

MONDO ASSOCIATIVO

Federcongressi

A fine anno scade il secondo mandato – non rinnovabile – del presidente Adolfo Parodi. Le associazioni appartenenti a Federcongressi stanno nominando ciascuna i propri candidati alla carica ed entro giugno l'assemblea dei delegati eleggerà il presidente per il biennio 2009-2010. Il nome verrà annunciato il 5 luglio a Perugia, nell'ambito dell'assemblea generale di MPI Italia.



Intanto, nel contesto dello scorso Expocon organizzato da Palariccione, Federcongressi ha tenuto il convegno relativo al fenomeno delle aggregazioni nel settore congressuale, che sta muovendo i primi passi. L'Italia, pur registrando una positiva crescita dell'attività internazionale entro i propri confini, continua a restare ai margini del processo di globalizzazione dell'industria. «Il posizionamento congressuale dell'Italia – ha spiegato Attilio Gardini, ordinario di econometria presso la Facoltà di Scienze Statistiche dell'Università di Bologna – è pressoché nullo. Il nostro Paese ospita congressisti dall'estero in numero inferiore ai congressisti italiani che partecipano a eventi oltre frontiera. Una situazione paradossale, dovuta

senz'altro anche alla frammentazione del comparto, che impedisce un incremento delle performance, ma non è risolvibile con un semplice processo di aggregazioni: la globalizzazione richiede sì l'unione o la sinergia delle piccole imprese, ma anche la disponibilità di "massa critica", cioè innovazione e capitali. I vantaggi potenziali di un'aggregazione sono molti: si va dall'incremento del fatturato alla riduzione dei costi e a varie altre agevolazioni finanziarie».

FEDERCONGRESSI

AIMP

Carlo Gaeta, presidente AIMP Concommercio, è entrato nel comitato esecutivo di Federcongressi in seguito all'ingresso dell'associazione nella federazione.

Il nuovo comitato esecutivo di Federcongressi è ora composto da: Adolfo Parodi (presidente), Massimo Fabio (vicepresidente) di Italcongressi-PCO Italia (Confindustria), Stefania Agostini di Meet in Italy, Ugo Canonici di SITE Italy, Carlo Gaeta di AIMP (Concommercio), Mariella Glorioso di APICEF, Emilio Milano di MPI Italia



AIMP

MPI

Firenze, Roma e Venezia sono state le ultime tappe del programma Education e Global Growth 2007/2008. Sono stati 3 eventi di ampio respiro, che hanno concluso le attività di education di inquadramento territoriale di MPI Italia per l'anno sociale.

L'UNA Hotel Vittoria di Firenze ha ospitato il seminario "Donna e formazione", che si collocava nell'ambito del Woman Centric Program, da sempre uno dei cavalli di battaglia dell'associazione a livello mondiale.

Importante soprattutto per l'Italia, dove le donne occupate sono appena il 49% della popolazione. In questo seminario, attraverso il contributo di professionisti appartenenti alla meeting industry, sono stati analizzati i successi e gli ostacoli incontrati dalle donne nel loro percorso professionale e formativo. Ben 40 i partecipanti – non solo donne – e notevoli gli apprezzamenti ex post. Un risultato straordinario, se si considera la redemption molto bassa che eventi di questo tipo facevano segnare appena due anni fa.

La città del gusto di Roma è stata invece teatro dell'evento "Food & Beverage, nuove strategie per una professionalità d'avanguardia e per una maggiore competitività sul mercato interculturale". La riuscita di un evento dipende al 50% dalla percezione che i partecipanti hanno rispetto a organizzazione, qualità e servizi della ristorazione, ma i costi del Food & Beverage incidono sensibilmente sul budget e mettono a dura prova la reputazione del meeting professional. La nuova sfida per planner e supplier diventa quindi quella di saper gestire con successo e in sinergia questi aspetti, affrontando la complessità di abitudini, usi e costumi di una clientela sempre più internazionale e dalle molteplici esigenze. Musica e arte nella comunicazione è stato invece l'argomento dell'evento organizzato nella città di San Marco, cui hanno partecipato 70 persone. MPI, nella fattispecie, ha convocato un vero direttore d'orchestra, il Maestro Stefano Michelangelo Lucarelli, per illustrare come anche nel settore della comunicazione sia possibile trasferire la forza persuasiva e incisiva dell'esperienza musicale e artistica.

MPI

