luglio, presso l'Hotel Santa Tecla Palace di Acireale (Ct), la 18esima assemblea nazionale di Mpi Italia (www.mpiweb.it), consueto appuntamento annuale del capitolo, che, oltre ad avere un ricco calendario e a prevedere numerosi interventi, ha accolto il neo presidente Federico Toja. Nel suo discorso di insediamento, Toja ha anticipato alcuni degli obiettivi della sua presidenza: «Aumentare la membership soprattutto corporate, sviluppare relazioni in partnership con la stampa specializzata, informazioni ad hoc sui vantaggi dell'associarsi, un programma di incentivi sulla quota annuale per chi porta nuovi soci e lo sviluppo di eventi locali innalzare il livello dell'education con seminari di rilevanza nazionale da declinare poi a livello locale, con workshop online a livello internazionale; iniziare un

programma di partnership tramite accordi di medio termine per creare sinergie; continuare i programmi della presidenza precedente, come i comitati green e student e l'Ambassador program, nonché avviare di nuovi, come il comitato leadership, volto alla ricerca e alla formazione dei nuovi leader» ha spiegato. «Abbiamo concluso un anno difficile, trascorso all'insegna della recessione – ha dichiarato l'Immediato Past President Sergio Moscati – ma che grazie al gioco di squadra ci ha visti mantenere gli stessi numeri del 2007-2008, addirittura incrementando la partecipazione agli eventi Education e Global Growth».

