

A WORLD OF EVENTS

Nasce dalla fusione di Francorosso Incentive (Alpitour World) e Fiorio Management, due dei maggiori player nel settore MICE (meeting, incentive, convegni ed eventi).

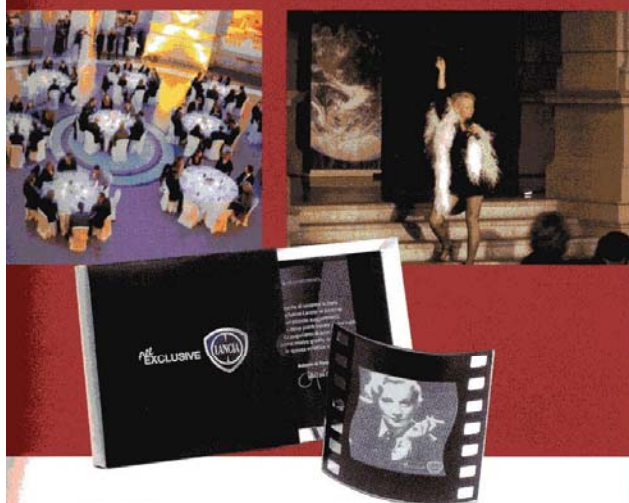
L'obiettivo dell'accordo è di fondere il know-how delle due realtà mantenendo e rafforzando le singole specificità e i singoli marchi che, affiancando il nuovo marchio A World of Events, rappresentano tutto il mondo degli eventi, dagli incentive ai grandi progetti di comunicazione aziendale. A World of Events punta sulla massima sinergia tra i team di lavoro. Sei divisioni, per altrettanti settori di attività: Incentive (incentive, campagne di incentivazione, team building), Events (meeting, convention, lanci di prodotto), Health&Science (eventi nell'ambito di salute e benessere), Sport Events Services (consulenza e supporto organizzativo specializzato ai grandi eventi sportivi nazionali ed internazionali), Sport Marketing & Sponsoring (consulenza mirata a massimizzare i risultati di un investimento in ambito sportivo), People for Events (selezione di personale altamente specializzato per incentive, eventi, sfilate).

La grande sinergia tra le due realtà è resa più semplice dalla perfetta sintonia e condivisione di mission, strategie e obiettivi. Ciò si traduce nel ritenere fondamentale la qualità del servizio. "Siamo convinti - sostiene Cristiano Fiorio Amministratore Delegato e Direttore Generale che tra una decina d'anni vedremo pochi, qualificati player. Gli operatori improvvisati, o che oggi lavorano sulla quantità e non sulla valorizzazione dei rapporti, dei processi, e delle risorse interne, sono destinati a scomparire". Un plus quindi per le aziende clienti, che possono contare su un unico partner globale di comunicazione. Ed i successi dei primi eventi firmati A World of Events ne sono la conferma.

ALL EXCLUSIVE LANCIA 2007

Si tratta di un progetto di ampio respiro rivolto ai dealer del mercato italiano, iniziato nella primavera 2007 e conclusosi a dicembre con un viaggio a Berlino. Un vero e proprio percorso di crescita voluto dalla casa automobilistica per i suoi concessionari. Un portale riservato, un hotel di design virtuale, e una segreteria dedicata i mezzi a disposizione dei concessionari per avvicinarsi al mondo Lancia: un mondo esclusivo che ha legato la sua nuova immagine al cinema, al design, al fashion e agli sport nobili. Punto d'arrivo di questo cammino il soggiorno a Berlino - svelato tramite l'invio di una cornice con l'immagine di Marlene Dietrich - incentrato sui temi cari all'azienda: il legame passato-presente-futuro e i focus sul cinema, con il team building organizzato negli studi cinematografici di Babelsberg, il design, attualissimo in questa metropoli in continua evoluzione, e il fashion con la presentazione delle creazioni di un giovane stilista berlinese.

Cena di gala al Museo delle Comunicazioni, sulle note di Marlene Dietrich... difficile per i dealer non aver colto il messaggio!



I format più richiesti

Tra le tipologie più richieste da qualche anno ha fatto il suo ingresso anche nei viaggi incentive il "team building". Si tratta di iniziative di importazione americana, che hanno lo scopo di "costruire la squadra", lo spirito di gruppo. **Sono attività molto spesso ludiche concepite per creare aggregazione, per spingere a partecipare in maniera attiva.** In questi casi è presente spesso anche un formatore che, dopo aver dato il brief, analizza e spiega le ragioni dei diversi comportamenti dei singoli. "Ormai comunque non ci sono più limiti alla fantasia - evidenzia Maria Luisa Ciccone - dalle cosiddette attività di outdoor training all'aperto, ai corsi di cucina, ai corsi di teatro, alle cacce al tesoro a bordo di mezzi insoliti... l'importante, ripeto, è essere sempre nuovi e originali".

Altro format molto in voga al momento è l'incentive training che nasce con l'obiettivo di unire all'incentive tradizionali momenti di grande crescita personale. Nell'ultimo periodo è l'intervento formativo più richiesto nell'area manageriale e nella motivazione al raggiungimento di obiettivi aziendali. L'efficacia e la garanzia di risultati derivano da due fattori sinergici: il primo è legato alla percezione dei partecipanti che si sentono premiati per l'ottimo lavoro svolto con un viaggio in incantevoli location e con la possibilità di avere a propria disposizione trainer di fama internazionale; il secondo è legato all'azienda che ha un enorme valore aggiunto a costi accessibili (non troppo distanti dall'incentive tradizionale), ovvero poter sfruttare l'occasione e il contesto speciale dell'incentive anche come opportunità di crescita, attraverso servizi formativi di altissima qualità.

Viaggi estremi

Comunque da quanto detto finora ciò che emerge con forza è che oggi più che mai se da un viaggio incentive ci si aspetta di rinforzare e motivare la propria leadership, creare lo spirito di squadra e imprimere spirito di competitività questo deve tradursi in un evento unico e irripetibile. Il viaggio incentive non è più solo legato esclusivamente al relax! Non che una bella vacanza rilassante su spiagge esotiche assolate non sia ancora un'ottima idea per farne uno strumento di sicuro successo, ma oggi ci sono delle alternative interessanti... Vi sono, difatti, operatori che offrono la possibilità di vivere emozioni "speciali": portano all'interno

della stazione orbitante Mir, permettono di guidare una macchina di Formula Uno, fanno vivere sensazioni irripetibili attraversando il deserto del Sahara! **E nell'ambito dell'incentive "sportivo", sempre più apprezzato, si moltiplica la presenza di agenzie viaggi online attrezzate per far vivere avventure spettacolari e uniche.**

Incredibleadventures, ad esempio, propone incentive ad alta dose di adrenalina, come effettuare un'escursione nel deserto con Karts monoposto, entrare in un circuito e pilotare macchine di formula 1 da 650 CV, indossare una tuta spaziale, sollevarsi con l'unità di manovra MMU, entrare nel laboratorio dell'Acqua Cosmos, il sofisticato complesso subacqueo dove si addestrano gli astronauti; tanto per citare solo alcune