

# PROGRAMMA BTC 2014

Fortezza da Basso, Firenze



## MARTEDI 11 NOVEMBRE

09.30

### APERTURA DI BTC 2014

10.00-11.30

Sala Volta

#### EXPO 2015 E GLI EVENTI AZIENDALI:

#### OPPORTUNITÀ, CRESCITA E IMPLICAZIONI PER IL MONDO CORPORATE

Organizzato da: **MPI Italia e Cisalpina Tours**

**Rosemarie Caglia**, *Responsabile marketing Cisalpina Tours*

**Giulio Carloni**, *Caporedattore Quality Travel*

**Luca Corsi**, *Communication & events manager Vorwerk Folletto*

**Maria Guadalupe Lucasevich**, *Director Cisalpina MICE*

**Olimpia Ponso**, *Autrice, Presidente MPI Italia*

Modera: **Margherita Franchetti**, *Direttore Event Report*

Per il secondo anno MPI Italia collabora con Cisalpina Research per scandagliare il mondo corporate attraverso una ricerca finalizzata a mettere in luce le sfide e le opportunità che le aziende affrontano nella gestione dei loro eventi in vista di Expo 2015. Tra gli interrogativi: qual è l'immagine che Expo 2015 esprime? In che modo le aziende si stanno preparando a questo evento di portata mondiale? Quanta parte di investimenti aziendali verranno legati a Expo 2015? Quali saranno i vantaggi ed eventualmente le sfide che le aziende rileveranno nell'organizzazione dei loro eventi e nello sviluppo di piani marketing e comunicazione prima, durante e dopo Expo? La ricerca si inquadra nel progetto Experience & Perform avviato da Cisalpina Tours e patrocinato da MPI Italia, attraverso il quale il mondo corporate si incontra e confronta su temi di attualità legati al MICE, alla comunicazione e al marketing. Al termine della tavola saranno consegnati gli MPI Italia Recognition Awards, attribuiti a soci e non soci che nel corso dell'anno 2013-2014 hanno contribuito alla crescita del Capitolo.

10.00-11.00

Sala Arco

#### LA CORRETTA GESTIONE DEL WEB MARKETING DAL PUNTO DI VISTA LEGALE:

#### COSA DICE LA GIURISPRUDENZA SU SOCIAL MEDIA, EMAIL, RECENSIONI E DIRITTO ALL'OBBLIO

**Monica Gobbato**, *Avvocato, docente, autrice di diritto digitale e della privacy*

L'intervento intende offrire le basi giuridiche per una corretta gestione del marketing online, con particolare riferimento ai principali social network quali Twitter, Facebook e LinkedIn e al loro utilizzo anche tramite dispositivi mobili. Si parlerà anche di email marketing, di privacy (anche con riferimento al nuovo Regolamento Europeo), di diritto all'oblio e della problematica delle recensioni con la relativa giurisprudenza sui casi Booking e Tripadvisor. Il seminario si focalizzerà anche sull'importanza e il contenuto di identità digitale e criminalità informatica. I temi saranno approfonditi sotto un profilo legale ma con attenzione alla comunicazione.

10.00-11.00

Sala

Monumentale 1

#### GLI EVENTI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE:

#### OPPORTUNITÀ DI CONDIVISIONE O STERILI VETRINE?

Organizzato da: **Unicom**

**Donatella Consolandi**, *Presidente Unicom*

Compresa nei piani di comunicazione di tutti gli enti pubblici, l'organizzazione di eventi rappresenta una buona percentuale del budget destinato alla divulgazione delle iniziative realizzate. Gli eventi, considerati irrinunciabili dalla PA per la capacità di essere al tempo stesso mezzo di comunicazione e di relazione, occasione per un contatto diretto, personale e spesso informale, esprimono altresì i concetti di "prossimità" e di "trasparenza". Affinché costituiscano però un dialogo, in grado di creare i presupposti per un immediato feedback, devono essere strutturati come occasioni di contatto diretto con il target e non quali vetrine autocelebrative dell'ente o "compitini" realizzati solo perché previsti dalla programmazione comunitaria.

11.00-11.30

Ingresso Padiglione

### CERIMONIA DI INAUGURAZIONE E TAGLIO DEL NASTRO

11.30-12.30

Sala Scherma

### CONFERENZA STAMPA DI APERTURA

11.30-12.30

Sala Arco

#### LEADERSHIP ED ENGAGEMENT: LA LEADERSHIP PER MOTIVARE È "OPEN"

Organizzato da: **Learning Center Federcongressi&eventi**

Introduce: **M. Gabriella Gentile**, *Responsabile Learning Center Federcongressi&eventi*

**Paolo Bruttini**, *Presidente Forma del Tempo*

Nella complessità occorre sviluppare l'innovazione e aumentare le performance e non c'è nulla di tutto questo senza coinvolgimento. Coinvolgere è il lavoro del leader, ma la leadership sta cambiando. Un leader oggi è engaging se



sa stimolare dinamiche e processi di auto-organizzazione. Il compito della leadership è creare un clima, una cultura nel gruppo di lavoro. L'attenzione alle persone e alle relazioni contribuisce a costruire un patrimonio che è strategico per il successo dell'azienda. Il ruolo del leader è quindi quello di creare opportunità di espressione e di sviluppo delle conoscenze e delle competenze dei propri collaboratori, di facilitare le relazioni, creando un clima di fiducia reciproca e di coinvolgimento, stimolando alla creatività e all'innovazione. Come possono le imprese e chi sta alla loro guida evolvere in questa direzione? Nel corso del seminario verranno introdotti i principi che sono alla base di questo nuovo modello, "Open Leadership", e presentate alcune case history di successo.

**11.30-12.30**

 Sala  
Monumentale 1

**L'EVENTO SOSTENIBILE SECONDO LA ISO 20121:  
NON SOLO UN EVENTO GREEN MA UN INVESTIMENTO PER IL FUTURO**
**Paolo Gianoglio**, *Direttore ICIM, ente di certificazione indipendente*

Quando si parla di evento sostenibile si pensa a un evento "green", che presuppone grande attenzione all'impatto ambientale, oppure a un evento difficile da organizzare, più costoso e più oneroso in termini di risorse umane da mettere in campo. Forse è necessario ricominciare da capo. Il valore di organizzare un evento sostenibile secondo la norma internazionale ISO 20121 sta in 3 parole: equilibrio, innovazione, creatività. Equilibrio tra gli impatti sociali, economici e ambientali generati dall'evento; innovazione nello sfruttamento delle risorse per ridurre sprechi e consumi, nell'impiego degli investimenti, nelle modalità organizzative; creatività nelle soluzioni senza perdere di vista lo scopo primario dell'evento, capitalizzando l'esperienza per l'evento successivo. La sostenibilità si traduce in crescita economica e valorizzazione delle imprese e delle persone nella piena soddisfazione del cliente. Nel seminario anche il racconto di casi concreti con eventi di tipologie diverse (istituzionale, corporate, formazione, fiera internazionale, sport) che hanno scelto di certificarsi secondo la 20121.

**12.00-13.00**

Sala Volta

**L'INNOVAZIONE NELLE SEDI PER EVENTI: I NUOVI TRENDS DI MERCATO  
E LE TECNICHE DI MARKETING E VENDITA PER CAVALCARLI**
**Rob Davidson**, *Fondatore MICE Knowledge*

Il mercato delle sedi per eventi sta cambiando rapidamente: alla tradizionale offerta di alberghi e centri congressi si affiancano ora strutture quali musei, attrazioni turistiche, spazi inusuali e location innovative che entrano nella competizione facendo presa soprattutto sugli organizzatori e i delegati più giovani. Le sedi tradizionali devono reagire velocemente e comprendere le nuove esigenze dei clienti e i loro obiettivi. Il seminario presenta i nuovi trends di innovazione del mercato e si focalizza sulle strategie di marketing e sulle tecniche di vendita con cui le location possono affrontare positivamente il cambiamento, illustrando una serie di case history internazionali di sedi grandi e piccole che hanno successo grazie a idee originali ed efficaci.

**12.30-13.00**

Sala Scherma

**PRESENTAZIONE ITALIA CONVENTION BUREAU**
**Carlotta Ferrari**, *Presidente Italia Convention Bureau*
**13.00-14.00**

 Sala  
Monumentale 1

**LA CERTIFICAZIONE PROFESSIONALE PER I COMPONENTI  
DELLA FILIERA CONGRESSUALE**
**Rodolfo Musco**, *CMP, CMM e componenti del Comitato Scientifico di MPI Italia*

Sessione di introduzione alla certificazione gestita da MPI Italia e iscritta nell'elenco dal Ministero dello Sviluppo Economico.

- Quali sono le figure tecniche e professionali che si possono certificare ai tre livelli
- Quali sono i contenuti per ciascun livello e ciascuna specializzazione tecnica e professionale
- Seminario sugli argomenti inclusi nei test per tutte le specializzazioni ("Tipologie di Meeting ed Eventi e loro Specificità", "Finalità ed Obiettivi delle Diverse Tipologie", "Etica Professionale", "Gestione dei Rischi")
- Iscrizioni per i test in lingua italiana
- Ritiro dei capitoli del manuale per la preparazione ai test di certificazione professionale

**13.30-14.30**

Sala Arco

**LEAD MANAGEMENT, OVVERO COME FAR FELICI I VENDITORI GENERANDO NUOVI CONTATTI DI  
QUALITÀ E CONVERSIONI PIÙ VELOCI**
**Fabio Lazzarini**, *Marketing Director Cribis DB*

Che cos'è il lead management e perché è così importante? Il mondo del marketing è sempre più complesso e il lead management sta assumendo sempre maggiore popolarità come strategia per creare domanda e fare in modo che il messaggio di marketing sia ascoltato attraverso tutti i canali. Il lead management consente alle aziende di costruire relazioni, generare contatti qualificati, migliorare la notorietà della propria marca soprattutto in mercati di nicchia e - fondamentale - chiudere nuovi contratti grazie a una migliore conoscenza del cliente e del prospect. Fare marketing è un lavoro duro: sviluppare un processo di lead management basato sull'acquisizione e gestione dei dati facilita la comprensione dei comportamenti di acquisto e l'integrazione delle attività di marketing all'interno del ciclo di vendita e aiuta ad adottare il giusto atteggiamento mentale per creare campagne personalizzate che stimolino l'acquisto da parte dei clienti senza opprimerli con messaggi pubblicitari.



**14.00-16.30**  
Sala Scherma

### **POLITICIANS FORUM**

#### **Il turismo congressuale e degli eventi risorsa per l'Italia. Il ruolo della politica per la competitività della destinazione**

Organizzato da BTC e da Federcongressi&eventi, il Politicians Forum ha l'obiettivo di illustrare a politici e amministratori locali il valore del settore congressuale e degli eventi per le singole destinazioni e per il Paese, anche al di là dei più comunemente noti benefici turistici. In Italia il settore genera un Pil pari a 16 miliardi di euro e occupa 290mila persone, ma fatica a essere considerato un comparto produttivo a pieno titolo. Il Forum è un'occasione di confronto dialettico fra politici e imprese, attraverso il quale delineare la strada per la valorizzazione strategica del settore a beneficio dell'intero Sistema Paese. Durante l'evento sarà presentato il Libro Bianco del Congresso Italiano, il documento con cui le imprese del settore congressuale delineano il posizionamento della destinazione Italia sul mercato internazionale degli eventi, ne analizzano le criticità ed evidenziano le azioni concrete che le amministrazioni (Governo, Regioni, Comuni) possono intraprendere per sostenere lo sviluppo del comparto. Dopo gli interventi, il dibattito si aprirà alla platea.

**Dario Nardella**, *Sindaco di Firenze*

**Piero Fassino**, *Sindaco di Torino*

**Cristiano Radaelli**, *Commissario Straordinario Enit*

**Giovanni Bastianelli**, *Direttore Agenzia per il Turismo Regione Lazio*

**Mario Buscema**, *Presidente Federcongressi&eventi*

**Carlotta Ferrari**, *Presidente Italia Convention Bureau*

**Paolo Audino**, *Amministratore Delegato BTC*

Modera: **Margherita Franchetti**, *Direttore Event Report*

**14.00-15.00**  
Sala Volta

### **MEETING DESIGN E PROGETTAZIONE CONTENUTI, LE NUOVE TECNICHE DI MASH UP PER ABBATTERE IL MURO FRA CHI PARLA E CHI ASCOLTA**

**Ferdinando Cocucci**, *CEO Brainwaves*

Tra meeting design ed engagement meeting, il linguaggio degli eventi tende sempre più a integrare quello che dice lo speaker con i contenuti che esprime l'audience. Le nuove tecniche di mash up speaking sfruttano modalità di progettazione e visualizzazione dei contenuti che non lavorano più sulla sequenzialità e sulla spettacolarizzazione, ma sull'organizzazione in mappe logiche e sull'evocazione. Prezi e i sistemi di touch speaking, che disgregano le certezze dei bullet point e dell'avanzamento slide, ne sono un esempio. Lo speaker diventa narratore, immerso in un impianto scenografico multiviso, "aumentato" dalla tecnologia o da incursioni teatrali con performer e guru, che si anima al suo racconto. Il palco si dematerializza, le slide anche. Il testo si fonde con le immagini e con una nuova multimedialità. Anche il rapporto tra chi parla e chi ascolta è ribaltato: la platea diventa community, connessa con iPad e smartphone al palco, pronta a commentare in diretta postando instant blog e orientando la discussione con instant tweet. Attraverso recenti case history, il seminario declina soluzioni per innescare l'audience. Oltre la comunicazione.

**14.00-15.00**  
Sala  
Monumentale 1

### **CONTENT MARKETING PER LE DESTINAZIONI: GENERARE CONTENUTI ATTRAVERSO GLI EVENTI E L'ESPERIENZA DEI PARTECIPANTI**

**Alessandro Fregni**, *Digital sales & inbound marketing Yocrowd*

L'intervento si propone di delineare i punti chiave per elaborare una strategia di content marketing per la promozione di una destinazione congressuale attraverso uno storytelling che mette al centro l'evento ospitato e l'esperienza del partecipante, co-autore della narrazione. L'approccio tradizionale dello storytelling mostra numerosi limiti sia in termini di engagement che di promozione della destinazione. È necessario quindi ripensare al ruolo dell'esperienza reale per introdurre autenticità e dinamismo nella creazione e propagazione dei contenuti. Cambiando prospettiva e dando maggiore valore a chi fruisce della destinazione attraverso gli eventi si potenzia la reputazione della destinazione stessa, si crea partecipazione e coinvolgimento emotivo durante gli eventi e si trasformano le esperienze dei partecipanti in uno straordinario strumento promozionale. Il seminario propone l'analisi degli strumenti disponibili e l'esempio di due case history ben documentate. In particolare si analizzerà come, attraverso il content marketing, la destinazione può massimizzare il ritorno sull'investimento (marketing B2B) e la soddisfazione dei partecipanti, rendendoli protagonisti e avviando processi virtuosi per il passaparola (marketing B2C).

**15.00-16.00**  
Sala Arco

### **GESTIONE DELLA REPUTAZIONE ONLINE: 10 STRATEGIE PER SUPERARE LE ASPETTATIVE DEGLI OSPITI GRAZIE AL WOW-EFFECT**

**Armando Travaglini**, *Consulente e formatore di web marketing turistico*

Nell'attuale mercato turistico le possibilità per un albergo di creare valore e differenziarsi rispetto ai concorrenti dipendono dalla qualità del servizio percepita da parte degli ospiti. L'albergatore deve considerare le opportunità e i rischi che derivano dalla creazione delle aspettative in fase di prenotazione: se le promesse sono mantenute o addirittura superate, offrendo al cliente un'esperienza memorabile, le opinioni saranno positive e contribuiranno a innescare un meccanismo di passaparola positivo. Per una struttura ricettiva è quindi fondamentale rivolgere l'attenzione al momento in cui il potenziale cliente ricerca le informazioni sul web: è il "Momento Zero della Verità", uno degli aspetti cruciali nel processo legato alla creazione delle aspettative. L'intervento approfondirà le 10 migliori strategie per generare il "WOW-Effect": sorprendere l'ospite offrendogli qualcosa in più di quanto promesso in fase di prenotazione.



**16.00-17.00**  
Sala  
Monumentale 1

**MOBILE FIRST STRATEGY:  
OTTIMIZZARE IL PROPRIO EVENTO PER TABLET E SMARTPHONE**  
**Domenico Palladino**, *Web marketing consultant*

Appurati i motivi per cui occorre ottimizzare i propri contenuti per i dispositivi mobili, la sessione si concentra sulle diverse modalità per promuovere l'evento in maniera efficace e sui fattori che concorrono a determinare, ad esempio, la scelta fra il dotarsi di un sito mobile o di un sito responsive. Si vede in quali casi è necessario realizzare un'app, per quali piattaforme (iOS, Android o entrambi), con quali caratteristiche per essere utile alla promozione dell'evento e quali sono le soluzioni possibili per contenere i costi di sviluppo. Infine, si parla di mobile engagement e di come utilizzare le piattaforme mobile in sinergia con i social media per coinvolgere il target di pubblico. L'incontro è rivolto a organizzatori di eventi, marketing manager, social media manager e responsabili PR.

**16.30-17.30**  
Sala Arco

**CWT TRAVEL PRICE FORECAST 2015: TARIFFE E TREND DI SPESA  
DEL PROSSIMO ANNO PER TRAVEL, MEETING ED EVENTI**  
Organizzato da: **Carlson Wagonlit Travel**  
**Geraldine Valenti**, *Senior Director CWT Solutions Group, EMEA*

In anteprima per l'Italia, Carlson Wagonlit Travel presenta la più recente edizione del Travel Price Forecast 2015 e, in anteprima per l'Italia, il nuovo approfondimento sul settore Meetings & Events, due indagini condotte annualmente a livello globale dal proprio centro ricerche di Parigi (quest'anno in collaborazione con la Global Business Travel Association) sui trend di costo di aerei, trasporti via terra, alberghi e location per eventi previsti per il prossimo anno a livello internazionale e in Italia. I dati forniscono indicazioni su dove e quando sarà più conveniente organizzare un evento nel 2015, quali destinazioni sceglieranno gli event manager dei grandi mercati internazionali e quali saranno i trend di spesa dominanti. Dello studio vengono evidenziati i dati specifici del mercato meeting & events e quelli relativi al mercato italiano.

**17.00-18.00**  
Sala  
Monumentale 1

**EVOLUZIONE DEL SISTEMA ECM E MIGLIORAMENTO DELL'INTERAZIONE TRA GLI STAKEHOLDER**  
Organizzato da: **Learning Center Federcongressi&eventi**  
**Mario Buscema**, *Presidente Federcongressi&eventi*  
**Susanna Priore**, *Coordinatore progetto "Provider ECM by Federcongressi&eventi"*  
**Achille Iachino**, *Segretario Commissione Nazionale per la Formazione Continua*

La Commissione ECM, sin dalle prime fasi, ha puntato su precisi obiettivi orientati alla qualità, all'efficacia, all'autonomia e all'indipendenza della formazione medica. Anche i recenti cambiamenti hanno caratterizzato in meglio l'intero processo. Molto è stato fatto sia nel miglioramento del sistema dell'offerta formativa, sia nel sistema "controllo-qualità" dei soggetti preposti all'erogazione dei crediti. Ora i tempi sono maturi per un ulteriore salto di qualità attraverso il miglioramento dell'interazione e dell'integrazione tra i vari soggetti che contribuiscono allo sviluppo del Sistema ECM in termini strategici e operativi. La Commissione ECM, i provider, l'AIFA, le associazioni di categoria, le società scientifiche, gli ordini professionali e le associazioni di pazienti devono elaborare soluzioni innovative e risposte efficaci per il miglioramento dell'intero Sistema ECM e il raggiungimento dell'obiettivo comune: la salute del cittadino. Il seminario avrà lo scopo di confrontarsi sullo stato dell'arte del sistema e sulle problematiche gestionali che i provider incontrano quotidianamente, spesso facilmente risolvibili se analizzate rapidamente dalle realtà operative coinvolte.

---

## EVENTI DEGLI ESPOSITORI

**15.30-17.30**  
Sala Volta

**INVITO AL LAC**  
Organizzato da: **Lugano MICE Convention Bureau**

Presentazione in anteprima del nuovo palazzo per gli eventi di Lugano, 1.000 posti affacciati sul lago tra arte, musica e design.



## MERCOLEDÌ 12 NOVEMBRE

09.30

### APERTURA DEI PADIGLIONI

10.00-11.30

Sala Scherma

### COMUNICARE IN CINA E RUSSIA SFRUTTANDO I MOTORI DI RICERCA E I SOCIAL NETWORK LOCALI: L'APPROCCIO CROSS-CULTURALE

**Emanuele Vitali**, *Marketing Director East Media*

Cina e Russia costituiscono mercati di primaria importanza per l'Italia, con enormi opportunità e un potenziale ancora da sfruttare appieno, anche nel settore dell'incoming turistico e in quello degli eventi. Gli utenti digitali di Cina e Russia, che sono propensi e abituati a utilizzare il web per ricercare informazioni e prendere decisioni d'acquisto e di viaggio, utilizzano però un ecosistema digitale autonomo, diverso da quello occidentale. Poiché non usano Google, per farsi trovare occorre farsi indicizzare sui loro motori di ricerca; poiché non usano i social network occidentali, occorre essere presenti sui loro social. Anche le piattaforme di messaggistica istantanea (come il nostro Whatsapp) sono diverse e più evolute in senso commerciale. La comunicazione verso questi utenti, di lingue e culture molto diverse dalle nostre, deve essere sviluppata su modelli cross-culturali per essere efficace. In questo seminario si osservano alcune dinamiche generali della comunicazione digitale per sviluppare business per poi analizzare il contesto digitale specifico di Cina e Russia e avviare una serie di riflessioni con esempi concreti di comunicazione e di campagne social di successo e non.

10.00-11.00

Sala Volta

### PROCUREMENT AZIENDALE: PROCESSI E CRITERI DI ACQUISTO DI SERVIZI PER EVENTI DA PARTE DELLA FUNZIONE AZIENDALE PREPOSTA

Organizzato da: **ADACI** (Associazione Italiana Acquisti e Supply Management)

**Cesare Zinanni**, *Procurement consultant e Vicepresidente ADACI Toscana*

**Massimo Acanfora**, *PM Comunicazione e Immagine ADACI*

Nell'attuale sistema economico, costituito da tanti sistemi di impresa e caratterizzato da una stretta interazione tra cliente, fornitore e fruitore dei servizi per meeting, convention e viaggi di incentivazione, il miglioramento e la gestione degli acquisti per gli eventi si pone sul contenimento della spesa e la soddisfazione del cliente: esperienze a confronto. La sessione sarà impostata con una presentazione, ma anche e soprattutto con un dialogo con la platea atto a individuare criticità, esempi pratici e soluzioni adottate. Si discuterà inoltre di come migliorare proposta e concept, dei ruoli decisionali in organizzazioni complesse, di come individuare e proporre le migliori soluzioni al giusto prezzo e di come gestire la relazione.

10.00-11.00

Sala

Monumentale 1

### CONGRESSI ASSOCIATIVI:

#### QUANTO CONTANO GLI INCENTIVI NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE

**Florian Locatelli**, *CEO European Society for Regional Anaesthesia & Pain Therapy (ESRA)*

**Martina Querforth**, *Project Manager ETA-Florence*

Modera: **Enrico Zuffi**, *Director EZ Associates Geneva*

La sessione si focalizza sulle diverse tipologie di incentivi che una destinazione può proporre ai promotori o agli organizzatori di un congresso associativo per portare un evento nel proprio territorio e come questi incentivi si possono inserire in una strategia di marketing di destinazione. Durante la discussione, i relatori illustreranno alla platea quali sono i loro principali criteri di scelta di una destinazione per un congresso associativo, e quanta rilevanza hanno gli incentivi nella valutazione complessiva. La sessione analizzerà inoltre diverse request for proposal di varie associazioni, mettendone in luce richieste e condizioni cui le destinazioni sono chiamate a rispondere per acquisire i congressi.

10.30-11.30

Sala Arco

### NELL'ANNO DI EXPO: LE OPPORTUNITÀ PER EVENTI E DESTINAZIONI LONTANI DA MILANO

Organizzato da: **Italia Convention**

**Carla Solari**, *Partner Italia Convention*

**Barbara Scorza**, *Director of business development Fonteverde Collection*

**Stefania Mangano**, *Responsabile progetto Expo Confindustria Brescia*

Modera: **Marco Sorrentino**, *Partner e Direttore editoriale Italia Convention*

È possibile utilizzare Expo 2015 a vantaggio degli eventi che si svolgono in tutta Italia, e non solo nella zona di Milano? È possibile sfruttare la grande curiosità e l'enorme visibilità generate da Expo anche per eventi che si svolgono a centinaia di chilometri, che prevedano o meno una visita all'Esposizione Universale? Contenuti, comunicazione e marketing degli eventi sono le aree su cui maggiormente si può lavorare per sfruttare la ricaduta positiva di Expo. Il seminario propone idee, testimonianze e suggerimenti per trarre vantaggio dal più grande evento dell'anno, utilizzandone contenuti, temi e valori e creandone di nuovi in sintonia. Proposte pratiche e attuabili subito, per avvantaggiarsi di un alleato forte come Expo 2015. Il seminario si rivolge a organizzatori di eventi, istituzioni, DMC e gestori di sedi che vogliono "cavalcare" Expo 2015 per creare offerte più interessanti e competitive e suscitare l'interesse di potenziali clienti italiani e internazionali.





**11.30-12.30**  
Sala Volta

**EMAIL MARKETING PER IL B2B:  
COME AUMENTARE LA PERTINENZA E I RISULTATI DEI MESSAGGI**  
**Marco Massara, Direttore Marketing MailUp**

È risaputo che gli iscritti a una lista sono più propensi ad agire quando i messaggi sono costruiti secondo le loro esigenze e le loro motivazioni. Di fatto, proprio la creazione di contenuti fortemente rilevanti sembra essere la grande sfida dell'email marketing B2B. L'obiettivo è avere a disposizione più occasioni per creare un piano editoriale rilevante: in alternativa la propria audience sarà sempre più annoiata e alla lunga inattiva. La sessione presenterà tattiche comprovate che ciascuno potrà utilizzare per rendere più pertinenti le proprie email B2B e aumentare le performance delle proprie campagne.

**11.30-12.30**  
Sala  
Monumentale 1

**EXPERIENCE DESIGN: COME VINCERE PIÙ BUSINESS,  
CREARE EVENTI COINVOLGENTI E... VIVERE UNA VITA FELICE**  
Organizzato da: **SITE Italy**  
**Dario Cherubino, Presidente SITE Italy**

Progettare gli eventi in modo da renderli esperienze significative e memorabili è la vera rivoluzione operante nella meeting industry già da qualche anno: comprenderne i segreti ne è la chiave di volta. Capire come i 5 sensi (dalla vista all'olfatto) influenzano le nostre scelte e la nostra percezione, come impariamo e memorizziamo, cosa ci colpisce e trasforma un evento ordinario in uno straordinario costituisce le fondamenta dell'experience design. In effetti, gli studi e le scoperte nei campi delle neuroscienze, del design, della gamification e della comunicazione si applicano alla perfezione al mondo degli eventi, permettendo di approdare a consigli pratici, app, strumenti e idee da implementare immediatamente (e spesso gratuitamente) per acquisire più business per la vostra destinazione e azienda, per creare eventi davvero memorabili e... vivere una vita più felice!

**12.00-13.00**  
Sala Scherma

**A BOCCA APERTA: PRODURRE EMOZIONI, RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI,  
RETRIBUIRE LE COMPETENZE**  
Keynote speech di **Alfredo Accatino, Direttore Creativo & Partner Filmmaster Events**

Le emozioni come enzima del processo strategico e creativo, per dare vita a eventi che sarà impossibile dimenticare. Eventi piccoli, grandi. Grandissimi. Per scoprire come rafforzarne l'efficacia e come raggiungere tutti gli obiettivi, valorizzando e retribuendo ogni specifica competenza. 25 anni di esperienza raccontati con sincerità e con il sorriso sulle labbra da un protagonista che ha avuto il tempo di pensarci un pò su.

**12.00-13.00**  
Sala Arco

**IL BITCOIN. LA MONETA VIRTUALE COME NUOVA OPPORTUNITÀ NELL'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI**  
**Alex Kornfeind, Docente ed esperto di comunicazione e web**

Il seminario si propone di fornire una visione approfondita del ruolo sempre più strategico svolto dalla moneta elettronica nonché di fare comprendere criticamente i cambiamenti indotti dalla stessa nei principali processi aziendali quali il marketing e la gestione del cliente, fornendo una panoramica sulle nuove tecnologie per scenari emergenti di promozione territoriale e non solo. L'intervento ipotizza l'adozione della moneta virtuale nell'organizzazione di un congresso o un evento aziendale come strumento di aggregazione del territorio e di branding per il committente: le ipotesi sono quelle di Destination Coin, Congress Coin o Brand Coin. Mentre è ancora forte l'eco dei fatti recenti che hanno visto svanire milioni e milioni di soldi veri per un uso spregiudicato del Bitcoin, presso la Stazione Termini di Roma si potrà comprare nonché vendere la moneta virtuale che in Italia conta oramai sempre più esercenti.

**13.30-14.30**  
Sala Volta

**LEGO SERIOUS PLAY: COSTRUIRE CON LE MANI PER STIMOLARE  
IL PROBLEM SOLVING E AGEVOLARE I PROCESSI AZIENDALI**  
**Giorgio Beltrami, Docente Università di Milano Bicocca**

LEGO Serious Play nasce negli anni '90 in Danimarca presso LEGO come metodo aziendale per facilitare e agevolare i processi decisionali e di negoziazione finalizzati al problem solving, e successivamente è stato codificato in una metodologia ormai nota e utilizzata in tutto il mondo. Il metodo prevede 3 applicazioni standard: Real time identity for you, il cui obiettivo è quello di permettere ai partecipanti di comprendere meglio se stessi e i loro colleghi rispetto al proprio ruolo o ai valori organizzativi; Real time strategy for the team, che mira a liberare tutto il potenziale di un gruppo di lavoro impegnato nello sviluppo di un progetto rendendo lo stesso gruppo molto più consapevole rispetto a strategie agite e più rapido ed efficace nell'individuare soluzioni innovative presenti e future; Real time strategy for the enterprise, finalizzato a mettere a punto le strategie più adeguate a governare i problemi complessi di un mondo dominato da cambiamenti rapidi e continui.

**13.30-14.30**  
Sala Arco

**LO SPORT COME VALORE PER IL TERRITORIO: TECNICHE DI COSTRUZIONE,  
COMUNICAZIONE E FINANZIAMENTO DEGLI EVENTI SPORTIVI**  
**Giammarco D'Orazio, Consulente di marketing e ideatore del Festival del Basket**  
**Luca Corsolini, Docente e consulente in comunicazione sportiva**  
**Antonio Rodà, Esperto di programmi e finanziamenti europei**

Gli eventi sportivi sono un motore di sviluppo per le destinazioni che li ospitano, che attraverso lo sport coinvolgono il pubblico degli appassionati, anche e soprattutto di nicchia, generando ritorni di visibilità e reputazionali per il territorio, flussi turistici stagionalizzati e ricaduta economica. Il seminario offre suggerimenti e idee, alle destinazioni e alle



agenzie, su come arricchire il calendario di eventi creandone di nuovi portando come esempio case history di successo e nuove idee come il Festival del Basket e il Beach Basket. Si forniscono inoltre suggerimenti su come progettari, spunti su come comunicarli e informazioni sulle soluzioni per accedere ai finanziamenti europei, sempre più cospicui sullo sport.

**13.30-14.30**

 Sala  
Monumentale 1

**GAMIFICATION E STORYTELLING: NUOVI FORMAT CREATIVI PER GLI EVENTI AZIENDALI**
**Gianluca Fiscato**, *Vicepresidente Frogmarketing*

Gli eventi che presentano elementi di gamification e di storytelling rispondono all'esigenza delle aziende di nuove soluzioni per stimolare la creatività interna e affrontare in modo diverso sessioni di brainstorming, meeting e convention. Il gioco come approccio agli eventi aziendali favorisce l'emersione di nuovi modelli comunicazionali e nuove visioni, mentre lo storytelling è uno strumento utile per far emergere i valori propri dell'azienda. L'unione di questi due elementi all'interno del processo di progettazione dell'evento, durante il suo svolgimento e nella fase finale di debriefing lo trasforma in un momento unico e di grande impatto nella vita aziendale. Gamification e storytelling sono inoltre strumenti "democratici" che tutti gli attori dell'azienda possono utilizzare. Il seminario si articola in tre parti: l'introduzione teorica ai moderni concept creativi, la spiegazione di un format open source basato sulla gamification per l'attivazione di processi di storytelling, di cui si illustrano le linee guida e alcuni case history di successo, e una parte pratica in cui si forniscono gli elementi utili per pianificare, organizzare e gestire eventi basati sulla gamification.

**14.30-16.00**

Sala Scherma

**TAVOLA ROTONDA CORPORATE: LE NUOVE SFIDE DEL BRAND INVOLVEMENT  
TRA EVENT EXPERIENCE, INNOVAZIONE DIGITALE E SOCIAL MEDIA**

 Organizzato da: **Comunicazione Italiana**
**Giuseppe Coccon**, *Direttore Comunicazione e Relazioni Istituzionali Poste Italiane*
**Renato Vichi**, *Head of Media Relation UnicreditBanca*
**Lucio Vesentini**, *Digital Marketing & Community Director - Motorcycle Division Pirelli*
**Giuseppe Basso**, *Ceo Cinecittà*
**Gennario Iasevoli**, *Ordinario di Economia e gestione delle imprese e di marketing,  
Direttore del Master in "Marketing e Organizzazione degli Eventi" dell'Università di Roma Lumsa*
**Marco Ruffa**, *Communication & Multimedia Director Patrizia Pepe*
**Alessandro Papini**, *Managing Director Leftloft*

 Conduce: **Renato Geremicca**, *Founder & Art Director Laboratorio Creativo GereBros*

Il brand costituisce sempre più l'asset principale per le aziende che puntano a essere competitive nell'attuale contesto nazionale e internazionale, ma le sfide a cui deve rispondere sono sempre più stringenti. "Involvement", cioè coinvolgimento - del target, degli utenti, dei clienti - è la nuova parola chiave su cui si basa l'innovazione del paradigma di relazione one-to-one fra il brand e il suo pubblico nel nuovo media mix, dove assoluti protagonisti sono gli eventi, il web e il mobile. Ne discuteranno, mediante la presentazione di casi, i principali protagonisti della comunicazione aziendale in Italia, evidenziando il ruolo e il futuro degli eventi nelle strategie di branding.

**14.30-15.30**

Sala Volta

**PUBLIC SPEAKING: L'ARTE DI PARLARE IN PUBBLICO, CIOÈ L'ARTE DELLA PRESENZA**
**Roberta Pinzauti**, *Managing Director Te.D.-Teatro d'Impresa*

Sapersi presentare, parlare a un uditorio con disinvoltura a parlare e illustrare con chiarezza le proprie idee sono competenze che, nell'attuale mondo del lavoro, riguardano tutti. Ci sono ruoli nelle aziende che richiedono più di altri capacità di public speaking: formatori, coach e tutti coloro che lavorano in ambiti di formazione e sviluppo, ma anche manager, responsabili del personale, venditori e agenti commerciali, chi lavora in team e chi gestisce gruppi. Il seminario ha l'obiettivo di far conoscere il valore aggiunto di una metodologia esperienziale, con utilizzo di tecniche, esercizi e strumenti teatrali come la Maschera Neutra, nei percorsi formativi di public speaking. Alcuni dei partecipanti saranno coinvolti in maniera interattiva in esercizi dimostrativi.

**15.00-16.00**

Sala Arco

**PROGETTARE EVENTI POSSIBILMENTE PER TUTTI**
**Gabriele Gamberi**, *Fondazione ASPHI Onlus*

Chi progetta eventi è probabile si sia già trovato in situazioni che prevedono la partecipazione di visitatori o delegati con disabilità e che richiedono siano predisposte soluzioni alle loro "speciali necessità". Come è noto, intervenire nell'emergenza è spesso più costoso e meno efficace che non agire in anticipo. Diventa quindi sempre più necessario prevedere tutte le possibili e ragionevoli variabili che consentano di qualificare l'evento che si sta pianificando come aderente alle caratteristiche di migliore accessibilità e fruibilità. Questa scelta è anche un'opportunità di incontrare un potenziale mercato, nei numeri molto elevato (si stima che in Europa le persone con disabilità siano più del 10% dell'intera popolazione), cui spesso non si dà una risposta competente. Se poi al target si aggiungono le persone anziane, realizzare eventi accessibili e fruibili anche per loro amplia notevolmente la possibile ulteriore partecipazione. Obiettivo di questo seminario è consentire ai partecipanti di acquisire le informazioni necessarie per progettare e realizzare un evento accessibile a tutti, con particolare riferimento alla comunicazione (sito Internet, depliant, news), alla scelta della location (criteri di accessibilità potenziata, supporti per i relatori, accessibilità dei video) e alla formazione delle figure di sostegno (hostess, responsabile della sicurezza).



**15.00-16.00**  
Sala  
Monumentale 1

**LA CERTIFICAZIONE PROFESSIONALE PER I COMPONENTI DELLA FILIERA CONGRESSUALE**

**Rodolfo Musco**, *CMP, CMM e componenti del Comitato Scientifico di MPI Italia*

Sessione di introduzione alla certificazione gestita da MPI Italia e iscritta nell'elenco del Ministero dello Sviluppo Economico.

- Quali sono le figure tecniche e professionali che si possono certificare ai tre livelli
- Quali sono i contenuti per ciascun livello e ciascuna specializzazione tecnica e professionale
- Seminario sugli argomenti inclusi nei test per tutte le specializzazioni ("Tipologie di Meeting ed Eventi e loro Specificità", "Finalità ed Obiettivi delle Diverse Tipologie", "Etica Professionale", "Gestione dei Rischi")
- Iscrizioni per i test in lingua italiana
- Ritiro dei capitoli del manuale per la preparazione ai test di certificazione professionale

**ALBERGHI E WEB MARKETING: COME MUOVERSI NELL'ATTUALE SCENARIO DI MERCATO**

Sessioni organizzate da: **Sicaniasc**

**10.00-10.50**  
Seminario  
Sala  
Monumentale 2

**Il Cloud al servizio della gestione alberghiera: dal marketing alla distribuzione online**

**Giuseppe Pellegrini**, *GP Dati*

Durante l'intervento verranno affrontati i benefici che un'infrastruttura tecnologica evoluta è in grado di portare nella gestione delle strutture ricettive che offrono una vasta gamma di servizi. In particolare, si illustrerà perché la tecnologia Cloud si rivela un fattore di competitività e l'importanza dell'integrazione per una efficace gestione dell'informazione. Infine, si racconterà come le informazioni strutturate, condivise dai diversi reparti e fruibili in tempo reale, siano la base indispensabile per ogni azione di marketing e per essere incisivi nella vendita.

**10.50-11.40**  
Tavola Rotonda  
Sala  
Monumentale 2

**Disintermediazione: dalla distribuzione elettronica ai Meta Search. Quali le strategie per ottenere maggiori prenotazioni dirette per l'hotel?**

**Tina Ingaldi**, *GP Dati*

**Gianluca Piras**, *Expedia*

**Vito D'Amico**, *Sicaniasc*

**Simone Puerto**, *WIHP*

Modera: **Armando Travaglini**, *DMT*

**11.40-12.30**  
Seminario  
Sala  
Monumentale 2

**Revenue Management, cosa non è. Metodo, strumenti, risultati e case history**

**Vito D'Amico**, *Sicaniasc*

Cos'è, ma soprattutto cosa non è, il revenue management. Sfatate i luoghi comuni per capire quali altre leve sono disponibili e come usarle per massimizzare il fatturato. Come segmentare i propri clienti e come utilizzare la tariffa come una "frizione". I metodi e gli strumenti per migliorare i propri risultati.

**12.30-13.20**  
Tavola Rotonda  
Sala  
Monumentale 2

**Wi-fi e web marketing: il prossimo passo è la geolocalizzazione. Quali opportunità e risultati tangibili? Ci sono anche rischi da conoscere?**

**Vincenzo Ricciardi**, *Koobi*

**Diego Orzalesi**, *Hootsuite*

**Armando Travaglini**, *DMT*

**Luca Tarullo**, *InLine*

Modera: **Vito D'Amico**, *Sicaniasc*

**14.30-15.20**  
Seminario  
Sala  
Monumentale 2

**Una semplice mossa per convertire i visitatori in ospiti paganti**

**Gianluca Laterza**, *Tripadvisor*

L'intervento verterà su tre concetti principali, funzionalmente connessi tra loro: reputazione, visibilità e ROI (ritorno sull'investimento). In questo senso, il ROI non è altro che il frutto della visibilità, la quale è, a sua volta, il frutto della reputazione. Il concetto centrale (da cui tutto scaturisce) è dunque quello di reputazione, di cui si cercherà di delineare il contenuto. Nel far questo, si avrà modo finalmente di distinguere la reputazione dalle singole recensioni e dal ranking.

**15.20-16.10**  
Seminario  
Sala  
Monumentale 2

**Dal dato alla strategia: la parola d'ordine è differenziare**

**Gianluca Piras**, *Expedia*

**Salvatore Lo Re**, *Expedia*

Come ottimizzare le proprie politiche di revenue e distribuzione online alla luce della varietà dei segmenti di clientela a cui ci si rivolge. Dato anche il cambiamento nel comportamento di acquisto del nuovo cliente online, si analizzeranno i principali indicatori turistici, gli strumenti e le strategie per massimizzare l'online revenue della struttura.




**16.00-17.00**

 Tavola Rotonda  
 Sala  
 Monumentale 2

**Marketing di prodotto: USP (Unique Selling Point) e target di riferimento**
**Vito D'Amico**, *Sicaniasc*
**Gianluca Laterza**, *Tripadvisor*
**Gianluca Piras**, *Expedia*

 Modera: **Simone Puerto**, *WIHP*


---

**EVENTI DEGLI ESPOSITORI**
**12.30-13.30**

 Sala  
 Monumentale 1

**Meeting Industry: Comunicazione Italiana presenta in anteprima l'ecosistema Atlante - Osservatorio - ComunicatiONplace**

 Organizzato da: **Comunicazione Italiana**
**Renato Geremicca**, *Founder & Art Director Laboratorio Creativo GereBros*
**Fabrizio Cataldi**, *Founder Comunicazione Italiana*
**Gennaro Iasevoli**, *Docente di Marketing e Direttore Dipartimento di Scienze Umane LUMSA*
**18.00**
**TERMINE DEI LAVORI E CHIUSURA DI BTC 2014**
**ARRIVEDERCI A BTC 2015!**