

23. hallonews

Dieci anni: occasione di riflessione per progettare il futuro.

Dieci anni di vita sono un traguardo non indifferente. Chi conosce il settore sa che è già difficile arrivare a costituire un Convention Bureau. Quindi è con un certo orgoglio che spegniamo oggi le dieci candeline. La vita di un Convention Bureau è un passaggio dalla fase iniziale, più spontaneistica, a quella dell'età adulta, fatta di scelte consapevoli. Così è stato per noi: siamo arrivati all'idea di sistema, a quella di programmazione, a darci per obiettivo la qualità.

Per il 19 luglio, l'anniversario di CBRR, avevamo immaginato una festa privata, da condividere con i nostri clienti, i collaboratori, i fornitori. Poi la riflessione ci ha portato più avanti. Abbiamo pensato che questa era un'occasione da non perdere per restituire qualcosa alla nostra città, a Rimini, che ha creduto nel congressuale, che ha investito e che ci ha permesso di arrivare a questo punto.

Così, invece di concentrarci solo sulla grande festa, che si sarebbe consumata in poche ore, abbiamo voluto proporre anche eventi che diventino spunti per una riflessione comune, come la mostra "Duemila anni di incontri a Rimini", che prosegue fino ad ottobre, e il Convegno internazionale sulle esperienze di policy nel marketing territoriale di città congressuali, il 20 e 21 ottobre 2004.

Il decennale è un'occasione per fare un bilancio e per ricordare che nel congressuale a Rimini hanno creduto persone lungimiranti, che hanno saputo portare avanti un'idea, con volontà e fiducia. Ma è anche un modo per riflettere sul presente, guardare dove siamo arrivati: un migliore rapporto con la città, il dialogo quotidiano con istituzioni e operatori del settore, e anche la conquistata capacità di "sapersi cercare" reciprocamente, e insieme sviluppare nuove idee.

Ma questa occasione deve farci anche guardare avanti. Dobbiamo saper leggere il passato e vivere bene il presente, per poter sviluppare un progetto unitario e innovativo per il nostro futuro.

Stefania Agostini
Direttore Convention Bureau
della Riviera di Rimini

Riviera di Rimini, un territorio a vocazione congressuale.

"Il congressuale a Rimini non è nato con il Convention Bureau. Piuttosto, qui ha trovato un contesto favorevole, un territorio che, per attitudine e per le sue radici culturali, era pronto ad accoglierlo e a farlo crescere più rapidamente che altrove," spiega Stefania Agostini, direttore di CBRR. Un terreno fertile, un Convention Bureau che crede nella propria missione: il risultato è un territorio che in questi dieci anni è cresciuto e si è trasformato, rispondendo con sempre maggiore puntualità alle richieste del mondo degli eventi. Lo dimostrano i fatti. Gli operatori hanno aderito con interesse e collaborazione al progetto "Rimini per i Congressi", avviato dal Convention Bureau. L'elaborazione degli standard di qualità è stata possibile grazie anche al loro contributo, la creazione del Marchio di certificazione è stata accolta con favore, l'adesione ai corsi di aggiornamento professionale è superiore all'aspettativa.

Le trasformazioni nel corso di questi anni hanno coinvolto non solo gli operatori, ma tutto il territorio, che sempre di più ha dimostrato di voler essere una qualificata destinazione di eventi. Gli alberghi hanno scelto il passaggio dalla stagionalità, tipica del turismo di vacanza, all'apertura annuale. Le catene internazionali hanno dimostrato di ritenere interessante questa destinazione e sono presenti sempre più numerose nella Riviera di Rimini.

Il territorio ha manifestato una nuova apertura verso il congressuale, una rinnovata attenzione. Sono nati altri centri congressi: come il Centro Congressi Europeo a Bellaria (1997) o il Kursaal di San Marino (2002). O come il PalaRiccione, che sarà pronto nel 2006. La nuova

Fiera di Rimini (2001) è stata progettata per accogliere con soluzioni all'avanguardia anche congressi e riunioni.

Su tutto il territorio, inoltre, sono stati aperti nuovi spazi destinati ad accogliere eventi di ogni tipo: a Rimini ha aperto la sala SGR, 180 posti a teatro. A Riccione il Palaterme, di recente inaugurato, con 850 posti. L'autodromo di Santa Monica a Misano ha aperto un ristorante che può accogliere anche meeting per 700 persone. Il nuovo Riviera Golf Resort di San Giovanni in Marignano offre spazi per riunioni in pieno relax, mentre il nuovo Borgo degli Ulivi a Montegrolfo ha una sala conferenze da 300 posti. E a Rimini il 105 Stadium può ospitare manifestazioni sportive, ma anche convention per 7000 persone e spettacoli.

Intanto strutture che fino a questo momento avevano guardato ad altri mercati hanno cominciato ad aprirsi agli eventi: le discoteche vengono scelte anche per convention e serate di gala e i numerosi parchi a tema ospitano team building, lanci di prodotti, incentive, convention. Anche le dimore storiche di cui è ricco l'entroterra, dai castelli alle rocche, sono sempre più spesso location per serate di gala e riunioni. L'offerta della Riviera di Rimini, oggi, non ha paragoni con quella di dieci anni fa. CBRR ha appena realizzato una guida al territorio per presentarlo a coloro che organizzano eventi.

L'impegno, i progetti, i risultati.

A sinistra, la presentazione dell'Osservatorio Congressuale Italiano a Roma. Accanto, la conferenza sul progetto "Rimini per i Congressi" e la nuova brochure promozionale realizzata da CBRR.



1996-2004: l'Osservatorio Congressuale Italiano arriva a Roma

Il Convention Bureau della Riviera di Rimini è nato da meno di un anno, quando decide di dedicare il proprio impegno - anche economico - all'Osservatorio Congressuale Italiano, un'indagine periodica a livello nazionale che alcuni anni prima il Palacongressi di Rimini insieme alla rivista Meeting e Congressi avevano promosso e finanziato. Interrottasi dopo due anni, l'esperienza viene dunque ripresa nel '96 da CBRR, accanto a M&C. Affidata all'Università di Bologna, sede di Rimini, l'indagine da due anni è presentata a Roma, accompagnata da una tavola rotonda. "Abbiamo scelto Roma per essere nel cuore delle istituzioni," spiega Stefania Agostini. "Per far sentire la nostra voce e attirare la loro attenzione su questo segmento del turismo."

1996: CBRR diventa internazionale

È una caso davvero insolito: un Convention Bureau locale che, fra i suoi soci, annovera anche uno stato estero. È quanto accade dal 1996 al Convention Bureau della Riviera di Rimini, quando ai soci - Rimini Fiera, Aeradria, PA Turiservice e Società Servizi - si unisce la Repubblica di San Marino: 1700 anni di storia, 61 kmq, un nucleo medievale, folklore e tradizioni a pochi chilometri da Rimini. È un importante arricchimento dell'offerta congressuale del territorio, sul quale nascono nuovi progetti e sinergie.

1996: Hallonews e gli strumenti di promozione

A due anni dalla sua costituzione CBRR decide di pubblicare una newsletter periodica, *HalloNews*, per far conoscere il territorio come destinazione per congressi e incentive. Due anni dopo potenzia la presenza sul web, rinnovando completamente il sito. Nel 2003 pubblica *Modus Operandi*, che presenta gli eventi più significativi curati nel corso di ogni anno da CBRR. Realizza il nuovo catalogo del Palacongressi, con schede dettagliate e planimetrie, e si dota di uno stand istituzionale con il quale è presente ai più importanti congressi sul territorio di Rimini. Ancora fresca di stampa, infine, *Riviera di Rimini. Dove tutto si fa evento*, una pubblicazione ricca di informazioni pratiche, destinata a chi organizza eventi.

Meet in Italy (1966), Axis (2000), Città d'Arte (2002)

Il Convention Bureau della Riviera di Rimini entra fin dall'inizio nell'associazione delle destinazioni congressuali italiane, Meet in Italy. "Credo molto nelle forme di aggregazione per la promozione del territorio, dove ci si muove nella stessa direzione sottolineando ciascuno le proprie peculiarità," commenta il direttore del CBRR Stefania Agostini, che oggi è presidente di Meet in Italy. La stessa strategia ha portato CBRR a costituire, insieme a Bologna, Parma e Salsomaggiore, AXIS, club di prodotto delle più affermate destinazioni congressuali dell'Emilia Romagna. E ad aderire all'Unione Città d'Arte, Cultura e Affari dell'Emilia Romagna, l'unica unione di prodotto che promuove anche il congressuale.

1999: a Rimini la PEC Europe

È stata una grande soddisfazione, per CBRR, quella di essere riusciti a portare a Rimini la Professional Education Conference europea di MPI, la più grande associazione internazionale del settore. Il Convention Bureau aveva deciso di proporre la candidatura, coinvolgendo nell'obiettivo le istituzioni, gli operatori locali, lo stato di San Marino, l'Enit. E, nonostante la concorrenza di grandi destinazioni europee affermate nel mondo congressuale, aveva vinto. Per la prima volta la Conferenza di formazione europea si teneva in Italia. La PEC Europe si è svolta dunque nella Riviera di Rimini nell'aprile '99. I partecipanti erano 300: meeting planner e operatori dei congressi, provenienti da 29 paesi.

2001: più spazi per CBRR

Quando la Fiera di Rimini si sposta nella nuova sede, CBRR può offrire agli organizzatori una struttura completamente dedicata, svincolata dal calendario fieristico e resa più funzionale da sapienti interventi di ammodernamento. Nello stesso tempo può mettere a disposizione della clientela le moderne sale congressi della nuova Fiera e i padiglioni attrezzabili. Una situazione che richiede impegno e capacità promozionali e gestionali, con risultati di piena soddisfazione: dal 2000 a oggi il numero degli eventi organizzati presso le due strutture è cresciuto del 42%.

2001: Rimini per i Congressi

Garantire la qualità di tutto il territorio come "sistema": con questo obiettivo nel 2001 CBRR lancia "Rimini per i Congressi" e il progetto "Coordinamento e qualità del sistema congressuale riminese". In poco più di tre anni realizza il censimento degli operatori della filiera congressuale del territorio, la definizione degli standard del servizio per tutte le categorie di operatori, che riunisce in un *Manuale Operativo*, il Marchio di certificazione (assegnato finora a più di cento aziende del territorio che hanno dimostrato il rispetto degli standard) e il rilevamento della customer satisfaction sul segmento congressuale. Contemporaneamente, per sua iniziativa, prendono il via una serie di corsi di formazione destinati alle aziende aderenti al sistema di qualità "Rimini per i Congressi", con un'ampia adesione.

2002: le candidature e l'ufficio Promozione e Sviluppo

Due anni fa il Convention Bureau della Riviera di Rimini decide di costituire al suo interno un settore dedicato al marketing della destinazione. Nasce l'Ufficio Promozione e Sviluppo. Fra i suoi compiti, quello di monitorare costantemente il mercato congressuale, organizzare la partecipazione a fiere e workshop, occuparsi di marketing diretto e telemarketing, sviluppare gli strumenti di promozione. Oggi si occupa anche della preparazione di educational destinati in particolare agli organizzatori stranieri. Lo stesso impegno CBRR dedica già da alcuni anni

Dicono di noi.



"Per un organizzatore che arriva per la prima volta nel territorio, e che non conosce la zona né le possibilità che offre, l'assistenza di un

Convention Bureau è preziosa.

Così come è importante ricevere tutte le informazioni attraverso un unico referente."

Sissi Peloso, esperta di comunicazione e presidente della FERPI, la federazione delle relazioni pubbliche italiana, ha curato in maggio "Party con noi", una serata con cena e spettacolo per i 300 clienti e 100 agenti invitati dall'azienda veronese Revello, leader nella commercializzazione di prodotti per odontoiatri e odontotecnici. CBRR ha proposto per l'evento il nuovo Palaterme di Riccione. "Convention Bureau ha dimostrato grande professionalità e attenzione al cliente.

Mi piacerebbe che anche nel territorio dove lavoro normalmente nascesse un'organizzazione come questa!"



"Rimini è una destinazione con una fortunata collocazione geografica, raggiungibile da ogni parte," commenta

Francesco Piccarreta, direttore marketing di Alfa Parf, che ha scelto il Palacongressi per la recente convention. "In più, c'è un Convention Bureau. La sua presenza, le soluzioni che ci ha proposto, la possibilità di scegliere fra i fornitori locali e, soprattutto, la certezza di avere un unico interlocutore, sono stati un aiuto importante.



"Magari ci fosse in ogni destinazione un Convention Bureau!" **Stefania Solacini**, project manager di Key Congress di Padova, ha lavorato

con CBRR in occasione del Congresso nazionale AICO, infermieri di sala operatoria, 1300 partecipanti. "Noi organizziamo eventi in tutta Italia e con l'esperienza che abbiamo maturato sappiamo muoverci bene. Ma un Convention Bureau facilita e solleva l'organizzatore da una gran mole di lavoro. Con CBRR abbiamo avuto da tutti la massima collaborazione. L'ho capito fin dai primi contatti: ho visto la professionalità e mi sono resa conto subito che in tutta l'organizzazione avrei trovato lo stesso livello di preparazione. Col personale dell'ufficio tecnico siamo subito entrati in sintonia. Il Convention Bureau ci ha messo in contatto con i fornitori locali, che si sono dimostrati disponibilissimi per realizzare al meglio l'evento. Il risultato è che ci siamo trovati benissimo e i partecipanti erano soddisfatti."



Per l'OMT, l'Organizzazione Mondiale del Turismo, che lo scorso maggio ha tenuto a Rimini e San Marino la riunione della

Commissione Europea, con 2000 partecipanti, la scoperta della Riviera di Rimini è stata un'esperienza positiva. "Soprattutto per la grande assistenza ricevuta da parte del Convention Bureau," commenta **Andrey Shlevkov**. L'evento per la prima volta era stato assegnato

congiuntamente a due paesi, Italia e Stato di San Marino, che hanno lavorato insieme alla sua realizzazione. "Abbiamo incontrato persone efficienti, cordiali, che si sono impegnate al massimo perché l'evento - dal seminario al programma sociale e culturale - mantenesse un livello molto alto. CBRR ne ha capito la filosofia, quella di una manifestazione fatta da professionisti del turismo per professionisti del turismo."

Aggiunge Shlevkov: "Penso però che la presenza del Convention Bureau della Riviera di Rimini non significhi solo assistenza all'organizzatore, ma che voglia dire molto di più. Per esempio, la sinergia fra gli operatori locali, l'accoglienza del Grand Hotel di Rimini, la cordialità delle persone. Insomma, è stata un'esperienza molto piacevole."



"Sì, al Palacongressi e nella Riviera di Rimini mi sono trovata bene: ci tornerei subito." **Elide Vitali** di Econ ha organizzato due

anni fa al Palacongressi un congresso nazionale di radiologia, con 4500 partecipanti. "Avere un unico interlocutore è molto utile, meglio ancora se sono dei professionisti."

Elide Vitali ha apprezzato l'assistenza di CBRR: "In altre destinazioni l'organizzatore deve darsi da fare per trovare i fornitori sul posto, gli alberghi, le strutture. La presenza di un Convention Bureau permette di assicurarsi partner e fornitori capaci. Il CBRR mi ha lasciato la libertà di scegliere anche al di fuori delle loro proposte: io ho deciso ugualmente di affidarmi a loro e ne sono stata pienamente soddisfatta."



"Il Convention Bureau è stato per noi un interlocutore, efficiente." **Clotilde Canepa Fertini** è vice-segretario generale dell'IIC,

l'Istituto Internazionale delle Comunicazioni, che nel 2003 ha organizzato a Rimini Fiera il Congresso internazionale delle fibre ottiche (ECOC-IOOC), con 3900 partecipanti e 290 espositori. "Al Convention Bureau della Riviera di Rimini ho trovato persone precise, competenti, corrette. Mi hanno messo a disposizione informazioni e servizi che altrimenti mi sarei dovuta cercare. Ma sui Convention Bureau ho un parere molto personale, che nasce da anni di organizzazione: non è la presenza di un Convention Bureau a fare la differenza fra una destinazione e un'altra. Sono le persone che lo compongono, il modo in cui è organizzato. E con CBRR mi sono trovata subito bene."



Sinergie, un obiettivo raggiunto.

"Dieci anni di presenza attiva sul territorio," racconta Stefania Agostini, "hanno dato risultati importanti anche per quanto riguarda la nascita di nuove sinergie." L'impegno di CBRR infatti non si è limitato alla promozione della destinazione sul mercato dei congressi, ma si è rivolto allo stesso modo al territorio e alle istituzioni.

Fra i risultati più significativi, l'accordo sottoscritto con la Camera di Commercio e l'Agenzia per il marketing di distretto della Provincia per co-finanziare il rilevamento della customer satisfaction nel sistema congressuale riminese. O la collaborazione con l'Unione Città d'Arte dell'Emilia Romagna e la partecipazione con uno stand comune alle manifestazioni internazionali. Gli accordi con l'Assessorato al turismo della Provincia di Rimini, particolarmente sensibile allo sviluppo del congressuale. O con gli assessorati alla Cultura e al Turismo del Comune, come quello che di recente ha avuto per obiettivo la promozione della destinazione sul mercato scandinavo. "E con lo Stato di San Marino stiamo lavorando a nuovi progetti, che vedranno affiancati il nostro know-how e la loro apertura internazionale concretizzata nella presenza all'interno delle più grandi organizzazioni mondiali."

Prosegue il direttore di CBRR: "Abbiamo scelto di costruire le sinergie partendo da progetti concreti." E racconta, fra i più recenti, la candidatura portata avanti per Riccione, che ha visto CBRR coinvolgere sull'obiettivo i soggetti pubblici, le strutture, i trasporti, la società di gestione dell'Aeroporto. E il nuovissimo Parco Oltremare, che sarà la sede della cerimonia d'apertura.

"Creare sinergie, per noi significa anche individuare strutture o soggetti che possono essere coinvolti e entrare a far parte dell'offerta del territorio: per esempio borghi antichi, castelli, agriturismi, resort. In questo momento il Convention Bureau li sta selezionando per creare un programma di incentive esclusivi e emozionanti, che li valorizzi nella loro unicità."

Il nuovo Palacongressi di Rimini: spazi flessibili e vitalità.

Aprirà nel 2007 e il suo punto di forza sarà la possibilità di accogliere più eventi in contemporanea, che non interferiscono uno con l'altro. Il nuovo Palacongressi di Rimini sorgerà di fronte all'attuale Palazzo dei congressi. Progettato dall'arch. Volkin Marg, dello studio 'GMP-von Gerkan, Marg & Partner' di Amburgo, lo stesso a cui si deve la nuova Fiera di Rimini, sarà caratterizzato dalla massima flessibilità degli spazi.

"Il CBRR è stato molto preciso nel fornirci il piano delle caratteristiche e funzionalità che il nuovo Palacongressi dovrà avere," spiega l'arch. Clemens Kusch di Venezia, che coordina le attività in Italia dello studio 'GMP'.

"In particolare, la flessibilità: sia nella dimensione delle sale, sia nell'abbinamento agli spazi espositivi, foyer, ristorazione."

Progettata per accogliere congressi fino a 4-5000 persone, ma anche eventi minori in contemporanea, la struttura sarà suddivisibile in settori, ognuno dei quali avrà caratteristiche di autonomia, con possibilità di accesso, servizi, spazi espositivi, ampi foyer. "Sarà caratterizzata da un'offerta di spazi differenziata, per rispondere alle esigenze di tipi diversi di manifestazioni. E soprattutto dovrà possedere una propria vitalità anche al di fuori dei grandi congressi. Ci saranno aree commerciali e di ristorazione: CBRR ci ha chiesto di realizzare un Palazzo dei congressi che sia vivo e animato tutto l'anno. E che sia integrato nella vita cittadina."

Inserirlo nel contesto urbano è uno degli obiettivi dei progettisti, che prevedono anche la riqualificazione dell'area verde e del laghetto. "Sarà un parco che attraversa Rimini, un percorso verde lungo il quale si arriva fino al mare," spiega l'arch. Kusch.

Infine, l'immagine. Il nuovo Palacongressi di Rimini dovrà possedere un'identità forte, essere riconoscibile, avere un'immagine tale da farlo diventare un simbolo per la città: il simbolo di Rimini.

allo sviluppo delle candidature, strumento indispensabile per acquisire i grandi congressi internazionali.

Prossimo obiettivo, la messa a punto di incentive esclusivi, in stretto contatto con le diverse località che il Convention Bureau rappresenta, per esaltarne le specifiche identità.

2004: CBRR compie 10 anni e cambia nome

Dieci anni dopo, CBRR ha modificato il proprio nome: non più Convention Bureau della Riviera di Romagna ma Convention Bureau della Riviera di Rimini. La prima a muoversi in questa direzione è stata la Provincia di Rimini. Obiettivo, assicurare un messaggio più immediato e di impatto sui mercati internazionali.

Il nuovo Centro Congressi di Roma.

E quello di Rimini

Rimini Fiera gestirà il nuovo Centro Congressi Italia di Roma e sta affrontando questa straordinaria sfida utilizzando il know-how e le competenze di CBRR, dimostrate nella gestione e promozione di grandi strutture congressuali. A fine estate, a Roma, partiranno i lavori di costruzione.

Anche a Rimini, intanto, si sta per dare il via alla realizzazione del nuovo Palazzo dei congressi, che sarà pronto nel 2007. Il suo tratto distintivo sarà la flessibilità: potrà accogliere più manifestazioni in contemporanea, grazie agli elevati standard tecnico-funzionali e prestazionali che la struttura saprà garantire per ogni tipo di evento.

I protagonisti.

Da sinistra: Lorenzo Cagnoni, Gianpiero Buratti, Gabriella Ghigi, Mauro Ioli, Stefania Agostini.



Dieci anni di vita, tre presidenti e due direttori per il Convention Bureau della Riviera di Rimini. Abbiamo chiesto a Lorenzo Cagnoni, presidente di Rimini Fiera e primo Presidente di CBRR fino al 1995, a Gianpiero Buratti, presidente dal 1995 al 2003, a Mauro Ioli, presidente in carica, e poi a Gabriella Ghigi, il direttore che ha accompagnato la nascita del Convention Bureau e a Stefania Agostini, direttore di CBRR dal 2000, quali aspettative avevano arrivando al Convention Bureau, che cosa hanno portato con sé di questa esperienza, che cosa non dimenticheranno mai.

Lorenzo Cagnoni

Presidente Rimini Fiera e Presidente CBRR 1994-1995

Quello che non dimenticherò mai, e lo dico con simpatia e affetto perché non gliene faccio una colpa, sono lo scetticismo e la diffidenza generale che avevamo intorno quando, nel 1994, si è trattato di decidere per la nascita del Convention Bureau. Non ci muovevamo certo in un clima di assoluta fiducia: erano in molti a dire che sarebbe stato un tentativo fallito.

Quello che invece questa esperienza mi ha lasciato, è stata una gran voglia di continuare ad occuparmene, anche al termine del periodo di presidenza. Ed è quanto faccio. Anche nella mia attuale posizione di Presidente di Rimini Fiera, continuo a seguire questo tipo di attività e ad avviare nuove iniziative nel settore.

E c'è un altro motivo per il quale ho voglia di continuare ad occuparmene: sono convinto che si può dimostrare che anche nel settore congressuale si possono raggiungere delle condizioni di compatibilità economica. Non è vero quanto si dice, che occuparsi di congressi significa inevitabilmente un bagno di sangue. È un luogo comune. Sono certo che,

partendo dall'esperienza di Rimini, possiamo dimostrarlo.

Gianpiero Buratti

Presidente CBRR 1995-2003

"Quando nel 1995 sono stato nominato presidente di CBRR non avevo le idee chiare su cosa fosse un Convention Bureau. Il mio lavoro è fare l'avvocato. Arrivando qui ho acquisito una consapevolezza: il congressuale è un mondo a parte, che non si può immaginare se non lo si conosce. Non basta farselo raccontare. Dieci anni fa, durante i nostri primi contatti con le istituzioni regionali, venivamo accolti con diffidenza, una certa perplessità nello sguardo. Così ho capito che la missione di un Convention Bureau non è solo fare promozione del territorio, ma anche fare informazione. Un Convention Bureau deve impegnarsi per far crescere la classe dirigente e politica, quella che prende le decisioni. Oggi, a dieci anni di distanza, il lavoro svolto da CBRR in questa direzione si vede.

Se devo dire che cosa mi ha colpito di più in questa esperienza, rispondo con franchezza: la dedizione, l'intelligenza professionale, la volontà di fare, delle persone che appartengono al mondo congressuale. Allo stesso modo, mi ha colpito scoprire di quali grandi energie imprenditoriali sia ricco il nostro territorio: fantasia, flessibilità, capacità di adattarsi per trasformare un'offerta consolidata in una proposta nuova e disponibilità a far crescere il settore congressuale."

Gabriella Ghigi

Direttore CBRR 1994-1999

"L'esperienza del CBRR, e prima ancora quella di direttore del Palacongressi, sono stati dieci anni della mia vita professionale molto importanti: hanno voluto dire per me mettermi alla prova,

cogliere un'infinità di stimoli, realizzare un progetto e vederne i risultati sul campo, confrontarmi con interlocutori capaci. E poi, portare anch'io in questa esperienza tutto quello che avevo appreso nei miei anni milanesi come Pco.

Allora a Rimini si incontrava un terreno fertile, c'erano interesse e disponibilità. E noi cercavamo di mirare sempre più in alto. È stato un laboratorio che non molti hanno avuto la fortuna di provare. Quello che porterò sempre con me, è l'esperienza della PEC di MPI, nel '99. Siamo riusciti a portare a Rimini, e per la prima volta in Italia, la Conferenza di formazione Europea. Allora la nostra città aveva l'immagine di una località leisure, per il turismo delle famiglie, una cittadina di provincia. Farla affermare come destinazione congressuale voleva dire riuscire prima a darle e poi a far percepire agli altri - in Italia prima ancora che all'estero - un'immagine nuova. Dopo la PEC mi hanno detto: 'Adesso Rimini esiste sulla carta geografica dei congressi internazionali.' È stata un'impresa massacrante, ma è stata una bella sfida vinta."

Mauro Ioli

Presidente CBRR dal 2003

"Sono arrivato al Convention Bureau in un momento stimolante, quando CBRR entra in una fase di maturità e le grandi cose stanno per avvenire. In questi anni sono stati fatti grandi passi avanti. Oggi stiamo passando dall'idea di sistema all'essere sistema, avremo a Rimini un nuovo Palazzo dei congressi che convoglierà una rinnovata attenzione sul territorio, stanno nascendo nuove strutture per eventi. E intanto si stanno concretizzando nuove forme di collaborazione su progetti reali: con lo Stato di San Marino, con le istituzioni. Tutto questo permetterà alla Riviera di Rimini di porsi sul

mercato con un prodotto più ricco, più maturo, più interessante.

La conseguenza di queste trasformazioni sarà l'internazionalizzazione della clientela. Uno degli obiettivi più importanti per un Convention Bureau."

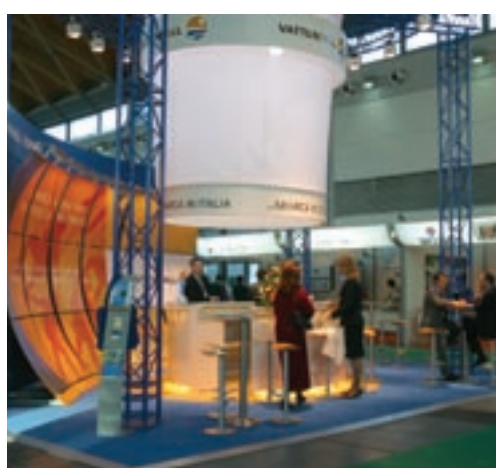
Stefania Agostini

Direttore CBRR dal 2000

"Quando sono arrivata al Convention Bureau mi occupavo da anni dell'organizzazione di congressi. Oramai ero diventata direttore generale della società in cui lavoravo. La gestione di un evento è molto coinvolgente, si fa fatica a staccarsene, ma mi ero resa conto che quello era solo un aspetto del mondo congressuale. Era cresciuta dentro di me una curiosità, un nuovo interesse: quello per la valorizzazione del territorio e per il marketing della destinazione. Un progetto cominciava a prendere forma con precisione nella mia mente, ma come Pco non avevo spazio per realizzarlo nella pratica. Quando nel 1999 sono stata contattata dal Convention Bureau, ho capito che mi si stava presentando l'occasione che cercavo. Qui al CBRR il mio scenario di riferimento si è allargato. Per me, è stato come vedere anche l'altra faccia della luna.

Il bilancio è assolutamente positivo: ho vinto molte delle sfide che mi ero posta, ma ne ho altre davanti ancora più ambiziose. Oggi mi sento più radicata nel territorio. Ho raggiunto un dialogo con gli operatori, che si manifesta nella quotidianità e non nella eccezionalità. Ho la consapevolezza che il nostro sistema costituisce ormai una squadra. E anche a livello nazionale e internazionale il nostro impegno ha dato risultati e aperto nuove strade. Quindi posso dire di sentirmi 'appagata' (... come lo può essere una persona come me, che continua a darsi nuovi obiettivi)."

Dall'alto in basso: gli Ambasciatori di 70 Paesi in visita a Rimini e San Marino, l'Assemblea del Grande Oriente d'Italia, gala dinner alla Fiera di Rimini per la Convention Fineco, un'immagine dell'esposizione di Sinergy e il Congresso nazionale dei Comunisti Italiani.



Dieci anni di eventi. Come questi.

"Nella crescita del Convention Bureau, il Palacongressi ha giocato un ruolo importante," spiega il direttore Stefania Agostini. "Il fatto di commercializzarlo è stato per noi un'opportunità: ci ha permesso di stabilire un rapporto più stretto con i Pco, che spesso sono i diretti interlocutori del cliente. E di conoscere a fondo le esigenze, le problematiche, l'approccio di chi organizza un evento."

Sono tante e di ogni tipo le manifestazioni alle quali in questi dieci anni CBRR ha dato la propria assistenza: come il XXXV Congress of EDTA-ERA, nel 1998, con 4000 persone, 11 sale in contemporanea, 66 espositori e 500 sessioni poster. O i **Convegni Internazionali del Centro Studi Erickson**: nel 2001 con 1800 persone, due anni dopo con 3000 partecipanti. Eventi articolati con sessioni plenarie e workshop, sul tema della qualità dell'integrazione scolastica per persone portatrici di handicap.

Molte anche le serate e le cene di gala per migliaia di persone, per le quali il Convention Bureau ha trasformato i padiglioni del Palacongressi di Rimini, in modo da garantire stile, originalità e l'atmosfera di una serata speciale. Come nel caso della cena di gala per 4600 persone per **Mediolanum** nell'ottobre 2003, dove i tavoli erano preparati in modo raffinato, le pareti erano ricoperte di veli e il soffitto di morbidi tessuti. Per la **Convention Herbalife**, nel luglio 1997 (che aveva richiesto traduzione simultanea in 18 lingue), per i 3500 partecipanti il padiglione era stato allestito con un buffet tipico italiano: con porticati costruiti lungo le pareti, sotto ai quali erano sistemati i tavoli dei buffet, mentre i muri erano ricoperti di pannelli dipinti a mano, che raffiguravano paesaggi italiani.

Una telefonata dal Colorado

ISAC - XVIII Congresso della Società Internazionale di Citologia Analitica (aprile 1996) - 1200 partecipanti Palacongressi

"I primi contatti risalgono al 1991," spiega Annalisa Giannini, oggi Coordinatore commerciale di CBRR. "Lavoravo da pochi mesi al Palacongressi della Riviera di Rimini. Un giorno arriva una telefonata dal Colorado: l'International Society for Analytical Cytology cercava il Convention Bureau, che qui ancora non esisteva. Erano interessati a Rimini per il congresso del 1996. L'allora direttore del Palacongressi, Gabriella Ghigi, decise di assumerci noi questo ruolo. Bisognava preparare la candidatura. Significava prendere contatto e coordinare gli operatori del territorio: servizi, istituzioni, fornitori, l'aeroporto, le banche, i trasporti. Lo abbiamo fatto e abbiamo vinto." I partecipanti a ISAC 1996 sono stati 1200, provenienti da tutto il mondo, 11 le sale coinvolte, 100 gli espositori, 500 i lavori nella sessione poster. E negli ultimi due anni del lavoro, quelli più intensi, ISAC ha avuto a disposizione anche l'assistenza del Convention Bureau.

70 ambasciatori a San Marino

Visita degli Ambasciatori di 70 Paesi (luglio 1997) - Promossa dalla Repubblica di San Marino in collaborazione con CBRR L'evento era di quelli che richiedevano una buona dose di professionalità e competenza: la visita di un corpo diplomatico costituito da settanta ambasciatori provenienti da ogni parte del mondo, dallo Yemen al Camerun, al Giappone, con accompagnatori e consorti. In tutto, duecento persone. "La gestione è stata particolarmente complessa," racconta Gabriella Ghigi, allora direttore di CBRR, "perché l'evento coinvolgeva due stati (Italia e San Marino), due regioni, due comuni, enti e organismi. Ma è andato tutto benissimo."

I diplomatici sono stati ricevuti dalle autorità, hanno incontrato le categorie economiche del territorio, partecipato a ricevimenti ufficiali e cene di gala. Tra gli aspetti che hanno richiesto il massimo impegno, quello della sicurezza. "Ma

il problema più delicato che ci siamo trovati a risolvere è stato la necessità di conoscere e rispettare il protocollo con personalità provenienti da paesi di usi e tradizioni completamente diversi."

Fra luci e colori, i trattori entrano in sala

Convention New Holland (ottobre 1999) 600 partecipanti - Palacongressi Obiettivo della Convention New Holland era il lancio dei nuovi modelli di trattori, che dovevano entrare e arrivare, a sorpresa, davanti ai partecipanti. Nel padiglione sono state costruite sei sale. La plenaria era ricca d'atmosfera, creata con impiego di tecnologie e proiezioni su schermi di tulle, mentre con effetti di luci e trasparenze venivano illuminati i veicoli collocati al di là degli schermi, nelle aree espositive. Gli schermi in tulle erano motorizzati e si aprivano per permettere l'ingresso ad effetto dei mezzi in sala. Queste realizzazioni erano tutte ideate e realizzate da fornitori locali, scelti dal cliente fra le proposte di CBRR.

Il Grande Oriente d'Italia al Palacongressi

Assemblea Annuale del Grande Oriente d'Italia di Palazzo Giustiniani (aprile 2000) 2000 partecipanti, con mostre e convegni Palacongressi

La più antica organizzazione massonica, il Grande Oriente d'Italia di Palazzo Giustiniani, aveva deciso che l'Assemblea annuale di Gran Loggia quell'anno non si sarebbe svolta a porte chiuse, ma sarebbe diventata l'occasione per aprirsi alla società civile. Era dunque necessaria una sede che si potesse trasformare in contenitore culturale aperto al pubblico e agli studiosi, una struttura articolata con una sala per 2000 persone e con spazi per ospitare mostre, dibattiti e convegni. La scelta è caduta sul Palacongressi di Rimini, all'interno del quale è stato ricostruito il Tempio riservato agli iscritti. Soddisfatti gli organizzatori, al punto che hanno già confermato le loro assemblee fino al 2007.

Torna a Rimini dopo 24 anni

40° Congresso Nazionale SIRM - Società Italiana di Radiologia Medica (maggio 2002) 4500 persone e 10.000 mq di esposizione Palacongressi

Il Congresso biennale SIRM, tra i più grandi congressi medici nazionali, è tornato a Rimini dopo 24 anni di assenza. L'evento richiedeva spazi articolati, capaci di contenere macchinari di grandi dimensioni, oltre ad una massima disponibilità di salette attrezzate per i laboratori di radiologia. Per tutte queste ragioni il congresso SIRM si svolgeva di solito in una sede fieristica. Nel 2002 invece ha trovato nel Palacongressi le caratteristiche che cercava: disponibilità di spazi, modularità, funzionalità, facile accesso dei macchinari. I partecipanti sono stati 4500, 1100 i visitatori all'esposizione. Sono stati necessari cinque giorni per gli allestimenti. Una soluzione ad effetto è stata realizzata per risolvere il problema di oscuramento dei numerosi laboratori di radiologia. Non era possibile isolarli con un soffitto che li avrebbe privati del condizionamento. Si è pensato quindi di oscurare tutto lo spazio circostante, illuminandolo con effetti di luce nelle aree di passaggio, nelle aree poster, nella piazza.

Per Fineco, una sala a tempo di record

Convention Fineco (2003) - 2000 partecipanti Fiera di Rimini

Nel caso della convention Fineco, che si è svolta un anno fa alla Fiera di Rimini, la sfida era quella di allestire la cena di gala nella stessa sala in cui, durante il giorno, si svolgevano i lavori con 2000 partecipanti. I tavoli sono dunque stati preparati e allestiti nel corso della giornata e sistemati in un padiglione attiguo alla sala della convention. Alle 16.30 la riunione si è sciolta. Appena i partecipanti hanno lasciato la sala, gli allestitori

si sono messi all'opera e per l'ora di cena l'ambiente era trasformato, pronto ad accogliere e sorprendere gli ospiti.

Per Sinergy spettacolo in Fiera

Sinergy - The International Energy Forum (novembre 2003) - Fiera di Rimini

È il più grande evento europeo nel campo dell'energia. Dal 2003 si svolge in partnership con Rimini Fiera. È stato CBRR a creare il contatto, indicando come sede il nuovo Quartiere Fieristico di Rimini, che poteva offrire gli spazi articolati necessari.

E anche a proporre agli organizzatori, che cercavano un partner per l'evento, l'incontro con Rimini Fiera. Una manifestazione complessa: con 130 relatori, 22.000 mq di superficie espositiva, 250 aziende, 6000 visitatori. La nuova Fiera di Rimini si è rivelata una perfetta ambientazione anche per la cerimonia di apertura. La hall infatti, ampia, dalla forma rotonda, con grandi vetrate sulle fontane e con una cupola alta 24 metri, è progettata anche per accogliere eventi con elementi di spettacolo. Nella hall era stata allestita un'esposizione dello scultore Giorgio Rastelli, legata al tema del congresso, "Energie in movimento". Ha sorpreso i partecipanti lo spettacolo di benvenuto: "I suoni di Rimini", un mix fra il tema dell'energia, la tradizione locale e l'atmosfera felliniana.

Tornano a Rimini i congressi politici

Nel 2004 hanno scelto il Palacongressi di Rimini il Congresso nazionale dei Comunisti Italiani e, in marzo, quello della Margherita, con 1500 partecipanti. Nel 2003, erano arrivati i Circoli della Margherita, con 1000 persone. L'anno prima, Rifondazione Comunista.

I congressi politici cominciano a fare la loro ricomparsa, dopo che per tutti gli anni Novanta erano rimasti a Roma, vicino alle loro Segreterie. Si era interrotta così quella che ormai era una tradizione consolidata: scegliere per il congresso nazionale il palcoscenico del Palacongressi di Rimini, che gli garantiva, oltre alla visibilità, anche la funzionalità della struttura e quella logistica. Di qui erano passati praticamente tutti, dal Partito Repubblicano ai Socialisti, Radicali, PSDI, DS, Sole che ride, Verdi Arcobaleno, MSI Destra Nazionale, Rifondazione Comunista. Oggi i partiti mostrano la tendenza a valutare la destinazione nel suo complesso, scegliendo una struttura che risponda ad esigenze tecniche e di spesa e che abbia alle spalle una città, una rete di trasporti e di servizi. Rimini e il Palacongressi, con l'assistenza di CBRR, offrono queste garanzie.

AXIS
Convention Towns
of Emilia Romagna

emiliaromagna
terra con l'anima

CONVENTION BUREAU
della Riviera di Rimini