

modus operandi

La Riviera di Rimini per i vostri eventi:
 CBRR, le strutture, i professionisti, il territorio

02/2009

Editoriale

A pochi mesi dalla prossima apertura del nuovo Palacongressi di Rimini e a un anno esatto dall'inaugurazione di quello di Riccione, Convention Bureau ritorna a voi con il nuovo numero di *Modus Operandi*, il nostro house organ. Nell'edizione di primavera vi proponiamo non solo le case history degli eventi più rappresentativi fra quelli che abbiamo curato, ma anche una sintesi della nostra attività di questi ultimi mesi.

Come leggerete, abbiamo dedicato ampio spazio a un'iniziativa che, con nostro immenso piacere, è stata accolta con favore dai buyer inglesi e che intendiamo riproporre anche su altri mercati: la presentazione a Londra del territorio di Rimini e delle trasformazioni che lo stanno coinvolgendo e che ne faranno una destinazione sempre più interessante per gli eventi internazionali.

Non voglio qui entrare nei dettagli della Promotional Night di Londra, li troverete nelle pagine di *Modus Operandi*. Ma vorrei porre l'accento sul percorso intrapreso dal Convention Bureau della Riviera di Rimini. Quello, appunto, dell'internazionalizzazione: è la nostra grande scommessa.

Da tempo, perché è tra gli obiettivi di un Convention Bureau, abbiamo cominciato a guardare al mercato internazionale e a individuare gli strumenti e le strategie per farci prima conoscere e poi affermarci fuori dai nostri confini come una destinazione attrezzata per il mondo degli eventi. Oggi siamo soci di ICCA-International Congress & Convention Association, di AIPC-International Association of Congress Centres, di ECM-European Cities Marketing. Siamo presenti sulle maggiori testate di settore estere e sono gli stessi giornalisti stranieri a chiederci di visitare il nostro territorio. Fam trip per i media e per i buyer, così come le sales week all'estero, sono una presenza fissa nel nostro calendario di attività.

Posso dire che oggi, finalmente, ci sentiamo "player", sentiamo di far parte della squadra che si muove sullo scenario internazionale.

La nostra è stata una crescita costante. Passo dopo passo. È stata, tengo a sottolinearlo, una crescita lenta, perché crediamo che per penetrare nei mercati esteri non esistono scorciatoie. Ci sono invece passaggi tecnici ineludibili da seguire per conoscere e farsi conoscere dai diversi mercati. Processi che hanno bisogno di tempi medio-lunghi per consolidare la propria presenza. Poiché è un percorso in cui è necessario acquisire saperi e informazioni, abbiamo individuato e creato noi stessi occasioni in cui incontrare i meeting planner, PCO, consulenti, giornalisti, i professionisti della meeting industry.

Penso che oggi in Italia un operatore che decide di internazionalizzarsi dimostri indubbiamente coraggio: nel nostro paese non abbiamo un passato che ci aiuta o strade già tracciate da seguire. Il riferimento per noi potrà essere il Convention Bureau nazionale, nel quale i Convention Bureau locali avranno un ruolo non solo nel definire strategie, ma anche nella gestione: vigileranno sulla qualità dei prodotti, monitoreranno perché venga sempre mantenuta quella promessa che i territori hanno fatto al mercato. Tutti i Convention Bureau sentono la responsabilità di questo ruolo. Noi siamo pronti ad accettare la sfida, perché siamo convinti che il settore dei congressi per la Riviera di Rimini non è un settore occasionale, ma strutturale e strategico. Questa consapevolezza è necessario che sia condivisa da tutte le componenti del territorio. Il nostro lo ha dimostrato, con gli investimenti consistenti fatti nei palazzi dei congressi e nella modernizzazione.

Così, quando entro breve la Riviera di Rimini offrirà alla meeting industry ben due grandi palazzi dei congressi, diversi e complementari fra loro, inseriti in un sistema di accoglienza di qualità, accanto a Convention Bureau sarà tutta il tessuto produttivo e economico del territorio, con le istituzioni e i cittadini, ad accogliere, uniti e compatti, i congressisti non solo italiani ma di tutto il mondo.



Stefania Agostini
 Direttore
 Convention Bureau
 della Riviera di Rimini

Il Palacongressi prende forma



Quello del nuovo Palacongressi di Rimini è un cantiere in rapido e continuo movimento. Anzi, più che di un solo cantiere si tratta di tre diversi grandi cantieri, perché il Palacongressi fa parte di un progetto complessivo che prevede anche la riqualificazione dell'area verde e l'adeguamento della viabilità. I tre cantieri operano contemporaneamente e in sintonia sul territorio cittadino: quello del Palacongressi, quello per il rifacimento della strada e la viabilità e quello per il grande parco che si trasformerà nel "raggio verde" fino al mare.

La struttura cresce e prende forma giorno per giorno, tanto che il cantiere del nuovo Palacongressi è meta di visite guidate. In aprile, le autorità e la stampa locale. Da poco, una delegazione di sindaci svedesi e la visita organizzata per l'Ordine degli architetti di Rimini.

In linea con la tabella di marcia

La tempistica stabilita, che prevede l'inaugurazione entro la fine del 2009, è rispettata. Lo scheletro della struttura è completo per oltre il 70% su un totale di cinque solai. L'impresa costruttrice, la Cofathec (Gruppo GDF Suez Servizi Energia) sta procedendo con le parti in cemento armato e in carpenteria metallica e con l'impiantistica. Sono già stati realizzati i due piani sotterranei che accoglieranno il parcheggio da 500 posti e il tunnel per le auto che lo collegherà al parcheggio dell'Auditorium della Musica (apertura prevista per il 2012), per complessivi 1.000 posti auto.

Sono proseguiti, di pari passo, i lavori di competenza del Comune di Rimini, che ha completato la strada che costeggia il nuovo centro congressi: pavimentata, con nuovi marciapiedi, una nuova illuminazione e una pista ciclabile.

"Rimini: un esempio da seguire"

In marzo il progettista del nuovo Palacongressi, l'arch. Volkwin Marg, dello Studio GMP di Amburgo (nella foto in alto, a sinistra, con il presidente di Rimini Fiera Lorenzo Cagnoni), che a Rimini ha firmato il nuovo quartiere fieristico inaugurato pochi anni fa, era al cantiere per incontrare i responsabili dei lavori. E per visionare personalmente i campioni di materiali che caratterizzeranno il centro congressi dal punto di vista estetico: come le pavimentazioni, le lastre di vetro che ricopriranno a conchiglia da 1.600 posti, e quelle per il lucernario del foyer. Per valutarne l'effetto finale è stata anche montata una sezione di parete esterna.

Soddisfatto della visita, che ha definito "una trasferta molto positiva", l'arch. Marg ha aggiunto: "I materiali di elevata qualità testimoniano che l'Italia in questo campo non teme confronti." Ma, soprattutto, il progettista tedesco ha voluto sottolineare la sua meraviglia e apprezzamento per "quello che sta accadendo a Rimini". "È da prendere ad esempio," ha detto, "a livello non solo italiano, ma internazionale: tutto procede secondo

la visione iniziale e in pochi mesi è stato fatto quello che altrove richiede i tempi di una generazione. Rimini sta riuscendo a riqualificare un suo intero quartiere con interventi sincronizzati e di alta qualità, procedendo contemporaneamente alla costruzione del Palacongressi, alle opere stradali, alla riqualificazione del verde e alla costruzione del tunnel sotterraneo. In questi tempi, è quasi miracoloso."

Obiettivo: flessibilità degli spazi

Nazario Pedini, direttore tecnico di Rimini Fiera (nella terza foto, sulla destra, con l'architetto Eduard Mijic) è il responsabile del coordinamento dei lavori, dalla progettazione fino a quando il nuovo Palacongressi sarà pronto. Riminese, laurea in Economia del turismo, gli anni di lavoro a Rimini Fiera e al Palacongressi gli hanno insegnato molto su cosa il cliente deve trovare in una sede congressuale.

"Abbiamo puntato sulla massima flessibilità. È sempre stata il nostro punto di forza, che ci ha permesso di soddisfare nell'attuale Palacongressi le più diverse tipologie e dimensioni di eventi. La nuova struttura è stata progettata partendo da questo presupposto. Tutto potrà essere posizionato dove richiede l'evento e secondo il risultato che si vuole ottenere: le sedie, il palco, l'impianto audio e video, il controllo luci."

Per garantire questa flessibilità, tutto il nuovo Palacongressi sarà cablato. "Potremo allestire nello stesso spazio, secondo la necessità, una sala da 500 posti o una da 5.000. E le tecnologie seguiranno senza alcun problema le esigenze dell'organizzatore. Oggi più che mai costruiamo l'evento su misura del cliente, grazie alla rete dati e alla progettazione attenta di ogni aspetto del lavoro."

Per la traduzione simultanea, ad esempio, ogni singola cabina potrà tradurre per qualsiasi sala. Le cabine sono dotate di monitor che permettono all'interprete di vedere sia il relatore sia le immagini che i congressisti stanno guardando in sala.

Negli investimenti per il nuovo Palacongressi una voce importante è costituita dalla rete dati: "La predisposizione è capillare, possiamo montare le attrezzature in qualsiasi punto. Anche la regia generale del Palacongressi è un punto nevralgico: tutto passa di lì. Ogni sala, poi, ha anche una propria regia, e tutte sono collegate."

Continua Pedini: "Abbiamo scelto in ogni settore e per ogni aspetto il meglio di quanto offre il mercato. Il nuovo Palacongressi di Rimini è un'opera in cui la qualità delle finiture sarà un elemento fondamentale come i rivestimenti in legno, le pavimentazioni. L'arch. Marg ne ha tenuto conto fin dal momento della progettazione. Ha dato la priorità ai materiali naturali. Abbiamo posto la massima attenzione nella scelta delle tecnologie più avanzate. Ma altrettanto in quella degli arredi, come Moroso e Poltrona Frau, leader nel settore, perché anche l'aspetto estetico nel nuovo Palacongressi ha un'importanza di primo piano."



Profilo del nuovo Palacongressi

Il nuovo Palacongressi di Rimini sorge su un'area di 38.000 mq, dove fino al 2001 si trovava il vecchio quartiere fieristico, di fronte all'attuale Palacongressi.

La Società del Palazzo dei congressi controllata da Rimini Fiera gestisce la costruzione e resterà proprietaria dell'immobile. Promozione, commercializzazione e gestione della struttura sono curate da Convention Bureau della Riviera di Rimini (Gruppo Rimini Fiera).

Il progetto è dell'arch. Volkwin Marg, Studio GMP di Amburgo, una delle 15 maggiori firme dell'architettura contemporanea mondiale. Referente per lo Studio GMP, l'arch. Eduard Mijic. Nazario Pedini, direttore tecnico di Rimini Fiera, è coordinatore progettazione e realizzazione. Il progetto del verde è firmato dall'arch. Andreas Kipar dello Studio Land, Milano.

Il Palacongressi sarà costituito da due corpi principali per complessive 42 sale e 9.300 sedute. Avrà tre ingressi, un auditorium ad anfiteatro da 1.600 posti a poltrone fisse, divisibile in due; una sala plenaria per 4.700 congressisti (suddivisibile fino a 8 sale autonome), foyer d'ingresso da 4.000 mq, 1.000 posti auto interrati, un terminal per 10 bus.

L'area sarà presto totalmente trasformata: un grande parco con gazebo e panchine, la valorizzazione del laghetto della cava, un ponte realizzato nella stessa pietra del centro congressi e nuovi percorsi ciclo-pedonali. I suoi punti di forza saranno in particolare la flessibilità di utilizzo, la possibilità di ospitare numerosi eventi in contemporanea, la modularità degli spazi.

Il meglio nasce dall'esperienza

"Lavorando per anni al fianco di clienti, partner e fornitori negli eventi che si sono svolti al Palacongressi di Rimini," spiega Annalisa Giannini, coordinatore commerciale di Convention Bureau, "sappiamo quali sono le caratteristiche più qualificanti di

Attuale Palacongressi

Garanzia di allestimenti personalizzati come in un set cinematografico

Possibilità di allestimenti e cambi sala veloci e efficaci

Facilità di accesso, scarico e montaggio

Possibilità di aggancio a soffitto incrementata negli anni per le esigenze dei clienti

Collegamento delle sale con cavi audio, video e dati

Sale plenarie e salette dotate di impianti di traduzione simultanea

Possibilità di lavori in contemporanea

una sede congressuale, quelle che ne determinano l'eccellenza." Sviluppate fin dalla fase di progettazione, grazie alle tecnologie e alla tecnica, le eccellenze dell'attuale Palacongressi saranno ancora di più i punti di forza del nuovo Palacongressi di Rimini. Qualche esempio:

Nuovo Palacongressi

Arredi e tecnologie mobili per la personalizzazione degli eventi

Arredi dotati di sistemi di posizionamento, messa in sicurezza e stoccaggio rapidi e altamente funzionali

Possibilità di accesso per bilici fino al palco per lo scarico e gli allestimenti in aree monoplanari

Dotazione, già in fase di progettazione, di un reticolo a soffitto con punti di aggancio per tecnologie e scenografie

Sistema di interconnessione a maglia che permette la trasmissione dei segnali da ogni sala a qualunque spazio

Cabine per la traduzione simultanea con doppio monitor per la perfetta visibilità del relatore e dei contributi video sugli schermi.

Collegate alla super regia

Suddivisione degli spazi con veri e propri "muri" altamente isolanti per permettere in contemporanea eventi anche di diversa tipologia in spazi adiacenti

CBRR e Palacongressi: dove e quando

Fiere. Anche quest'anno Convention Bureau è presente ad IMEX nello stand Italia dell'ENIT. Doppia postazione: una come CBRR, gratuita a seguito del premio IFE 2008 vinto nella categoria "Piano di rilancio e marketing", l'altra come Palacongressi di Rimini. Nello stand Italia è presente anche il nuovo Palazzo dei Congressi di Riccione, inaugurato un anno fa. (Imex, Fiera di Francoforte - 26/28 maggio 2009 - Hall 8, Stand 400).

Successivamente, oltre che all'EIBTM di Barcellona e a BTC di Roma, parteciperà in novembre all'Assemblea generale di ICCA, che si svolge a Firenze. Per questa occasione ospiterà un pre-tour nella Riviera di Rimini finanziato con il progetto regionale MICE.

Workshop. In Italia CBRR è presente ai workshop ExMeetEx, organizzati da Meet in Italy, con calendari di appuntamenti prefissati. È stato a Nova Yardinia nell'ottobre 2008, sul lago di Como in marzo.

Sarà a Napoli in autunno. Parteciperà inoltre al Full Contact Large Events organizzato da Ediman a Riccione il prossimo ottobre.

Associazioni internazionali. "L'anno scorso," spiega Federica Lucini, coordinatore marketing e promozione di CBRR, "abbiamo partecipato con

il Comune di Rimini al Leisure Forum e al workshop City Break dell'ECM-European Cities Marketing, a Belgrado. Quest'anno stiamo completando l'iscrizione anche come Convention Bureau e in giugno saremo sia al Business Forum che al City Break a Göteborg, in Svezia. "Inoltre," aggiunge, "il Palacongressi è ora socio di AIPC, l'International Association of Congress Centres."

Eventi associativi. Nei mesi scorsi Convention Bureau ha partecipato anche agli eventi associativi per la possibilità di incontro con i colleghi italiani e stranieri e per i seminari di qualità. Era all'EMEC di MPI a Torino. E all'Assemblea generale di ICCA, in novembre a Vittoria (Canada), dove CBRR ha messo in palio un soggiorno per 2 notti durante un evento di grande successo, la Notte Rosa, in luglio, quando tutta la Riviera di Rimini è in festa. Nel 2008 aveva offerto un soggiorno che comprendeva il Moto GP all'Autodromo di Misano e sosta al Riviera Golf Resort.

In aprile Convention Bureau ha partecipato alla 2ª Convention di Federcongressi a Genova, alla quale il nuovo Palacongressi ha aderito come sponsor. CBRR sarà il 4 e 5 luglio alla 18ª Assemblea di MPI Italia Chapter ad Acireale, Catania. Dal 4 all'8 di luglio parteciperà per la prima volta alla Conferenza annuale di AIPC a La Coruña e, sempre in Spagna, sarà a Malaga il 9/11 luglio per l'ICCA Research, Sales & Marketing Programme.



Al nuovo Palacongressi, l'assicurazione è su misura

"Zurich, la compagnia con cui Rimini Fiera ha assicurato i lavori di costruzione del nuovo Palacongressi, per noi non è solo un fornitore, ma anche un partner," dice Nazario Pedini, direttore tecnico di Rimini Fiera. "La nostra collaborazione è iniziata diversi anni fa."

La compagnia garantisce le coperture relative all'attività fieristica anche per gli eventi organizzati all'estero, fornisce le coperture assicurative alle società del Gruppo Rimini Fiera e propone polizze su misura agli espositori.

Oggi la copertura di Zurich è arrivata anche al nuovo Palacongressi. E presto agli organizzatori di eventi.

"Ci siamo rivolti a Zurich anche per il nuovo centro congressi perché crediamo in questa società," prosegue Pedini. "Non ci fornisce solo un servizio, ma è presente nel momento in cui c'è da risolvere un problema."

Un network internazionale

Zurich Italia fa parte di un gruppo nato nel 1872 e presente in 170 paesi, con sede centrale a Zurigo. È questo il suo punto di forza: essere un network internazionale che crede e fa tesoro dello scambio di esperienze. La tesi di Zurich è che oggi anche le coperture assicurative si evolvono: Zurich affianca al risarcimento i servizi all'assicurato. La polizza viene costruita su misura: già lo fa a Rimini Fiera per gli espositori. Presto lo farà anche per gli organizzatori di eventi al nuovo Palacongressi.

Spesso i clienti sono certi di avere già la copertura utile, e non sanno che invece a volte è limitata. Altri clienti non pensano che possano esistere coperture per servizi diversi e sono sorpresi quando Zurich gliela propone. Il motto della compagnia è proprio quello di dire che aiuta il cliente a pianificare l'impensabile.

Di recente ha lanciato "Zurich HelpPoint", un concetto di servizio che si basa sulla centralità del cliente. La politica della società a livello mondiale, infatti, è di indirizzarsi sempre di più verso le esigenze della clientela. La pone al centro della sua consulenza professionale.

Spiega Paola Lunghi, Responsabile Communications di Zurich: "È una strategia già presente in molti settori, ma non così strutturata nel campo assicurativo. Zurich invece non si limita a stipulare polizze, ma si preoccupa del cliente, affiancando ai servizi assicurativi tradizionali altri servizi, che valuta e concorda con lui."

Oggi Zurich tutela, oltre che la Fiera di Rimini, i lavori di costruzione del nuovo Palacongressi. E la copertura prosegue, una volta completata la struttura, per i prossimi dieci anni. Quando il Palacongressi sarà aperto, la compagnia assicuratrice proporrà polizze su misura anche a chi lo sceglierà per organizzare eventi.

L'organizzatore di un congresso o convention, così come l'espositore di una manifestazione, da solo non sarebbe in grado di sostenere il costo di una polizza articolata e su misura per lui come quella proposta da Zurich, che può offrire soluzioni adeguate e accessibili, grazie agli accordi che da anni ha con il Gruppo Rimini Fiera.

Il gruppo Zurich Italia è attivo da oltre un secolo. Oggi ha 1.200 collaboratori, 730 agenti assicurativi, 1.900.000 clienti fra cui 80.000 aziende.

Opera nel campo assicurativo, nelle aree della protezione (polizze danni), del risparmio e della previdenza (polizze vita e fondi pensione).

Zurich Italia fa parte di Zurich Financial Services, presente in Nord America, America Latina, Europa e nell'area Asiatica.

Pronti ad aiutarti con nuovi spazi per far crescere
in sicurezza il tuo business



Il Gruppo Zurich è il partner assicurativo del nuovo palacongressi di Rimini

Zurich tutelerà il nuovo palacongressi durante tutti i lavori di costruzione e per i prossimi 10 anni.

La struttura è la più grande del nostro Paese, con 42 sale dotate delle più moderne tecnologie, 9.300 posti e una sala principale capace di accogliere fino a 4.700 ospiti. Per il tuo business sarà un successo assicurato. Con Zurich.

Per maggiori informazioni puoi rivolgerti all'agenzia Zurich di Rimini:
Bernardi Assicurazioni S.r.l. via Flaminia, 80 - 47900 Rimini.
Tel: 0541-393 477 - email: rn003@agenziaturich.it

Siamo pronti a proteggere il tuo mondo

 **ZURICH**®

Because change happenz™

Nasce dal Piano strategico la Rimini di domani



Gli Ambasciatori della Riviera di Rimini

Il Club degli Ambasciatori della Riviera di Rimini è un'iniziativa di CBRR. Conta più di cento membri e continua a crescere (foto a destra).

"Gli Ambasciatori sono 'personalità' del territorio, che ricoprono ruoli chiave nei rispettivi ambiti," spiega Elena Marani, project leader di CBRR. "Sono portavoce del territorio per promuoverlo come destinazione di congressi ed eventi. E Convention Bureau sta al loro fianco."

Oggi nelle associazioni e in azienda, in Italia e all'estero, chi deve organizzare un congresso sa che se dà fiducia a un Ambasciatore della Riviera di Rimini, fin dal primo momento potrà contare sulla professionalità di CBRR.

Le iniziative di Convention Bureau per i suoi Ambasciatori si susseguono: la cena ufficiale, lo scorso luglio, per illustrare le potenzialità del progetto; la presenza nel sito web di CBRR, anche con un'area riservata; la newsletter periodica per i soci; il logo del Club che possono utilizzare nelle loro comunicazioni. Sta per uscire anche un manuale operativo, il Vademecum.

Prima di tutto, definire una visione condivisa del futuro di Rimini e del suo territorio. Quindi elaborarne le direzioni di sviluppo. E infine, i progetti per attuarla. È l'obiettivo a cui lavora il "Forum per il Piano strategico", che vede impegnate da un anno oltre trecento persone appartenenti alle sessanta organizzazioni e associazioni che fanno parte del Forum: tutte quelle, cioè, che hanno voce sul territorio, nei più diversi settori, da economia a cultura, arte, sport, creatività, trasporti, sindacati dei lavoratori, ordini professionali.

Sono stati Comune e Provincia di Rimini, Camera di Commercio, Fondazione Cassa di Risparmio di Rimini a istituire nel novembre 2007 il Comitato Promotore del "Piano Strategico" del Comune di Rimini.

Raccomandata anche dall'Unione Europea, la programmazione strategica del territorio si basa sulla partecipazione attiva della comunità locale in tutte le sue articolazioni. Il primo passo è stato quindi la costituzione dell'associazione Forum del Piano strategico. E poiché la progettazione è basata sul lungo periodo, si è stabilito di lavorare per i prossimi vent'anni. Da qui il nome che il Forum si è dato: "Rimini Venture 2027".

Maurizio Ermeti (nella foto in alto, il primo da sinistra), imprenditore alberghiero, vicepresidente di Rimini Fiera, per dieci anni a capo dell'associazione albergatori della provincia di Rimini, ne è il presidente. Spiega: "Lo scenario a cui il territorio ha fatto riferimento nel suo progetto di crescita è cambiato rispetto al passato. Oggi i territori devono organizzarsi per governare processi di innovazione radicali nel medio-lungo periodo: per essere in grado di rispondere alle sfide imposte dalle dinamiche globali."

Il Piano strategico di Rimini è un percorso di programmazione che parte dall'individuazione di assi di sviluppo, ciascuno dei quali è articolato in progetti. Il Forum ha messo a fuoco tre assi principali - la città accogliente e attrattiva, la città internazionale a forte identità relazionale, la città sostenibile e innovativa - da cui sono derivati otto obiettivi strategici sui quali il territorio di Rimini può esprimere le proprie eccellenze. Prosegue Ermeti: "Ognuna delle associazioni aderenti ha dato il suo contributo. Insieme sono stati individuati gli elementi di forza del territorio, tenendo conto di uno scenario di competizione nazionale e internazionale molto alto."

E continua: "Fino ad oggi la programmazione era compito solo delle amministrazioni, ma le scadenze

quinquennali potevano provocare il pericolo di una mancanza di continuità, con grande dispendio di energie e di risorse. Se invece il percorso di sviluppo viene costruito da tutte le forze che hanno un ruolo sul territorio ed è condiviso dalla collettività, verrà portato avanti con maggiore facilità dagli amministratori locali e la continuità dei progetti sarà raggiunta più agevolmente."

Partecipazione convinta

Trecento persone con il contributo di esperti nelle specifiche aree di interesse, otto gruppi di lavoro ("laboratori di idee") e più di cento riunioni per "trasformare in azioni gli obiettivi strategici". "Il periodo di crisi che stiamo vivendo ci mette di fronte a un futuro incerto. Non si può vivere di rendite di posizione e non si può stare a guardare e aspettare. Essere nel Forum significa riflettere insieme per sapere bene cosa fare quando l'economia mondiale inizierà un nuovo ciclo."

Il Comune di Rimini ha messo a disposizione i locali per uffici e incontri. E Convention Bureau e il suo direttore Stefania Agostini (nella foto a fianco, la seconda da destra), che è portavoce di uno dei gruppi di lavoro, hanno dato la disponibilità del Palacongressi ad ospitare le riunioni, facendone un punto di riferimento per il Forum.

Ora il lavoro prodotto dai singoli gruppi sarà trasformato in un documento dal Comitato di coordinamento, per essere presentato e discusso a livello cittadino con momenti di confronto pubblici, dove ognuno potrà dare il proprio contributo. Il progetto finale conterrà le linee guida degli interventi da effettuare sul territorio e verrà in autunno proposto ai Consigli comunale e provinciale per l'approvazione. Il compito del Forum non finisce qui. "Dovrà impegnarsi nel tempo per mantenere vivo il processo, per ricercare sponsor e finanziatori, per seguire le realizzazioni e il rispetto dei tempi. Continueremo inoltre a cercare anche nuove opportunità, perché il Piano strategico non è uno strumento rigido, ma adattabile al cambiamento dei tempi."

Conclude Ermeti: "Un lavoro come quello che sta facendo Rimini potrebbe essere utile all'intero Paese. Sarebbe il momento giusto per una riflessione profonda per capire come cambieranno l'Italia e il mondo. Programmare cosa ci sarà dopo questa crisi è determinante per scegliere i propri punti di eccellenza e svilupparli prima che lo facciano altri."



Rimini a Londra creando emozioni



Per la serata di presentazione al mercato inglese del nuovo Palacongressi di Rimini e delle novità della destinazione, a Londra il 12 marzo scorso, Convention Bureau si era proposto di trovare una formula originale e accattivante, che permettesse di trasmettere in modo efficace, ma nello stesso tempo con leggerezza, il messaggio da comunicare: la prossima apertura a Rimini di un grande centro congressi all'avanguardia e le trasformazioni in atto su tutto il territorio. Si trattava di presentare dunque una destinazione che sta diventando sempre più interessante per il mercato internazionale dei congressi e che non perde però le sue peculiarità: il calore umano e l'attenzione per l'ospite.

Ed ecco l'idea: "Let your 5 senses experience the new Palacongressi di Rimini": una cena in cui proporre ai buyer inglesi la scoperta del territorio in un viaggio attraverso i cinque sensi.

CBRR, in collaborazione con Julie Watterston - JWAssociates, ufficio di rappresentanza di Convention Bureau sul mercato inglese - ha scelto la location (un ristorante riminese nel centro di Londra) e selezionato gli ospiti fra le più importanti associazioni internazionali, enti pubblici e agenzie, in base a due caratteristiche: promotori di eventi con più di 500 partecipanti e che confermassero un sicuro interesse per l'Italia come destinazione.

"Lo scorso anno," racconta Coralie Delaubert, marketing e promotion executive di CBRR, "abbiamo presentato il nuovo Palacongressi di Rimini in Italia: un road show in cinque città, con serate in atmosfera calda e accogliente, basate non solo sulle nostre presentazioni ma anche sulla presenza di un attore romagnolo con uno spettacolo brioso e ironico. La nostra proposta è stata apprezzata e siamo riusciti a coinvolgere circa 600 tra organizzatori di eventi e operatori del settore. Anche per Londra volevamo trovare una soluzione diversa dal solito, che si facesse ricordare."

"Let your 5 senses experience the new Palacongressi di Rimini"

Londra, 12 marzo 2009

Dove: Tentazioni Restaurant, a Londra vicino a Tower Bridge, un locale riminese aperto dal 1997, rinomato per la cucina tradizionale italiana.

Quando: il 12 marzo, dopo che una insolita nevicata il 5 febbraio aveva bloccato la città e costretto CBRR a modificare all'ultimo momento la data. Nonostante questo slittamento, la partecipazione è stata superiore alle aspettative.

Gli ospiti: poco meno di quaranta buyer inglesi, rappresentanti di associazioni internazionali, aziende, agenzie. E giornalisti della stampa specializzata.

I padroni di casa: il presidente e il direttore di CBRR, Mauro Ioli e Stefania Agostini; Federica Lucini, coordinatore marketing e promozione; Annalisa Giannini, coordinatore commerciale; Monica Petermann, bid & research executive; Coralie Delaubert, marketing & promotion executive.

Chi: lo chef e proprietario del Tentazioni Restaurant,

Riccardo Giacomini. Alla base del successo del suo locale, la versatilità nella cucina e l'uso di ingredienti di prima qualità; il giovane pittore riminese esordiente Francesco Zavatta che con le sue opere ha reso più italiana l'atmosfera e che per Convention Bureau ha appositamente dipinto il quadro del nuovo Palacongressi di Rimini; il Coro Lirico Amintore Galli di Rimini diretto dal maestro Matteo Salvemini, interpreti Claudia Corbelli e Roberto Falcinelli, con alcune delle arie più suggestive dell'opera verdiana.

La serata: aperitivo di benvenuto, cena italiana, presentazione accompagnata da immagini del nuovo Palacongressi e del territorio. E a fine serata l'estrazione di un soggiorno nella Riviera di Rimini durante la Notte Rosa.

I 5 sensi: "Abbiamo coinvolto, con noi in questo viaggio, alcuni collaboratori indispensabili alla sua riuscita," ha detto il direttore di Convention Bureau, Stefania Agostini. "Per la vista, un giovane pittore che con le sue tele in mostra propone un suo sguardo sulla città; per il gusto, non avevamo che l'imbarazzo della scelta, perché la nostra terra è famosa nel mondo per prodotti e sapori che nascono dalla genuinità di una storia contadina; per deliziare l'udito, noi figli di una regione in cui la lirica ha sempre trovato un'attenzione particolare, abbiamo portato una selezione di brani del nostro patrimonio classico. Per i profumi, non potevamo portare a Londra l'odore della brezza del nostro mare e il profumo delle colline e abbiamo chiesto al nostro anfitrione, lo chef Giacomini, di farci sognare oltre che con i sapori anche con i profumi della cucina italiana. E per finire il tatto, con una piccola provocazione: un invito a compiere un gesto che da secoli contraddistingue la nostra terra, il piacere tattile di impastare acqua e farina per realizzare la piadina, il più semplice dei nostri cibi tipici."

Creatività e organizzazione riminesi

L'idea del viaggio attraverso i cinque sensi e la sua realizzazione sono il frutto della vivacità e dello spirito tipici della Riviera di Rimini. "Siamo stati molto fortunati," commenta Coralie Delaubert. "Insieme a JWA abbiamo trovato un ristorante riminese proprio nel centro di Londra, apprezzato per la sua atmosfera, per la cucina italiana e per l'originalità delle serate a tema che propone. Lo chef, Giacomini, è un vulcano di idee. A lui si deve la creazione del menù a base dei piatti più tipici della Riviera di Rimini, dall'antipasto al dolce. Compresa la proposta ai buyer inglesi di cimentarsi con la preparazione della piadina."

Anche la scelta del pittore è stata il frutto di una concomitanza di eventi. Giovane riminese, riconosciuto come esordiente di valore, Zavatta espone in una galleria di Londra. Lo ha scoperto e lo ha segnalato a Convention Bureau uno degli ospiti inglesi di un fam-trip che CBRR aveva organizzato tempo fa. Arrivato appositamente da Rimini insieme a Convention Bureau anche il Coro Galli, che è nato quindici anni fa e ha preso il nome dal teatro la cui bella





facciata ottocentesca si affaccia su piazza Cavour, per stabilire una continuità con la cultura lirico-musicale della città e che si è esibito in prestigiose manifestazioni musicali e teatri.

Con questa serata CBRR ha superato ogni sua aspettativa. Si era dato come obiettivo di coinvolgere 25 ospiti: sono stati 36, fra buyer e giornalisti. La formula ha superato l'esame e CBRR pensa di riproporla in altre città.

Da Rimini a Londra

Come ha annunciato nel suo saluto agli ospiti il presidente di CBRR Mauro Ioli (nella foto, in primo piano), "La nostra terra è famosa nel mondo soprattutto come località turistica balneare e per il divertimento, ma grazie alle istituzioni locali e anche a Convention Bureau, la Riviera di Rimini si sta trasformando in modo profondo, con molte innovazioni nella sua offerta, soprattutto nella meeting industry."

Ha detto Monica Petermann, bid & research executive di Convention Bureau nella presentazione agli ospiti: "Quello che vogliamo fare stasera non è 'vendervi' un centro congressi, ma farvi conoscere la nostra proposta di un nuovo centro congressi che nasce, circondato da un intero territorio con una forte vocazione per l'ospitalità."

Numerose le lettere di ringraziamento e congratulazioni ricevute da Convention Bureau.

Ha scritto Andrew Ingold, UK Trade and Investment: "Una serata allo stesso tempo molto gradevole e

ricca di informazioni. Ho apprezzato l'atmosfera creata dai brani d'opera. Con i miei colleghi stiamo valutando la possibilità di scegliere Rimini per uno dei prossimi eventi."

E Sally Greenhill, The Right Solution: "Siamo stati tutti molto colpiti dalla quantità di novità che stanno trasformando la Riviera di Rimini. Sicuramente interessanti."

"Congratulazioni per una serata molto ben organizzata, di successo e piacevolissima", Phil Churcher, Venue Solutions.

"Una serata gradevole e indimenticabile," ha scritto Michael Packford, Packfords (EventWorld). "Complimenti a Convention Bureau, per il lavoro fatto per raggiungere questo risultato. Ho già in mente alcuni possibili eventi che discuterò con i colleghi e che si potrebbero svolgere a Rimini."

Spiega Monica Petermann: "CBRR si propone sia di creare nuovi contatti sui mercati esteri, sia di rinsaldare quelli già in atto, nati anche dalla nostra presenza a manifestazioni e workshop." Convention Bureau organizza periodicamente delle sales week a Londra per incontrare nuovi buyer. "Fissiamo appuntamenti con ciascuno di loro e siamo noi a recarci nelle loro sedi per incontri one-to-one. Sappiamo che sono professionisti molto impegnati. Il fatto che siano disponibili ad accoglierci, e che a volte siano loro stessi a chiedere di vederci, significa che sono veramente interessati alla nostra proposta. Ci incoraggia a proseguire su questa strada."

Eventi: le emozioni parlano all'anima

Lo aveva detto Stefania Agostini, direttore di CBRR, nel suo intervento alla serata londinese: "Di numeri questa sera ve ne abbiamo già dati molti. Lasciatemi aggiungere che, senza il cuore, senza la passione che noi, nati in terra di Romagna - da sempre famosa nel mondo per l'accoglienza - i dati o le tecnologie sono poca cosa." E aveva proseguito: "Dopo tante informazioni che hanno fatto appello alla vostra parte razionale, vi propongo ora di lasciarvi trasportare dalla vostra parte emotiva e farvi guidare in un viaggio che, partendo dai cinque sensi, potrà parlare alla vostra anima, raccontando ciò che di bello abbiamo da offrirvi."

La scelta di un viaggio attraverso i sensi, che Convention Bureau ha fatto per la Promotional Night di Londra, è stata quasi un banco di prova. "Non solo per avere la conferma della formula che abbiamo scelto e che potremo ripetere in altre città. Ma anche del modo di lavorare di Convention Bureau. Noi vogliamo che negli eventi che vengono organizzati al Palacongressi di Rimini il cliente trovi non solo realizzazioni della 'promessa' che gli è stata fatta, ma anche che sulla perfezione prenda il sopravvento l'aspetto esperienziale, quello che stimola i sensi e la mente. Vogliamo che gli ospiti

del Palacongressi partano portando con sé il ricordo non soltanto delle relazioni che hanno ascoltato, ma anche del luogo e della città che li ha accolti." Significa, per Convention Bureau, guidare il cliente verso le scelte che creano emozioni: per la sala, la serata di gala e per tutto quanto, come gli allestimenti o le luci, possono aiutare ad aumentare i contenuti esperienziali dell'evento, indipendentemente dalla tipologia. "Sia con iniziative create da CBRR sia offrendo al cliente la nostra consulenza anche su questo." Un esempio: nella segnaletica della Segreteria del congresso introdurre riferimenti alla "Rimini romana". O alla "Rimini d'inverno", invitando i congressisti ad andare fino al mare, sentirne il profumo.

Per un importante congresso nazionale, Archetipo - l'ufficio progettazione di Convention Bureau - ha proposto al cliente di allestire l'area espositiva come l'*urbe* romana, ricreando le vestigia di cui Rimini va fiera: l'Arco di Augusto, il Ponte di Tiberio, la Domus del chirurgo con gli splendidi mosaici. Per Convention Bureau, dunque, l'evento deve essere il luogo in cui si vivono esperienze che danno emozioni e che, condivise con gli altri partecipanti, lo rendono memorabile. "Si ricorda l'emozione che si è provata. E quel momento si trasforma così in un'esperienza unica. Se riusciamo a far vivere questo ai nostri clienti, vuol dire che abbiamo fatto centro."

Convention Nestlé Motta e Antica Gelateria del Corso

8 febbraio 2008, Palacongressi di Rimini

6 febbraio 2009, Palacongressi di Rimini

Profilo dell'evento

Tipologia:	convention aziendale annuale
Partecipanti:	1.300 persone
Durata:	1 giornata
Ristorazione:	Summertrade, Rimini

Esigenze dell'evento:

- Struttura con spazi ampi e flessibili
- Rapidità di allestimento per il cambio da sala convention a gala

Ruolo di CBRR: Attività di consulenza, assistenza e coordinamento alle agenzie del cliente: comunicazione, produzione, logistica
Coordinamento con ufficio tecnico e fornitori locali

Project leader:
Elena Marani

La Convention Nestlé - Divisione Gelati si è svolta al Palacongressi di Rimini l'8 febbraio 2008. E è ritornata anche quest'anno, il 6 febbraio 2009.

"In una struttura di grandi dimensioni e flessibile come il Palacongressi," spiega Marco Berloni, sales manager Divisione Gelati Nestlé, "si lavora con tranquillità: permette di lasciare spazio alla creatività e di realizzare tutte le soluzioni utili alla nostra comunicazione. Al Palacongressi ci si può muovere come a casa propria."

Uscito da esperienze precedenti negative nonostante la qualità delle location, la prima domanda che Marco Berloni ha fatto a CBRR, arrivando al Palacongressi per il sopralluogo, è stata: "In che modo Convention Bureau potrà supportare il nostro team di lavoro, garantendoci spazio e flessibilità allo sviluppo della convention?" CBRR ha risposto: "Saremo al vostro fianco per assicurare la nostra consulenza e la nostra esperienza nella gestione degli spazi." Dice Berloni: "È il tipo di rapporto che cercavamo. E abbiamo apprezzato moltissimo la flessibilità del Convention Bureau."

E prosegue: "Posso dire che fra i tanti elementi positivi che ci hanno spinto a tornare qui anche quest'anno, oltre alle caratteristiche del Palacongressi, ai servizi, al catering, abbiamo apprezzato sopra ad ogni altra cosa l'aiuto costante e discreto di CBRR che ci ha permesso di essere autonomi e liberi nelle scelte. Negli anni ci siamo accorti purtroppo che non tutte le sedi sono così. Ma rigidità e ostacoli uccidono il rapporto professionale e danneggiano il risultato."

Palacongressi, spazi flessibili

Racconta Elena Marani, project leader di CBRR: "Credo che per il cliente sia stata importante la flessibilità della struttura, che ha permesso diverse soluzioni logistiche ottimali: la stessa sala è stata utilizzata al pomeriggio per la convention e poi, trasformandola completamente, la sera per la cena di gala e il ballo."

Un palco di grandi dimensioni, su cui si sono avvicendati i vertici dell'azienda e quindi la presentazione dei nuovi prodotti, era collocato nel 2008 in posizione tradizionale. Quest'anno, era posto al centro della sala. "Per entrambi gli eventi, abbiamo proposto al cliente di mantenere palco e scenografia anche per la serata cambiando l'allestimento della sala da platea a gala. In questo modo è stato possibile valorizzare gli elementi sceno-tecnici già presenti, ottimizzando gli investimenti e garantendo agli ospiti novità e sorpresa."

Continua Marani: "Certo, qui è possibile giocare con

gli spazi in modo sempre nuovo e originale. Spostiamo palchi, platee, tecnologie. Al fianco dei nostri clienti ci piace sperimentare sempre nuove soluzioni."

Nell'area espositiva, che occupava un intero padiglione di 5.000 mq, accanto ai prodotti dell'azienda, stand, vetrine, dimostrazioni della preparazione dei gelati, c'erano anche spazi dedicati ad attività ludiche, giochi a premi e videogame. Mentre i partecipanti si lasciavano coinvolgere nei giochi, il personale del Palacongressi ha potuto allestire la sala per la cena. Con incredibile rapidità hanno tolto le 1.300 sedie, steso la moquette e sistemato tavoli e allestimento.

Nel corso della serata i partecipanti venivano chiamati sul palco e, al termine della cena, accompagnati dalle note di una band, si sono dati al ballo.

Il catering, affidato a Summertrade, Gruppo Rimini Fiera, si è riconfermato all'altezza delle aspettative del cliente. Aggiunge Marco Berloni: "Siamo stati soddisfatti, così come lo siamo stati della location, della professionalità del personale e dell'ufficio tecnico del Palacongressi."

L'assistenza di Convention Bureau

Commenta Elena Marani: "Una convention che si sviluppa in una sola giornata sembrerebbe più semplice da realizzare, per la sua brevità. Invece è il contrario. Tutto si concentra in un tempo ristretto e in poche ore succedono moltissime cose. Il che significa che regia e piani di produzione non devono avere sbavature." Il lavoro di squadra nelle fasi di programmazione è fondamentale.

Prosegue: "Abbiamo supportato l'agenzia, offerto la nostra consulenza e coinvolto, secondo le necessità, i nostri partner. In questo modo al Palacongressi di Rimini i clienti hanno al loro fianco una 'squadra' che li aiuta a coniugare al meglio le linee di comunicazione dell'evento con le grandi potenzialità e dotazioni della struttura." Convention Bureau ha una forte esperienza come problem solver. E l'ufficio tecnico del Palacongressi, con la sua professionalità, è un importante supporto al cliente e ai suoi fornitori.

Conclude Marani: "Per noi, vedere un cliente che torna al Palacongressi è sempre una grande soddisfazione, tanto più quando si tratta di un'azienda: perché fidelizzare la clientela corporate è meno facile che con le associazioni, che hanno programmazioni molto anticipate e congressi con cadenze regolari. Se ci riusciamo, vuol dire che anche le aziende hanno trovato nel Palacongressi e nell'assistenza di Convention Bureau quello che cercano."





Profilo dell'evento:	
Tipologia:	Convention aziendale annuale
Partecipanti:	1.600 persone
Durata:	2 giorni
Progettazione e realizzazione:	Estra, Milano
Logistica:	Reign Travel, Pogliano M. (Milano)
Assistenza all'evento:	Archetipo, ufficio progettazione CBRR
Ristorazione:	Summertrade, Rimini

Esigenze dell'evento:

- Struttura adatta ad un evento con necessità di sessioni articolate e contemporanee e spazi di allestimento per attività espositive
- Capacità di modificare gli allestimenti in tempi rapidi

Ruolo di CBRR:

Assistenza al cliente
 Ruolo di coordinamento all'interno della sede
 Coordinamento sul territorio

Project leader:
 Francesca Ferraris

La Convention annuale di Coca-Cola HBC Italia, a Rimini Fiera il 29 e 30 gennaio 2009, richiedeva una sede e un'organizzazione in grado di garantire, nell'arco di un giorno e mezzo, la rapida successione di situazioni diverse che coinvolgevano fino a 1.600 partecipanti: dalle sessioni commerciali al management meeting e alle sessioni di training, alla sessione plenaria e al concerto in serata.

Coca-Cola HBC Italia è tornata a Rimini dopo quattro anni: nel 2005 il Palacongressi aveva accolto la Convention Nazionale con circa 900 partecipanti. "Quest'anno erano 1.600. E il programma articolato," dice Francesca Ferraris, project leader di CBRR. "Abbiamo selezionato e scelto una struttura di moderna concezione come Rimini Fiera," spiega Lorella Mari, Event Supervisor di Coca-Cola HBC Italia, "perché poteva rispondere alle nostre esigenze, sia in termini di spazi che di caratteristiche tecnico-strutturali. Ci consentiva di mantenere i nostri standard qualitativi e poteva essere raggiunta dai partecipanti provenienti da tutta Italia."

Nella realizzazione, Coca-Cola HBC Italia si è affidata a due partner tecnici: l'agenzia di comunicazione Estra di Milano, che da molti anni segue il cliente e che ha curato progettazione e allestimenti - e per l'occasione si è avvalsa della collaborazione di Archetipo, l'ufficio progettazione di CBRR - e l'agenzia di incentive Reign Travel di Pogliano Milanese (Mi), anch'essa partner storico del cliente, che ha gestito gli aspetti logistico/organizzativi legati alla location, ai servizi di catering di Summertrade, al personale tecnico di Rimini Fiera, alle relazioni con Convention Bureau.

Rimini Fiera anche per convention

Il primo giorno, tre riunioni commerciali in contemporanea in sale da 150 posti. Il giorno dopo, 1.600 partecipanti presenti: 6 sessioni di training in sale collegate in parallelo, riunione per il management con 250 persone e la Convention.

Spiega Ferraris: "Per la riunione plenaria la sala è stata allestita con tribune, impianti di illuminazione, uno schermo in pvc da retroproiezione di 46 m, progettato su misura." Il rosso, colore dominante, sottolineava la comunicazione aziendale: arredi, palco, tribune, pareti divisorie, fondale.

Terminata la convention, mentre i partecipanti tornavano in albergo, nella hall sud è stata preparata la cena a buffet. Summertrade, gruppo Rimini Fiera, ha proposto le cucine del mondo, con "isole del sapore", dal kebab alla pizza al fish corner, con risultati ad effetto grazie all'ampiezza degli spazi. "Intanto il padiglione dove si era svolta la plenaria è stato predisposto per il concerto di Claudio Baglioni." Quando i partecipanti sono rientrati nella sala, l'hanno trovata completamente trasformata.

"È una delle caratteristiche che differenziano Rimini Fiera dagli altri quartieri fieristici. È stata progettata tenendo conto anche delle esigenze delle convention. E negli anni, grazie alle collaborazioni con i nostri partner, i padiglioni sono stati attrezzati con tecnolo-

gie e predisposizioni, come la possibilità di aggancio, gli impianti audio progettati su misura o lo schermo realizzato per la volta del padiglione. A Rimini Fiera lavorare a una convention non è come lavorare in un padiglione da 'riempire': offre non solo il vantaggio dei grandi spazi di un quartiere fieristico, ma anche sale attrezzate e già predisposte."

L'assistenza di Archetipo

La Convention di Coca-Cola HBC Italia è stata il primo evento che ha visto l'intervento di Archetipo, l'ufficio progettazione di Convention Bureau, frutto della partnership fra CBRR e la società costituita appositamente da tre fra le più qualificate aziende del territorio, che da anni lavorano, individualmente, per Convention Bureau. "È un servizio che proponiamo agli organizzatori," spiega Francesca Ferraris. "Il cliente, invece che con fornitori diversi, si rapporta con un unico interlocutore, Archetipo, che non è solo il responsabile del progetto, ma è un ufficio progettazione." "Entriamo in scena fin dal briefing iniziale," dice Ugo Baggiani di Archetipo, "quando incontriamo il cliente. Da quel momento il nostro referente è la sua agenzia, che può contare su di noi per lo sviluppo scenotecnico e la progettazione e realizzazione ottimale degli spazi." Archetipo, oltre alle competenze delle aziende che ne fanno parte, offre la conoscenza della struttura nei minimi particolari. "Fin dal sopralluogo possiamo dare risposte precise alle domande del cliente: partiamo da esperienze reali e proponiamo soluzioni realizzabili."

Come altri eventi di grandi dimensioni, Coca-Cola HBC Italia ha scelto Rimini Fiera anche per la garanzia di un'acustica di qualità. I padiglioni sono dotati di impianti audio su misura. Grazie alla professionalità e esperienza dei partner di Convention Bureau, che hanno saputo riadattarla tecnicamente, una sala da 1.600 posti ha accolto sia la convention in cui ha prevalso il parlato sia un concerto dal vivo.

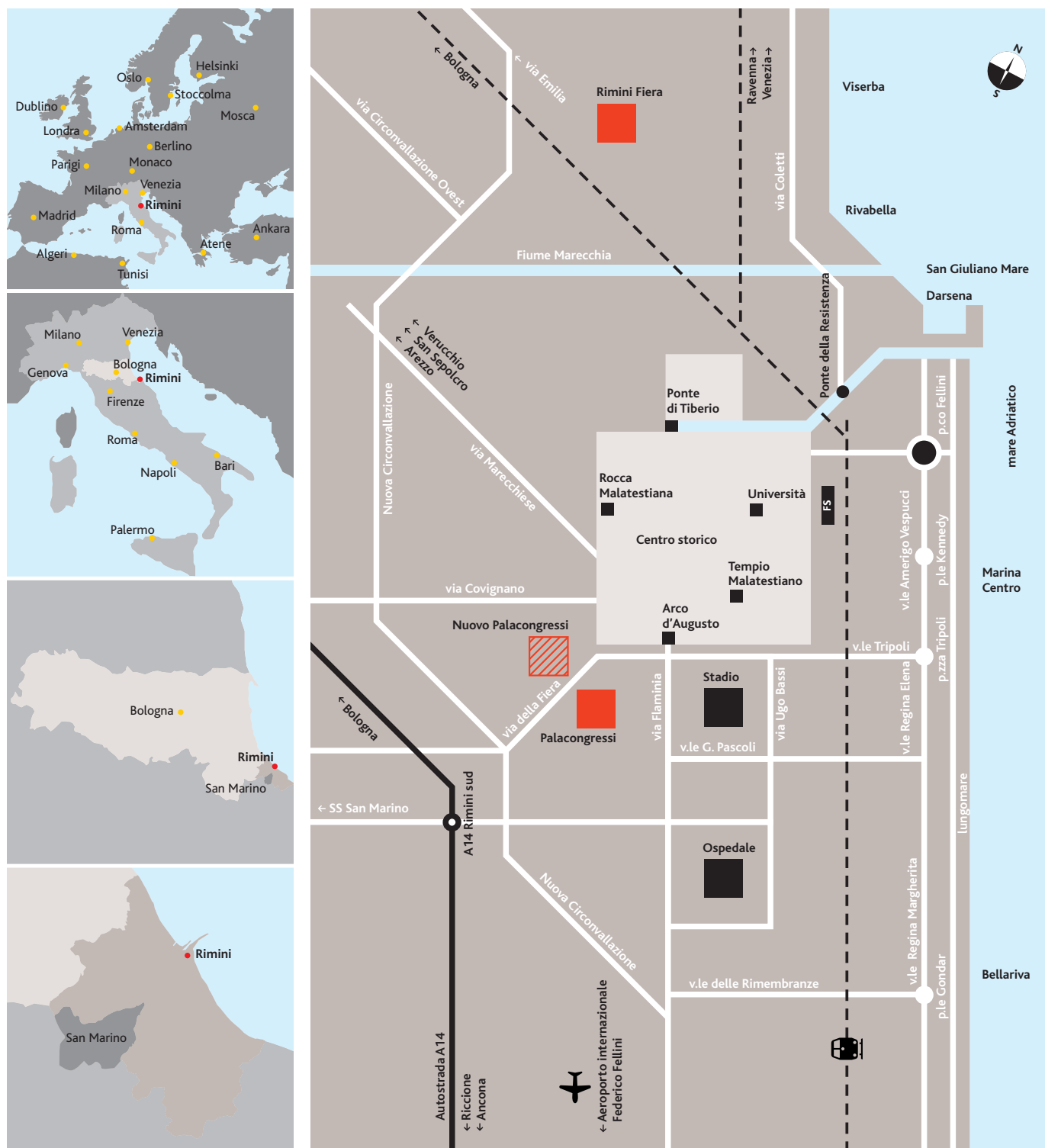
Il ruolo di Convention Bureau

La presenza di Archetipo ha sollevato CBRR dai compiti di problem solving e di coordinamento fra organizzatore e tecnici della struttura. Convention Bureau ha potuto concentrarsi sugli altri aspetti del lavoro e fornire al cliente assistenza a tutto tondo, con ruolo anche propositivo. "Dalle pratiche SIAE ai vigili del fuoco, siamo stati l'interfaccia con Rimini Fiera e il braccio operativo a Rimini dell'agenzia Reign Travel." Dice Carolina Robustelli di Reign Travel: "Avevamo già lavorato con CBRR nel 2005, al Palacongressi, e siamo sempre stati soddisfatti. Anche con i loro partner e fornitori. E Rimini, per la posizione e il rapporto qualità-prezzo, è molto interessante. I partecipanti, pur divisi in 23 alberghi, si sono trovati bene. Alcuni hotel hanno aperto apposta per noi." Per Reign Travel, anche questa volta l'assistenza di CBRR è stata importante. "Hanno risposto positivamente alle nostre richieste, dimostrando di saper gestire i cambiamenti e ci hanno assicurato disponibilità e presenza durante l'evento".





Come arrivare



Rimini e la sua Riviera si trovano a un'ora d'auto da Bologna, 2 ore da Firenze, 4 da Roma, 3 da Milano, in posizione facilmente raggiungibile dal resto d'Italia, grazie alla rete autostradale e ferroviaria. Parigi è a 1200 km di distanza, Bruxelles a 1500, Vienna a meno di 900. Due aeroporti internazionali, quello di Rimini e quello di Bologna, garantiscono il collegamento con molte destinazioni italiane e all'estero.

In aereo

L'Aeroporto di Rimini-San Marino "Federico Fellini", a pochi minuti dagli alberghi e dai centri congressi, è servito da collegamenti nazionali e internazionali. A un'ora di distanza, l'Aeroporto di Bologna "Guglielmo Marconi", raggiungibile anche con navette disponibili

su richiesta in occasione di eventi e congressi, assicura collegamenti quotidiani con molte destinazioni italiane e internazionali.

In auto

La rete autostradale unisce Rimini al resto d'Italia. L'autostrada A14 la collega con Bologna e Milano a nord e con Bari a sud. Dalla A14 si raggiunge rapidamente l'A1, Autostrada del sole, verso Firenze, Roma e Napoli, la A4 verso Venezia e la A22 per il Brennero.

Quattro le uscite autostradali:

due a Rimini, una a Riccione e una a Cattolica.

In treno

La rete ferroviaria collega comodamente il territorio di Rimini con tutta l'Italia. Un'ora è sufficiente per raggiungere Bologna, 2 per Firenze, meno di 3 per Milano, 4 per Roma.

Convention Bureau
della Riviera di Rimini
via della Fiera, 52
I-47923 Rimini
tel. +39 0541 711500
fax +39 0541 711505
info@riminiconvention.it
www.riminiconvention.it

