



I protagonisti della destinazione

Esperienza, capacità, lungimiranza e perseveranza. Quattro caratteristiche per tre voci autorevoli della destinazione che ci delineano novità, proiezioni, benefit e opportunità



Carlotta Ferrari direttore di Firenze Convention & Visitors Bureau e presidente di Convention Bureau Italia. A destra, Piazza della Signoria a Firenze, un evergreen. Nella pagina accanto, scatto in notturna della seducente Firenze

Firenze Convention & Visitors Bureau: la regia perfetta per concertare qualsiasi tipologia di evento. Il suo direttore è Carlotta Ferrari - anche presidente di Convention Bureau Italia -, che abbiamo intervistato.

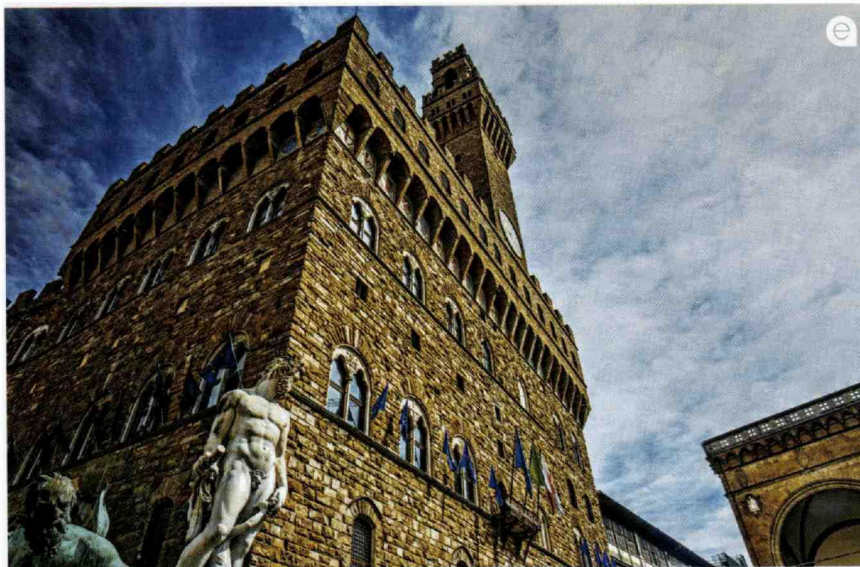
È un'istituzione e un punto di riferimento per il Mice, il Firenze Convention & Visitors Bureau. Soprattutto, traduce in linee concrete intenzioni e opportunità. Ci accenna le principali novità che ha in serbo per l'autunno 2017?

«Siamo orgogliosi di dire che sempre più aziende scelgono di fare parte del nostro network e di essere quindi rappresentate da noi. Nell'ultimo anno, infatti, i soci sono cresciuti da 235 a oltre 270. E sono dati del primo semestre. Pensiamo che questo sia un chiaro segnale della fiducia che ci siamo conquistati traducendo le intenzioni in azioni e portando risultati importanti a

beneficio della destinazione e degli addetti che vi operano. Per la seconda metà del 2017 abbiamo in serbo tante novità e una su tutte sarà la presentazione di un nuovo piano di incentivi con agevolazioni e numerosi benefit dedicati alle aziende che scelgono Firenze per i propri eventi. Ma non solo: il piano incentivi dedicato al corporate ci permetterà di attirare sempre più eventi di alto valore e impatto economico in città grazie a una campagna di comunicazione online e offline che lanceremo tra la fine del 2017 e tutto il 2018. Non possiamo anticiparvi altro ma siamo certi che vedremo presto i risultati di questo progetto».

Operatività e fruibilità: quali le chiavi di accesso per scenari congressuali sempre più efficaci e con quali sinergie?

«Un piano di incentivi dedicato al mondo dei grandi congressi internazionali è stato messo in atto e creato grazie alle sinergie tra noi e i più importanti attori e operatori della città, per esempio il centro congressi di Firenze, Firenze Fiera Congress and Exhibition Centre, e i fornitori di servizi quali Tecnoconference Tc Group e Gerist. Ma ci tengo a ribadire che gli scenari





► 1 ottobre 2017



più importanti per il futuro di questo settore si aprono grazie al nostro modello di governance che prevede la creazioni di rapporti solidi e concreti tra noi, azienda privata, e le istituzioni locali: la nostra partnership ufficiale con il comune di Firenze grazie alla vittoria di un bando nel 2015 che ci ha dato il riconoscimento di realtà preposta alle attività di promozione nell'ottica di attrazione di congressi e di eventi e la recente partnership ufficiale con Toscana Promozione Turistica, soprattutto per le attività legate al destination wedding. Questi sono elementi imprescindibili per rendere una città competitiva e attiva nello scenario internazionale delle destinazioni Mice».

Ogni meta raggiunta comporta in automatico nuovi obiettivi. Quali sono per il 2018 quelli di Firenze Convention & Visitors Bureau?

«Firenze è una destinazione Mice e fino a oggi questo è stato il nostro core business. Abbiamo però ampliato il raggio di azione con l'apertura della divisione Tuscany for Weddings nel 2015, molto importante per l'attrazione dei grandi eventi in città e su tutto il territorio toscano. Ma noi abbiamo voluto puntare ancora più in alto aprendoci anche al mercato del turismo leisure, la nostra ultima scommessa, con il progetto Destination Florence. Confrontandoci con tante altre destinazioni europee, abbiamo intuito che un

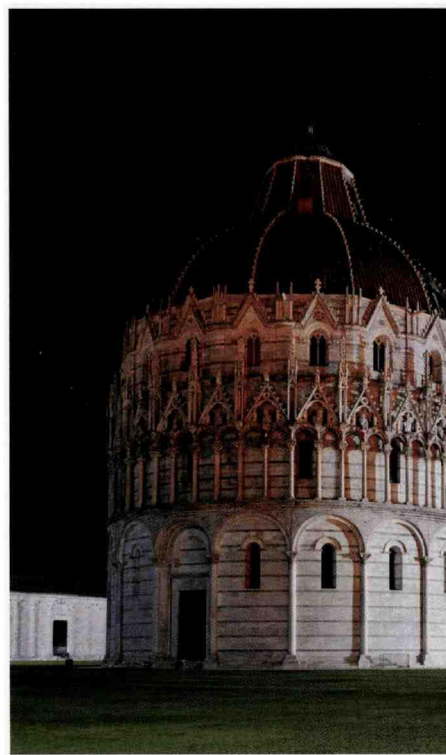
la città verrà promossa anche a un target cosiddetto leisure, cercando di intercettare un turismo ad alta capacità di spesa con azioni promozionali mirate e coordinate con i principali soggetti nazionali. Il progetto – che si sviluppa con diversi strumenti, tra cui la piattaforma destinationflorence.com sarà un modello di riferimento unico nel suo genere e oggetto di grandissima visibilità

Firenze, new opening

Grandi classici e sorprendenti inediti. Firenze seduce così, e le sue new entry si susseguono in uno straordinario ritmo di attesa e sorpresa. Alcune news: sono state riaperte le Sale del Botticelli agli Uffizi, arricchite dell'Annunciazione. I nuovi spazi sono ricavati, in parte, da quello che era il Teatro Mediceo disegnato da Bernardo Buontalenti e le opere vanno dai capolavori del Ghirlandaio e del Pollaiuolo a due tele cult: la Primavera e la Nascita di Venere di Botticelli. Il 31 luglio, invece, è stato inaugurato il Centro Internazionale per le Arti dello Spettacolo Franco Zeffirelli, nello storico Complesso di San Firenze: il regista, fiorentino, ha aperto la sua sconfinata biblioteca personale con oltre diecimila volumi d'arte, storia, letteratura, spettacolo. E poi migliaia di disegni, bozzetti, copioni, sceneggiature, libretti d'opera, fotografie e filmati. Dopo anni di lavori e un ingente investimento, ha riaperto i battenti il Museo degli Innocenti, un pezzo di storia della città progettato dal Brunelleschi, la prima collezione museale in Italia dedicata ai diritti dell'infanzia. Circa ottanta opere – anche a firma dei Della Robbia, di Botticelli e del Ghirlandaio in un percorso museale che tocca tre linee tematiche: storia, architettura e arte. Spazi tutti nuovi, tesori restaurati e tematiche che fanno riflettere.



► 1 ottobre 2017

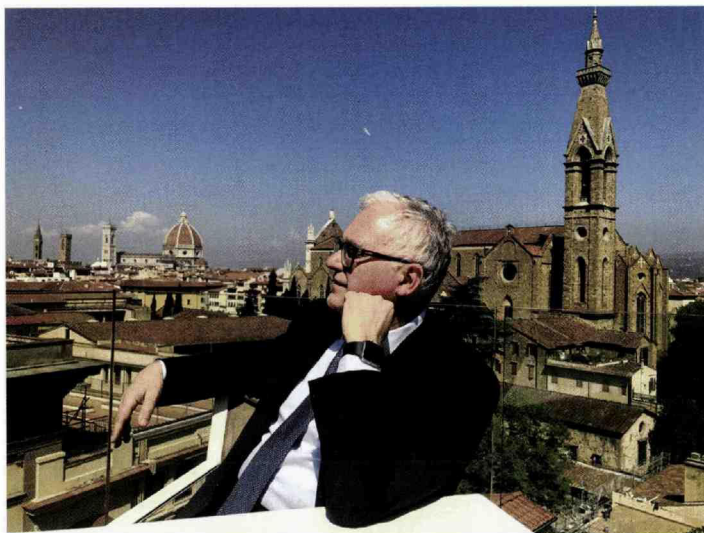


convention bureau ha un naturale sviluppo anche nel mercato del turismo leisure e abbiamo accolto la sfida. Il progetto Destination Florence rappresenta in questo senso un'esperienza unica in quanto realizzato da Fcvb, società totalmente privata, ma in partnership con il comune di Firenze. Con il progetto Destination Florence

sia dal punto di vista della governance individualta sia delle strategie di sviluppo».

Giancarlo Carniani, general manager di ToFlorence Hotels

Alcune considerazioni, ora, da parte di una delle figure di riferimento della meeting industry fiorentina: Giancarlo Carniani, general manager di ToFlorence Hotels.



La sua esperienza nel turismo, anche e soprattutto congressuale, la precede. Come percepisce lo scenario attuale della meeting industry italiana?
 «Vedo uno scenario in continuo cambiamento. Il rapido sviluppo delle tecnologie ha fatto sì che anche il settore Mice si sia dovuto riadattare a modalità di incontro sempre più nuove. Vedo ancora, purtroppo, sale congressi negli hotel con format molto vecchi e sorpassati. Il cambiamento è quella parola magica che anche nella meeting industry va affrontata con consapevolezza e preparazione. Pena il fallimento».

Lei è l'ideatore, il fondatore e il direttore scientifico di Bto, Buy Tourism Online. Il suo sguardo, quindi, è allenato a guardare lontano. Quali sono, secondo lei, i progetti da mettere a fuoco per dare nuovi impulsi e sinergie al Mice a Firenze?
 «Bto mi ha dato la possibilità di avere una visione privilegiata sull'online e di poter in questo modo intravedere con anticipo i trend futuri. Il fatto che la manifestazione si svolga in que-



► 1 ottobre 2017



sta città, ha fatto sì che si venisse a creare un "microclima" favorevole allo sviluppo di progetti molto interessanti e spesso innovativi. Un esempio è la straordinaria vivacità del Firenze Convention Bureau, che attraverso il progetto Destination Florence e il network di soci privati attivissimi sta riuscendo a dare sinergia a tutto l'universo turistico che gravita attorno alla città: Mice, leisure e wedding».

Una destinazione, Firenze, con molte carte da giocare. Ma quali sono, invece, le criticità cui eventualmente ovviare?

«La criticità maggiore è sicuramente la grande congestione turistica nel quadrilatero del centro e non mi piace nessun progetto che ne veda il contenimento forzato. Bisognerebbe lavorare intelligentemente per distribuire i flussi su tutta la città, rimodernare i servizi aeroporto in primis e studiare nuove forme di investimento utilizzando anche le entrate della tassa di soggiorno. Un'altra criticità è il rinnovo dell'area congressuale della Fortezza da Basso, ma grazie alla Camera di Commercio i lavori dovrebbero finalmente partire entro il 2018».

Le strutture ricettive da lei dirette rappresentano un abstract della destinazione in binomio con le più avanzate tecnologie. Progetti per l'autunno-inverno 2017-2018?

«Bisogna sempre guardare avanti. Il nostro gruppo alberghiero è ancora piccolo e con strutture solo a Firenze ma il nostro obiettivo nei prossimi cinque anni è crescere ed essere presenti nelle maggiori città italiane. Il mio sogno nel cassetto è quello di lavorare presto a un concept alberghiero decisamente innovativo, un concentrato di tecnologie senza tralasciare il fattore umano. Ma non posso anticipare troppo, vi toglierei la sorpresa».

E da Firenze ci si dirige a Pisa, dove spicca Evinco, agenzia di eventi, incentive, congressi e comunicazione. Ecco l'intervista rilasciata da Barbara Mori, presidente di Evinco.



Barbara Mori, presidente di Evinco. A sinistra, l'Unesco di piazza dei Miracoli di Pisa

Pisa è un cluster congressuale fondamentale, nell'assetto della destinazione Toscana. Quali sono, secondo lei, i punti di forza della città e quali, invece, quelli che potrebbero essere riconsiderati e perché?

«Parlando di "destinazione Toscana", Pisa presenta punti di forza molteplici. In tal senso, sul piano logistico e nel contesto di congressi internazionali, la presenza di un aeroporto internazionale "in città" e con un ventaglio molto ampio di collegamenti – anche con voli low cost –, costituisce una marcia in più. La strategia di gestione dell'aeroporto Galileo Galilei vede costanti acquisizioni di rotte dirette e con orari efficaci e oggi anche il business utilizza i low cost, per praticità ed efficienza. Oltre all'aeroporto, la presenza di centri di eccellenza quali l'Ospedale, l'Università, la Scuola Superiore Sant'Anna, la Scuola Normale e il Cnr consentono il riconoscimento di Pisa e il suo posizionamento in un contesto scientifico e culturale di alto livello. Un polmone verde ancora poco conosciuto è il Parco Naturale di San Rossore, tra il centro e il mare, che

Offerta congressuale per ambiti territoriali

	Strutture	Sale	Posti	N.° medio sale	N.° medio posti
Firenze	103	400	53.969	3,9	524
Siena	41	102	11.414	2,5	278
Lucca	29	97	10.510	3,3	362
Pisa	26	97	9.512	3,7	366
Grosseto	20	59	6.166	3,0	308
Livorno	18	55	7.470	3,1	415
Pistoia	17	78	7.579	4,6	446
Arezzo	16	68	8.271	4,3	517
Prato	9	27	4.118	3,0	458
Massa Carrara	5	14	1.540	2,8	308
Totale	284	997	120.549	3,5	424

Fonte: Centro Studi Turistici di Firenze



► 1 ottobre 2017

L'offerta Mice della regione			
	Strutture	Sale	Posti
Alberghi congressuali	199	640	53.049
Dimore storiche	40	159	13.733
Centri congressi/Altre location	39	184	37.728
Spazi per grandi eventi	6	14	16.039
Totale	284	997	120.549

ha iniziato a vivere "momenti di gloria" dal 2015, da quando il Toscana Endurance Lifestyle ha scoperto il suo ippodromo. Che ora è scenario di appuntamenti endurance: nel 2018 il campionato europeo e nel 2019 due campionati mondiali. Sul piano dei "miglioramenti" è da citare la valorizzazione mirata di location per eventi già esistenti e in progetto a breve e medio termine e il collegamento ferroviario con la vicina Firenze. A monte di questi aspetti, però, va segnalata la necessità di un stretto rapporto di confronto tra la municipalità e gli addetti ai lavori, richiesto a gran voce da anni e ancora in alto mare»

Evinco, agenzia di eventi, congressi e incentive, di cui lei è presidente, è una realtà consolidata. Ci delinea una panoramica dei suoi campi di azione e con quale approccio è sempre in prima linea?

«Evinco è una realtà consolidata in quanto costituita da due ex colleghe con decenni di esperienza alle spalle nella realizzazione in toto di eventi a partire dai congressi medico-scientifici, di gestione di società scientifiche e di uffici congressuali di aziende farmaceutiche in outsourcing, cui si aggiungono il supporto logistico organizzativo e di comunicazione di festival e mostre.

Sebbene Evinco risalga al 2014, il capitale umano è quasi storia. In un mercato estremamente difficile nel quale oggi si collocano la convegnistica e gli eventi, nel quale la concorrenza non è leale, la professionalità è un optional, il meeting planner è un costo da ridurre ai minimi termini, a nostro avviso la qualità del servizio continua a fare la differenza. Occorrono determinazione, costanza, perseveranza e pazienza. Passione per il proprio lavoro. Attenzione ai cambiamenti, capacità di osservazione e di ascolto».

Quali sono gli eventi che le hanno dato maggiore soddisfazione e quali, invece, quelli che vorrebbe fortemente organizzare?

«Non è un caso che il nostro claim sia "sembra sempre impossibile fino a quando qualcuno lo fa". A partire dal nostro percorso, dalle nostre scelte. Per strada abbiamo spesso affrontato situazioni difficili tanto da, "contro tutto e tutti", riuscire a proporre soluzioni che poi hanno dato risultati forse oltre il previsto. E questo grazie all'impegno e al bisogno di soddisfare il cliente, di dargli una soluzione fattibile e vincente, sebbene non immediata e non di facile realizzo. Abbiamo contribuito alla crescita di eventi con oltre dieci anni di storia alle spalle, condividendo soluzioni innovative, studiando il mercato di riferimento e ponendoci in prima persona, mettendoci sempre la faccia. Perché è vero che siamo nell'era web, ma il contatto umano ha ancora un valore importante, se sapientemente espresso. Il sogno nel cassetto non riguarda la tipologia di evento, ma il comune denominatore: il mix "perfetto" tra comunicazione, realizzazione e utilità sociale, formativa e informativa, ovvero la conoscenza. Nel rispetto delle professionalità e dei relativi riconoscimenti».

Siena, i suoi gioielli e i suoi colori: un patcoscenico perfetto per il Mice amante del bien vivre e dell'arte

