

modus operandi

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

01/2006

Editoriale

Quattro anni fa, in dicembre, è uscito il primo numero di Modus Operandi, l'house organ del Convention Bureau della Riviera di Rimini che illustra gli eventi più rappresentativi curati da CBRR nel corso dell'anno appena concluso.

Adesso abbiamo deciso di raddoppiare: un numero primaverile si aggiunge a quello di fine anno, per aggiornare gli organizzatori su quanto di meglio la Riviera di Rimini può offrire ad un evento, con le sue strutture, i suoi professionisti e con l'assistenza di Convention Bureau.

Con questo numero inauguriamo il nuovo appuntamento.

Troverete in queste pagine le novità del territorio, particolarmente rilevanti (con la costruzione – a Rimini e a Riccione – di ben due palazzi dei congressi di moderna concezione); vi parleremo dell'attività del nostro Convention Bureau e vi proporremo alcuni esempi delle migliori professionalità su cui potete contare per un congresso o una convention nella Riviera di Rimini. E troverete, anche qui, le case-histories di alcuni nostri eventi.

Ne abbiamo scelti due, con un minimo comune denominatore: il forte livello di fidelizzazione. Ci siamo proposti di raccontare con casi reali perché il cliente si affeziona al nostro territorio e anno dopo anno ritorna.

Noi pensiamo che nel rapporto che si instaura tra la Riviera di Rimini e il cliente, CBRR rappresenti soltanto uno strumento, perché a giocare un ruolo fondamentale è piuttosto la capacità di questo territorio di essere aperto, attrattivo e aderente alle esigenze dei suoi ospiti, proponendosi come un luogo vero, per gente vera, con servizi veri. Il cliente si muove e si diverte in assoluta libertà, sentendosi parte "temporanea" della città che lo accoglie con calore e risolve i suoi problemi con un'offerta di servizi ampia e varia. Qui, tutto è semplice da utilizzare e a renderlo più semplice è proprio l'elemento umano.

Una località è fatta non solo di strutture e di professionisti, ma anche di persone. E' questo il valore aggiunto che fa ritornare volentieri il cliente, tanto chi promuove o organizza un evento, quanto i suoi partecipanti.

Il livello di fidelizzazione che si crea con il territorio e con le sue strutture nasce dal livello di soddisfazione del cliente. E questa soddisfazione non deriva solo dalla fruizione di un servizio, ma dalla relazione con le persone e con l'ambiente che le circonda.

Il nostro obiettivo è di continuare ad avere con i clienti un rapporto di collaborazione che prosegue nel tempo e non si chiude con l'evento. E vogliamo anche continuare ad offrire, insieme alla nostra esperienza e alla professionalità, questo valore aggiunto che è proprio del nostro territorio e delle persone che lo abitano: anche per il futuro, quando nel 2007 e nel 2008 diventeranno operativi i nuovi palazzi dei congressi di Riccione e di Rimini.

La soddisfazione dell'ospite resta oggi come domani una nostra priorità.



Stefania Agostini
Direttore Convention Bureau
della Riviera di Rimini

Ambasciatori del territorio: CBRR parte dai medici

L'obiettivo che il Convention Bureau si era posto quando, un anno fa, ha dato il via a quello che ha chiamato "Progetto Ambasciatori", era di individuare sul territorio di Rimini delle figure che potessero diventare promotori - ambasciatori, appunto - della destinazione come sede di eventi internazionali.

"Nei prossimi due anni apriranno nella Riviera di Rimini due nuovi palazzi dei congressi, a Riccione nel 2007 e a Rimini nel 2008, entrambi innovativi e tecnologicamente avanzati," spiega Stefania Agostini, direttore di CBRR. "E' importante quindi candidare fin d'ora il nostro territorio ad ospitare eventi di più ampio respiro. Abbiamo messo a punto questo progetto, che è stato condiviso dalle amministrazioni locali. Obiettivo, il coinvolgimento attivo dei professionisti del settore medico, in particolare i responsabili delle unità operative locali, direttori dei presidi ospedalieri. A loro abbiamo chiesto, grazie alla conoscenza del mondo delle associazioni scientifiche, di diventare portavoce e promotori della nostra destinazione."

E prosegue: "Abbiamo visto che spesso in Italia medici, docenti universitari, professionisti che aderiscono ad associazioni internazionali non propongono il loro territorio, perché non se la sentono di portare sulle loro spalle un compito così gravoso

come la preparazione e il sostegno di una candidatura. Noi vogliamo fargli sapere che esiste una organizzazione come il Convention Bureau che dispone di know-how specifico e che si pone al loro fianco per dargli tutto il supporto organizzativo, fino ad assisterli nella ricerca dei finanziamenti e degli sponsor."

Così CBRR ha preso contatto con i rappresentanti del settore medico aderenti ad associazioni che organizzano congressi, ha coinvolto i partner istituzionali e ha organizzato incontri individuali con i primari ospedalieri, per presentare i due nuovi Palazzi dei congressi e il supporto che Convention Bureau può offrire.

Momento culminante è stata la serata conviviale organizzata da CBRR nella moderna e luminosa hall della Fiera, alla presenza del sindaco di Rimini Alberto Ravaioli.

Dall'iniziativa sono nate diverse lettere di candidatura della Riviera di Rimini per congressi medico-scientifici in fase di programmazione.

Soddisfatto dei risultati, il Convention Bureau della Riviera di Rimini sta ora sviluppando l'operazione "Ambasciatori" su altri target. Presto sarà la volta del mondo universitario: dopo il Progetto Esculapio, il Progetto Alma Mater.



La Riviera di Rimini per un evento Italy Tour Congress: professionisti da tutto il mondo

Venivano da sei Paesi del mondo i quasi settanta operatori - per la maggior parte organizzatori di eventi - che si sono trovati a Rimini, lo scorso dicembre, per partecipare ad Italy Tour Congress, l'eductour promosso dalle Camere di Commercio Italiane all'estero. Arrivavano dall'Europa (Spagna, Francia, Grecia, Turchia), ma anche dagli Stati Uniti e dall'Australia.

"Abbiamo aderito all'iniziativa," spiega Coralie Delaubert, project leader di Convention Bureau, "perché ci è sembrata utile per la promozione sui mercati esteri della Riviera di Rimini come destinazione di eventi."

Per CBRR si trattava tuttavia di una scelta impegnativa: il finanziamento dell'operazione era a quasi totale carico dei soggetti ospitanti. "Abbiamo dovuto muoverci su più fronti. Innanzitutto, bisognava reperire finanziamenti e sponsor che rendessero possibile il progetto. Poi, dovevamo coinvolgere nell'operazione i nostri partner sul territorio per poter costruire una proposta ricca e articolata. Infine, si trattava di mettere a punto un programma che riuscisse a stimolare settanta professionisti degli eventi provenienti da continenti diversi: quindi, diversi per formazione, esigenze, aspettative."

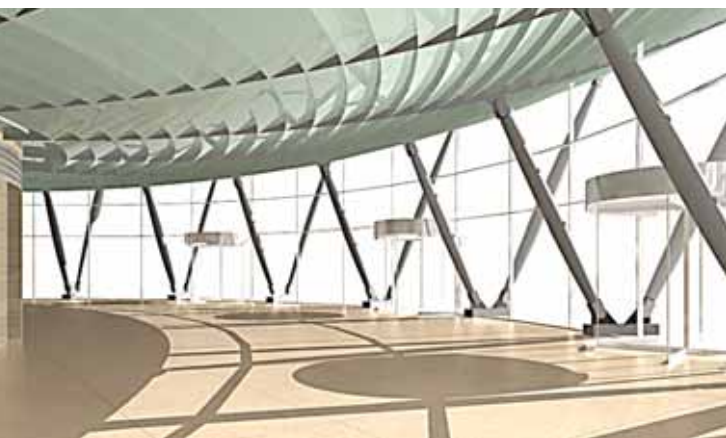
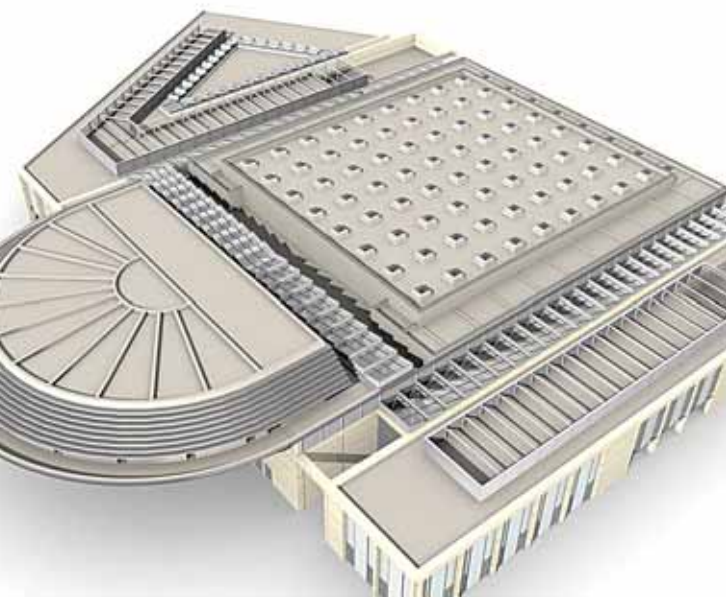
Promosso dalla Camera di Commercio Italiana di Barcellona, ITC si è svolto all'inizio di dicembre 2005 con la partecipazione delle istituzioni locali e la collaborazione di numerose aziende della filiera congressuale.

I settanta operatori stranieri hanno visitato il Palacongressi di Rimini e il nuovo quartiere fieristico, assistito alle presentazioni dei futuri palazzi dei congressi di Rimini e di Riccione, hanno cenato in dimore storiche e ristoranti trendy, visitato le grotte sotterranee di Santarcangelo e il centro storico di Rimini, ballato una notte in discoteca. E sono stati ospiti di Riccione per un gradevole pomeriggio prenatalizio con auto d'epoca e shopping di qualità. Hanno ricevuto in omaggio prodotti dell'artigianato e della gastronomia del territorio e gustato i sapori più genuini della tradizione locale.

"E' stata un'esperienza interessante," conclude Coralie Delaubert, "che ci è servita non solo a far conoscere agli operatori stranieri la nostra offerta, ma anche a sensibilizzare le istituzioni sull'importanza della loro presenza agli eventi internazionali ospitati dal nostro territorio. E a creare con i partner locali collaborazioni e sinergie che ci permettono sempre più di 'fare sistema'."



Il nuovo Palacongressi di Rimini



Innovativo, tecnologico. E inserito nel territorio

Manca poco all'inizio dei lavori per la costruzione del nuovo Palacongressi di Rimini. Nel rispetto dei tempi - come già era avvenuto per il Nuovo Quartiere Fieristico (della medesima proprietà, il gruppo Rimini Fiera) - la nuova struttura aprirà nel 2008.

Prima presentazione ufficiale al mercato estero, ad Imex, a Francoforte. "Porteremo due plastici realizzati da Stefano Rossi, modellista di Renzo Piano, rifiniti nei minimi dettagli e dotati di sistemi di illuminazione interna con fibre ottiche," spiega Federica Lucini, coordinatore Marketing Promozione e Sviluppo del Convention Bureau della Riviera di Rimini. "Uno, in scala 1:100, permetterà di mettere a fuoco l'interno della struttura e i dettagli architettonici; l'altro, in scala 1:300, darà l'idea dell'insieme."

Intanto è partita la campagna di comunicazione. Headline, "Il meglio diventerà un'abitudine"; l'immagine, il viso, con la bocca in primo piano, di una donna che beve champagne servendosi di una cannuccia. Il messaggio che vuole trasmettere è il concetto che il meglio (il nuovo Palacongressi di Rimini) è un lusso che presto diventerà alla portata di tutti.

Il marchio di transizione, "06-'08 Capolavori in Corso", continua ad accompagnare la comunicazione della nuova struttura fino alla sua inaugurazione.

In un parco verde

Tra i punti di forza del progetto di quello che sarà il più grande e innovativo palazzo dei congressi in Italia, non solo la funzionalità degli spazi e l'utilizzo delle più moderne soluzioni, ma anche il legame con il territorio che lo accoglie e il rispetto per l'ambiente.

Il nuovo Palacongressi di Rimini sorgerà in un grande parco verde. Tutta l'area circostante sarà sottoposta ad un processo di riqualificazione. Lo studio è

stato affidato ad un architetto del verde, Andreas Kipar. Il progetto, che sottolinea l'importanza dei corsi d'acqua e del laghetto, prevede anche percorsi e piste ciclabili che collegheranno la zona del centro congressi con il mare. I parcheggi - oltre mille posti - saranno tutti interrati.

Curati nel progetto anche gli aspetti della viabilità e i flussi di traffico.

Anche i materiali scelti dallo Studio GMP per il Palacongressi di Rimini sono naturali e tradizionali. Con ampio uso di vetro opaco e trasparente, perché il linguaggio della luce diventi protagonista. È stata accentuata anche la vicinanza con il mare: il rivestimento in vetro verde, montato a scaglie di pesce, si accompagna al color sabbia delle pareti e alla pietra dei pavimenti.

I nomi delle sale, richiamo al territorio

"Abbiamo scelto per le sale dei nomi che radicano la struttura al territorio, creando dei forti riferimenti," spiega Stefania Agostini, direttore del Convention Bureau della Riviera di Rimini. "Sono i nomi dei monumenti e dei luoghi più rappresentativi della città di Rimini, tracce sempre vive della sua origine romana, del suo passato di potente signoria, di una storia in cui il mare e la campagna si incontrano.

Così, per esempio, la Sala della Piazza richiama Piazza Cavour, la Sala del Castello il Castel Sismondo, la Sala dell'Arco l'Arco d'Augusto, la Sala del Borgo il Borgo San Giuliano: "Sono nomi che appartengono alla tradizione urbanistica ed architettonica del nostro Paese. Anche per questo abbiamo deciso di non tradurli: per conservare tutta la loro italianità."

Ogni sala sarà identificata, oltre che dal nome e dalle caratteristiche tecniche, anche da una immagine che renderà visivamente chiaro il riferimento al luogo.

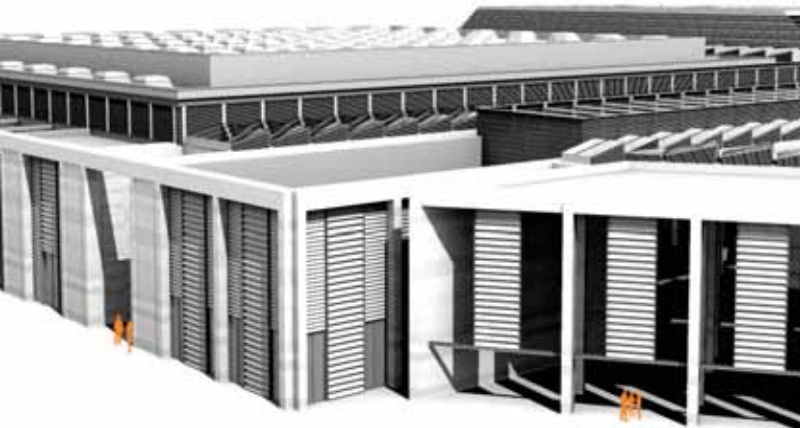
La grande conchiglia

Il suo tratto distintivo è la grande conchiglia protesa verso il mare, che accoglie l'anfiteatro da 1.600 posti: interamente rivestita in vetro, è sospesa su sostegni di acciaio. Progettato dall'architetto Volkwin Marg dello Studio GMP di Amburgo (che è annoverato tra le 15 maggiori 'firme' globali dell'urbanistica contemporanea mondiale), il nuovo Palacongressi di Rimini sorgerà su un'area di 38.000 mq.

Sarà caratterizzato da due corpi principali collegati da un importante sistema di foyer e da tre ingressi. Con 29.000 mq di aree calpestabili, avrà una capienza massima di 42 sale e 9.300 sedute. La sala principale potrà accogliere 4.700 ospiti.

Per la costruzione del nuovo Palacongressi, Rimini Fiera ha costituito una società nella quale entreranno successivamente soci pubblici e privati. E ne ha affidato la gestione e la promo-commercializzazione a Convention Bureau della Riviera di Rimini.

Il costo preventivato per la realizzazione del centro congressi, escluso il valore delle aree, è di 82,435 milioni di euro.



**Il meglio diventerà un'abitudine.
When the finest becomes a habit.**

Nuovo Palacongressi di Rimini.
Per voi dal 2008.

*Palacongressi di Rimini
New Conference Centre.
Inauguration: 2008.*

06'08
CAPOLAVORI
IN CORSO

CONVENTION BUREAU
Riviera di Rimini

Prelezioni e informazioni:
Bookings & information:
Convention Bureau della Riviera di Rimini
tel. +39 0541 711500 • fax +39 0541 711505
www.rimini Palacongressi.it

42° Corso Gratuito Fondazione Castagnola

18° Memorial Biaggi

3-4 marzo 2006, Palacongressi di Rimini

Profilo dell'evento

Tipologia:	corsi di formazione
Partecipanti:	2.500 dentisti, assistenti e igienisti dentali
Durata:	due giorni
Promotore:	Dental Trey srl

Esigenze dell'evento:

- 2 sale lavori da 2.000 e 500 persone e un'area espositiva da 900 mq
- località con molte proposte per il tempo libero
- destinazione con prezzi concorrenziali

Ruolo di CBRR:

proposta dei fornitori
assistenza all'evento
gestione organizzativa dello spazio espositivo

Dal 2001 Dental Trey porta i suoi corsi di formazione al Palacongressi di Rimini tutti gli anni, in marzo e in ottobre. La società, che ha sede a Fiumana di Predappio (Forlì), commercializza prodotti e piccola attrezzatura per gli studi odontoiatrici. Nel 1981 ha scelto come forma di pubblicità l'organizzazione gratuita di corsi di formazione rivolti a dentisti e assistenti di studio.

Da allora, due volte all'anno si svolgono in contemporanea il Corso Gratuito Fondazione Castagnola e il Memorial Biaggi, che coinvolgono per due giorni 2.500 partecipanti.

"All'inizio non è stato facile per noi, azienda commerciale, divulgare cultura come forma di pubblicità," spiega Mariolina Coli, che con il marito Augusto guida l'azienda. "Noi abbiamo voluto puntare su programmi interessanti e relatori di qualità. Un investimento notevole, avendo come unico contributo quanto ricaviamo dall'esposizione collaterale, che tuttavia vogliamo mantenere ristretta."

Oggi i corsi periodici di Dental Trey sono diventati un punto di riferimento.

Al Palacongressi chiede due sale lavori da 2.000 e da 500 persone. Porta le proprie tecnologie, ma per tutto il resto si appoggia al Convention Bureau e ai fornitori locali.

CBRR assiste il cliente anche curando direttamente

il rapporto con gli espositori per quanto riguarda la gestione e l'allestimento degli spazi. Le sale dei lavori si affacciano sullo spazio espositivo, dotato di stand preallestiti.

Spiega Manuela Bobini, project leader di Convention Bureau della Riviera di Rimini: "Questa disposizione facilita il passaggio dei congressisti fra gli stand. Gli espositori sono soddisfatti." Quest'anno sono stati più di trenta.

Prosegue Mariolina Coli: "Nei nostri eventi c'è uno spirito di festa. I partecipanti fanno formazione, raccolgono crediti Ecm, ma la sera escono e vogliono divertirsi e una città come Rimini è proprio quello che ci vuole, per questo la adorano. E anche noi: qui troviamo un grande spirito di collaborazione, una disponibilità che raramente abbiamo trovato altrove. I fornitori hanno una predisposizione a soddisfare il cliente, le persone fanno di tutto per far sentire l'ospite a casa propria. E con CBRR si è creato uno splendido spirito di collaborazione."

E conclude: "Con Convention Bureau lavoriamo insieme da diversi anni, noi qui ci sentiamo a casa. Sia CBRR sia i tecnici del Palacongressi sanno già cosa vogliamo, sono pronti prima ancora che noi glielo chiediamo. Abbiamo girato l'Italia, ma dappertutto abbiamo incontrato qualche difficoltà. Qui a Rimini, invece, è tutto più semplice."



29ª Convocazione Nazionale dei Gruppi e delle Comunità del Rinnovamento nello Spirito Santo 22-25 aprile 2006, Fiera di Rimini

Profilo dell'evento

Tipologia:	raduno di movimento religioso
Partecipanti:	20.000 persone
Durata:	quattro giorni
Audio:	Alterecho, Rimini
Video:	Ideogamma, Rimini
Allestimenti:	Fontemaggi, S.V. Service, A.L.F.A.D., Allestimenti Andreini, tutti di Rimini
Catering:	Summertrade, Rimini

Esigenze dell'evento:

- ampia disponibilità di spazio
- acustica di alta qualità
- elevata offerta alberghiera e prezzi competitivi
- destinazione comodamente raggiungibile in pullman da tutta Italia
- disponibilità ad accogliere un altro evento annuale, in autunno, con 5.000 partecipanti

Ruolo di CBRR:

coordinamento di tutti i servizi locali
coordinamento dei fornitori
assistenza all'evento

Con più di 20.000 partecipanti, il movimento ecclesiale Rinnovamento nello Spirito Santo è tornato a Rimini, in aprile, per il 29° anno, con la Convocazione Nazionale: dura quattro giorni e coinvolge persone di ogni età e classe, provenienti con 400 pullman da tutta l'Italia.

"Siamo venuti a Rimini per la prima volta nel 1978. Con questa città molti di noi ormai hanno un legame anche affettivo," racconta Paolo Zunino, responsabile della Cooperativa "Servizi RnS" che si occupa dell'organizzazione degli eventi di questo movimento cattolico che conta in Italia 200.000 aderenti. "Per noi 'Rimini' è sinonimo del nostro evento, il momento più importante nella vita del nostro movimento."

Ospitato prima nei padiglioni della vecchia Fiera e poi in quelli del Palacongressi, alla fine degli anni Ottanta aveva raggiunto punte di 60.000 presenze. Nel 2005 per la prima volta si è trasferito nel Nuovo Quartiere Fieristico di Rimini. "Devo ammettere che eravamo prevenuti: una struttura nata per accogliere fiere non ci sembrava adatta ad un evento ecclesiale. Avevamo forti timori, soprattutto dal punto di vista dell'acustica. Invece abbiamo avuto risultati sorprendenti."

Spiega Modesto Stralla, direttore della Convocazione Nazionale di RnS: "E' un momento di promozione della nostra fede, di evangelizzazione. Tutto si svolge in modo estremamente gioioso: i tempi di preghiera sono accompagnati da un'orchestra e un coro di cento elementi, tutti i partecipanti sono coinvolti nel canto e, spesso, scandiscono il ritmo battendo le mani. La qualità dell'acustica è determinante."

Racconta Zunino: "I tecnici della Fiera e di Convention Bureau, con i loro fornitori, hanno ottenuto risultati miracolosi, addirittura superiori a quelli ormai consolidati del Palacongressi. In particolare dobbiamo ringraziare Alterecho, che ci segue da anni qui a Rimini per tutti gli aspetti dell'audio, e che con esperienza, perizia, responsabilità e tante notti in bianco ha saputo trovare soluzioni eccezionali ed è riuscito ad armonizzare un coro di quelle dimensioni con un'assemblea di ventimila persone che cantano e battono le mani. Posso dire che il successo del nostro evento è il risultato di una forte collaborazione a quattro fra noi, CBRR, Rimini Fiera e i fornitori esterni."

Aggiunge Manuela Bobini, project leader di Convention Bureau della Riviera di Rimini: "RnS viene a Rimini due volte all'anno: in primavera con la Convocazione nazionale (20.000 persone), in autunno con la Conferenza degli animatori, circa 5.000 partecipanti. Le esigenze di RnS sono una grande sala allestita con sedute per migliaia di persone; un palco importante per gli ospiti e il coro; un'area per esposizione e vendite di 6.000 mq; un'area da allestire per i bambini, divisi per età; uno spazio chiamato 'penitenziera' e una piccola cappella. E poi, bar e punti di ristoro. In Fiera l'evento occupa 4 padiglioni."

Conclude Stralla: "Qui abbiamo trovato da parte di tutti, Convention Bureau, Rimini Fiera e fornitori, una collaborazione eccezionale, grande professionalità e anche una forte disponibilità. E poi, Rimini, conosciuta come luogo del divertimento, per noi è luogo privilegiato di evangelizzazione, perché proprio qui a Rimini tante vite sono state trasformate."



Riccione

Un nuovo palazzo dei congressi nel cuore della città

Aprirà il prossimo anno il nuovo Palazzo dei Congressi di Riccione, e nascerà proprio nel centro più vitale della città.

Costruito in vetro e acciaio, sarà una struttura all'avanguardia sia dal punto di vista architettonico che tecnologico. Le sue caratteristiche sono polivalenza, modularità degli spazi, flessibilità. E, sopra alla grande terrazza panoramica, pannelli fotovoltaici cattureranno i raggi del sole.

Ma il suo vero punto di forza, l'elemento che farà della struttura qualcosa di unico nel panorama internazionale dei più moderni centri congressi, è la posizione: nel cuore della città, il "salotto" di viale Ceccarini, con le sue vie alberate, le boutique più esclusive, i locali più trendy, il lungomare.

Uscendo dal palazzo, il congressista troverà nel raggio di poche centinaia di metri 460 alberghi, 100 ristoranti, 200 bar e pub, più di mille negozi con proposte originali, estrose, raffinate, di classe e una incredibile scelta di occasioni per il divertimento e il relax.

Il progetto ha riservato un'attenzione particolare al legame con il tessuto urbano circostante: intorno a questo edificio dalle linee avveniristiche, completamente ricoperto di vetro, prenderà forma una bella piazza di collegamento; ci saranno parcheggi interrati; verranno piantati altri alberi.

Con il nuovo Palazzo dei congressi, Riccione - la Perla Verde dell'Adriatico, con 1.400 camere in alberghi 5 e 4 stelle - si propone al mercato internazionale degli eventi come una destinazione a misura d'uomo, dove ad accogliere il congressista non è solo la nuova struttura, ma tutto il sistema-città.

Caratteristiche

Il Palazzo dei congressi di Riccione avrà 5 sale congressi modulari, disposte su due livelli

Primo livello: foyer e servizi di accoglienza

Terzo livello: sala plenaria da 1.400 posti, divisibile in due sale più piccole. Tutto il terzo livello può diventare un'area di 1.800 mq utilizzabile come spazio espositivo o per catering

Quarto livello: 3 sale modulari da 45 a 680 posti

Quinto livello: "Riccione City Eye": terrazza-ristorante panoramica con vista mare per colazioni di

lavoro, cene di gala e altri eventi (270 mq coperti + 280 mq all'aperto copribili + estensione outdoor di 700 mq)

Inoltre:

- parcheggi interrati
- galleria commerciale
- al secondo livello, una multisala cinematografica che potrà essere utilizzata anche a fini congressuali.

Congressi "made in Riccione"

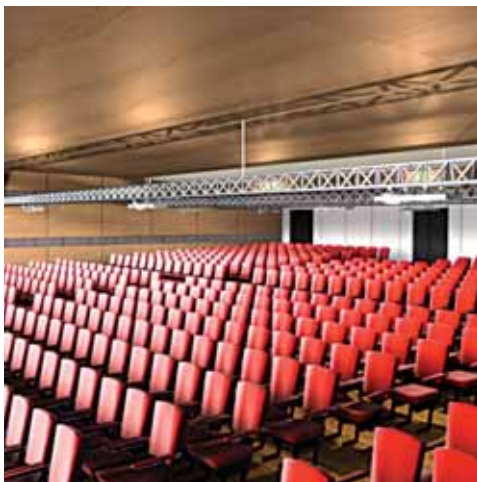
"Sarà un Centro Congressi di ultima generazione, ma soprattutto avrà due importanti punti di forza," spiega Giorgio Montanari, presidente di Palariccione SpA. "La posizione, nel cuore di Riccione: intorno al Palazzo dei congressi sarà tutto a *walking distance*. E le dimensioni della città in cui sorge, una cittadina a misura d'uomo, ma nello stesso tempo una località con una forte personalità, che ha sempre saputo lanciare le mode, che fa tendenza."

Tutta quanta la città è coinvolta in questo obiettivo. Gli alberghi stanno lavorando per elevare gli standard di qualità, i negozi rivedono gli orari di apertura.

"Stiamo intervenendo sull'arredo urbano. Intorno al Palazzo dei congressi ci sarà un'area omogenea, con i servizi, i parcheggi, lo shopping, i ristoranti. Lavoriamo sulla crescita complessiva della qualità cittadina."

In questi mesi Riccione sta promuovendo la destinazione con il suo nuovo centro congressi sui mercati esteri, da Bruxelles a Zurigo a Monaco a Francoforte. "Il messaggio che vogliamo trasmettere è quello di tutta una città che si propone ai congressisti. Riccione non è più soltanto una cittadina balneare, ma una destinazione che ha saputo trasformarsi per mettere a disposizione del mondo dei congressi la sua forte tradizione di ospitalità."

Conclude Montanari: "La Riviera di Rimini rappresenta la vera novità del panorama congressuale italiano, con i suoi due nuovi palazzi dei congressi progettati con criteri all'avanguardia, che apriranno a Riccione nel 2007 e a Rimini nel 2008. Vogliamo proporci sul mercato non come singole strutture, ma come un'unica destinazione di eccellenza con la sua proposta articolata."





Il successo di un evento: professionisti al servizio del cliente



"Volevamo creare qualcosa di memorabile", racconta il direttore del Convention Bureau, Stefania Agostini. "Ma il nostro obiettivo era quasi una sfida: realizzare la presentazione di una struttura che ancora non esiste - il nuovo Palacongressi di Rimini - in modo da suscitare l'interesse dei potenziali buyer a cui ci volevamo rivolgere. Così abbiamo pensato di coinvolgere quelle stesse professionalità del territorio che proponiamo ai nostri clienti e insieme abbiamo realizzato una presentazione che ha prodotto risultati addirittura superiori alle nostre aspettative."

I partecipanti sono stati protagonisti di un evento fortemente emozionale, con videoproiezioni digitali su tutte e grandi schermi tutt'intorno, con musiche, giochi di luce e una voce narrante. La presentazione virtuale - 12 minuti - realizzata nell'Auditorium del Palacongressi, ha avvolto gli ospiti, che si sono trovati al centro della scena, accompagnandoli in un viaggio nello spazio e nel tempo. Con l'utilizzo delle più nuove soluzioni tecnologiche e di regia teatrale.

L'evento è stato il frutto della collaborazione fra Convention Bureau della Riviera di Rimini, l'Ufficio Tecnico e Progetti del Palacongressi, la scenografa Lucia Goj, Alterecho per il progetto, impianti audio e illuminotecnica, Ideogamma per la produzione e realizzazione delle videoproiezioni, Digital Art Center per i rendering.

Spiega Annalisa Giannini, coordinatore commerciale di CBRR: "Il messaggio che ci proponevamo di trasmettere era: vogliamo farvi vivere quello che troverete nel nuovo Palazzo dei congressi di Rimini, ma vogliamo anche farvi toccare con mano quello che sanno darvi in fatto di creatività, soluzioni adottate, innovazione, hardware e software le realtà che trovate nel nostro territorio e che possono assistervi per i vostri eventi. Perché siamo convinti che dietro ad ogni show ci devono essere non solo dei grandi tecnici, ma delle professionalità 'trasversali', che sappiano muoversi sia in campo tecnologico che creativo."

Alterecho, che opera da vent'anni nel settore della diffusione sonora e illuminotecnica, ha utilizzato per l'occasione un nuovissimo impianto audio per ampi spazi, controllato da computer. "E' una nuova

attrezzatura che siamo tra i primi ad usare", spiega Flavio Migani, "e che richiede personale altamente specializzato".

Anche l'impianto luci era realizzato con fari intelligenti motorizzati, mossi da un sistema di controllo via radio; 250 i punti luce. "Lavoriamo da molti anni con il Palacongressi," prosegue Migani. "E la proposta che ci era stata fatta era stimolante: crediamo molto nel lavorare insieme, perché le sinergie locali portano ricchezza al territorio." Alterecho, che è stata impegnata con i suoi tecnici a Pechino per l'inaugurazione dell'anno Italia-Cina 2006, era in partenza per l'Australia per occuparsi dell'audio e delle luci nello spettacolo d'apertura dell'Adelaide Festival of Arts.

Ideogamma ha curato la produzione e la realizzazione delle videoproiezioni. Sergio Metalli ha al suo attivo moltissimi lavori teatrali e operistici con scenografie virtuali realizzate per registi di tutto il mondo. "Questo evento è nato da una serie di riunioni dove ognuno di noi ha dato tutto se stesso. Alla base del risultato c'è il rapporto di stima, il rispetto delle idee altrui, una sensibilità comune. Il nostro lavoro è una ricerca continua della perfezione nei particolari, sapendo che la sensibilità non può essere controllata dalle macchine e che ad ogni cliente dobbiamo dare un evento realizzato appositamente per lui".

L'Ufficio Tecnico e Progetti del Palacongressi, che sotto la guida di Edoardo Zangheri e Luciano Paci realizza per i clienti le elaborazioni su computer dei possibili allestimenti scenotecnici, ne ha curato la direzione tecnica, artistica e il coordinamento, a fianco della scenografa teatrale Lucia Goj (che tra l'altro è stata fortemente impegnata nelle scenografie di alcuni dei momenti più rilevanti di Torino 2006).

"Abbiamo voluto creare un percorso emozionale", spiega Paci. "Questa produzione ad alta tecnologia è stata il frutto di un lavoro di team e dell'apporto di realtà diverse, resa possibile grazie alle grandi potenzialità del Palacongressi".

Conclude Stefania Agostini: "L'esperienza e la creatività dei nostri collaboratori è a disposizione degli organizzatori di eventi: oggi, nell'attuale Palacongressi di Rimini, e dal 2008 in quello nuovo".

Profilo dell'evento

Presentazione virtuale
del nuovo Palacongressi di Rimini

Progettazione e realizzazione:

Convention Bureau della Riviera di Rimini
Ufficio Tecnico e Progetti del Palacongressi
Lucia Goj, scenografa
Alterecho (Rimini),
progetto, impianti audio e illuminotecnica
Ideogamma (Rimini),
produzione e realizzazione videoproiezioni
Digital Art Center (Riccione),
rendering del nuovo Palacongressi

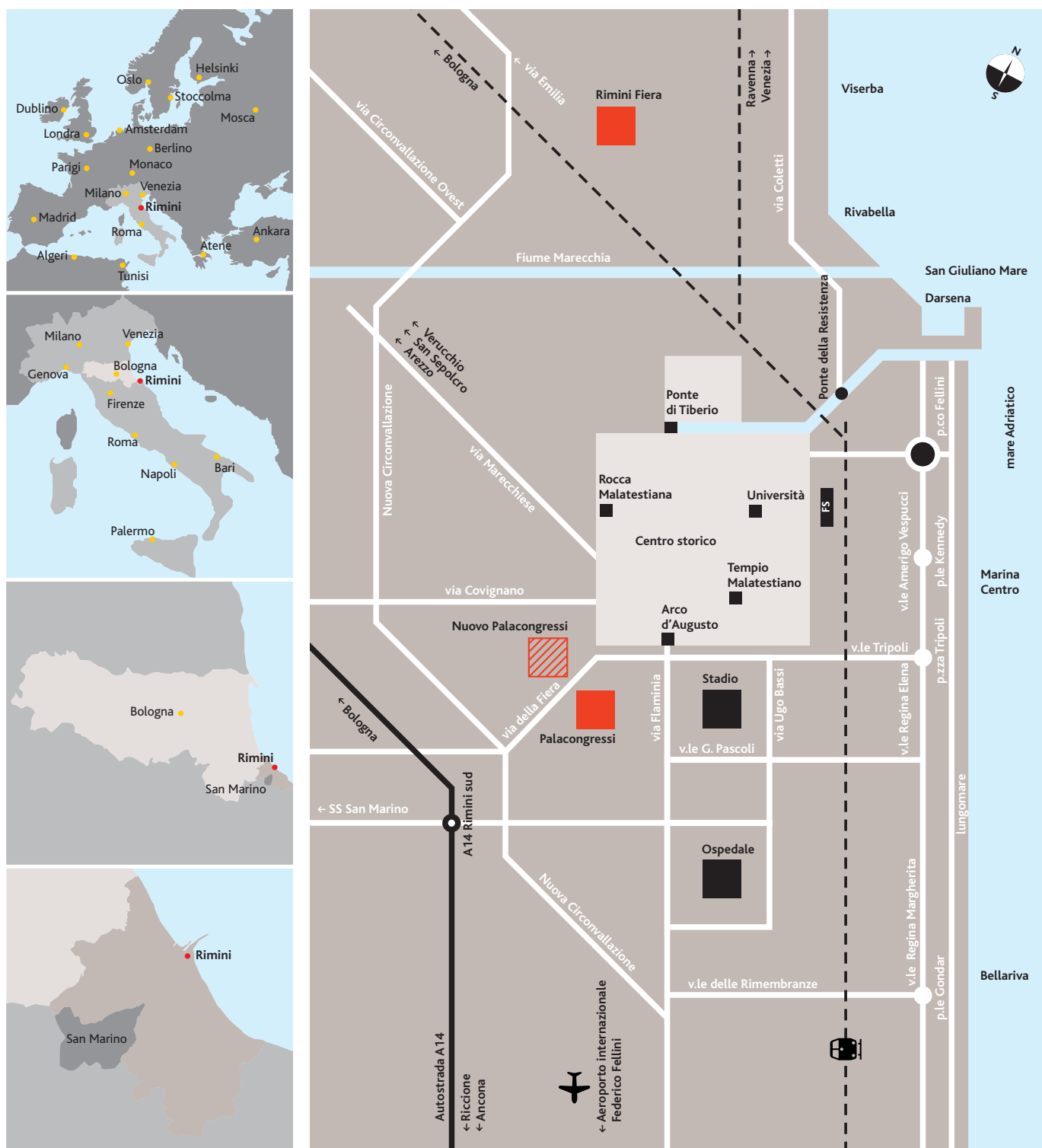


Alta tecnologia e creatività

- 7 videoproiettori da 10.000 a 25.000 ansilumen in alta definizione
- 1 sistema di server grafici e mixer Sxvga per miscelare i segnali video da computer
- animatori tridimensionali e graphic designer per gli effetti speciali
- 5 schermi per retroproiezioni fino a 20x6 m
- proiezioni video e luci su 3 tulle supergobelin di 30x8 m e 20x10 m
- 250 proiettori luci controllati in trasmissione wireless per un totale di 300.000 watt
- impianto audio Line Array, nuovo brevetto per diffusione sonora per le grandi distanze
- apparecchiature di ultima generazione per la trasmissione audio digitale in fibra ottica
- 400 m di americane movimentate da 70 motori elettrici



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-47900 Rimini
tel. +39 0541 711500
fax +39 0541 711505
info@riminiconvention.it
www.riminiconvention.it

