

Un mondo di eventi e incentive con la forza dei leader

Un'immagine coordinata impeccabile, simbolo di una forte brand identity, e grande attenzione ai propri clienti: sono state queste alcune delle leve su cui A World of Events, la società guidata da Cristiano Fiorio, ha presentato ieri sera ai propri top client le strategie e il posizionamento sul mercato.

Nel corso della serata di **martedì 20 maggio**, all'interno dell'elegante Yacht Club Milano ospitato al pianterreno dello storico edificio milanese di piazzale Baiamonti 4, stata presentata alla stampa e ai top client la **'A World of Events strategy'**, serata organizzata da Cathy Desauois di **CD Communications**. L'evento ha chiuso due giorni di formazione dedicati all'organico di **A World of Events** per illustrare le strategie e il posizionamento dell'azienda.



La società, nata nel 2007 dalla fusione di **Fiorio Management** e **FrancoRosso Incentive** (Alpitour World) e attiva nel settore degli eventi e incentive, si suddivide in 6 unit di business: *Incentive, Health&science, Convention, Events, Sport e People for Events*. A World of Events può vantare numeri significativi: **73.800** ospiti seguiti nel corso dei **452** incentive ed eventi organizzati ogni anno. La serata è stata l'occasione per presentare tutto questo ai top client attraverso un video a grande impatto emozionale e la consegna della nuova brochure istituzionale. Molto particolare la confezione che la conteneva: una scatola al cui interno era incastonato un cubo *Rubik* che, una volta estratto, svelava una frase significativa: *'Con A Word of Events, incentive ed eventi non saranno più un rompicapo'*.

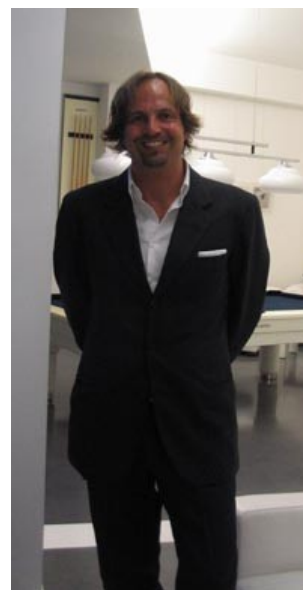


Cristiano Fiorio, CEO della società, ha sottolineato con forza insieme a **Daniel John Winteler**, presidente e amministratore delegato di Alpitour World, che l'obiettivo diventare il punto di riferimento in Italia all'interno del settore MICE puntando su qualità, creatività, capacità di innovazione e di organizzazione.



L'azienda ha un portafoglio di **250** clienti, di cui **112** 'attivi', e fornisce servizi a tutte le categorie merceologiche. Grazie alla fusione, la società nel 2007 ha registrato un fatturato di **40.000.000€**, con una crescita del **+30%** rispetto agli obiettivi annuali. Per consolidare la posizione di leadership nel mercato stato fatto, tra gli altri, un grande investimento di **250.000 €** nell'Information Technology.

"Abbiamo i numeri necessari per diventare veri e propri leader nel settore - ha dichiarato a e20express Fiorio (nella foto a destra) -. Il fatto che serviamo tutti i protagonisti del mercato italiano ci rende senza dubbio un player quotato, affidabile e con le giuste referenze. In secondo luogo, proprio grazie alla fusione che siamo arrivati quest'anno all'apice della crescita, con un fatturato superiore del 30% alle previsioni. Se poi consideriamo l'ultimo investimento nell'IT, posso concludere che siamo pronti per aggredire la concorrenza e consolidare il nostro posizionamento come leader nel mercato italiano".



La società ha sedi sparse sul territorio nazionale e internazionale: **Milano, Torino, Roma e New York**, e ha in cantiere l'apertura di nuove strutture sul territorio europeo. "Tra gli obiettivi a lungo termine vogliamo affermare la nostra realtà sul mercato internazionale, portando la nostra quarantennale esperienza anche all'estero". In tutto il mondo l'azienda vanta già la disponibilità di **2.000** location per 'regalare' ai propri clienti eventi di successo, mentre la certificazione **Iso 9001** garantisce affidabilità e standard di sicurezza riconosciuti a livello europeo.



I grandi sforzi compiuti dall'azienda per affermare la propria *brand identity* sono stati visibili a tutti nel corso della serata, che stata un grande esempio di *corporate communication* condotta con coerenza e attenzione al dettaglio. Dagli arredi alla realizzazione del video, passando per un'installazione di un cubo al plasma su cui stato proiettato il filmato, sino all'originale *packaging* con cui stata confezionata la brochure, tutto denotava lo studio di un'immagine coordinata di grande impatto visivo ed emozionale. Senza dubbio uno dei modi più impattanti e nel

contempo discreti per veicolare un messaggio di solidità aziendale e cura del particolare.

CD Communications si avvalsa di alcuni partner per la realizzazione dell'evento: **La Cellula** di Ottavio Di Chio per la parte tecnica, **Fore** per l'elaborazione del logo e dell'immagine coordinata e Yacht Club Milano per il catering.

Viola Venturelli

Copyright ADC Agenzia della Comunicazione s.r.l.