

Meeting

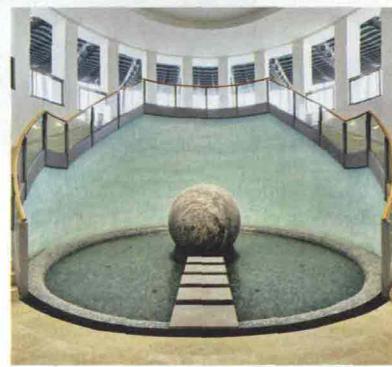
Green, colora gli eventi

Emissioni **inquinanti** abbattute, uso intelligente dell'energia. E costi per il **cliente** sempre più contenuti, senza rinunciare al massimo comfort. Ecco come cambia il **turismo congressuale** in Italia | **Dorina Macchi**

FINO A QUALCHE ANNO FA, il congressuale era il turismo ricco e sprecone per eccellenza. Si partiva in centinaia, per partecipare a convention, corsi ed eventi, anche dall'altra parte del mondo. Ma oggi, vista la crisi, da una parte le aziende riducono i budget, dall'altra l'inarrestabile diffusione delle nuove tecnologie sta cambiando le regole di questo settore. *«Facendo uno più uno, sarebbe logico aspettarsi il dilagante successo degli eventi virtuali. Per la serie, niente aereo, niente sale meeting, né perdita di tempo, ma materiali ed esperienze ugualmente condivise da un gran numero di persone. «Invece, il virtuale funziona, ma è ben lungi dal soppiantare gli incontri tradizionali»* dichiara **Paolo Zona**, presidente di **Federcongressi**, l'associazione che raduna circa 300 soci che rappresentano l'80% della meeting industry italiana. *«L'ultima tendenza vede affermarsi delle formule cosiddette blended, in cui c'è un momento di scambio e diffusione di materiali grazie ai nuovi media, ma comunque anche un momento per incontrarsi vis à vis. E in questi incontri, ma nel mondo degli eventi in generale, prevale una nuova coscienza ecologica: meno consumi,*

più riciclo, grande attenzione alla scelta dei materiali. Perché se è importante incontrarsi e partecipare alla vita della propria azienda, lo è altrettanto lasciare un'eco-impronta il più lieve possibile.

*«Il vero motore del green è la forte coscienza ecologica, che nel tempo, e con molti ostacoli, si va progressivamente affermando», dice **Annamaria Ruffini**, presidente del capitolo italiano di **Green Meeting Industry Council**, l'organismo internazionale che punta a individuare e diffondere le buone pratiche in materia di incontri sostenibili, anche con la selezione di fornitori eco. Accanto alla coscienza, poi, c'è il portafoglio. Perché un evento pulito può costare decisamente meno rispetto a uno tradizionale. «Circa il 20-25% degli eventi che organizziamo ogni anno è green», dice **Maria Cristina Schiavone**, operation manager di **Pls Educational**, una delle più significative realtà attive nell'organizzazione di eco-meeting in Italia. «E la percentuale è in crescita, anche se lieve». Perché, oltre a fare bene al pianeta, il green fa bene alle aziende. «È uno degli elementi della corporate social responsibility al quale le società sono molto attente, consapevoli di ►►*



Dall'alto, l'esterno del **Palacongressi** a Rimini, la sua **fontana di granito**, il **foyer**, la **sala Arengo**.

GIUGNO 2012 **Capital 65**



Dall'alto, **Sara Digiesi**, direttore strategie e innovazione di **Best Western**; **Annamaria Ruffini**, presidente di **Green Meeting Industry Council** in Italia; **Paolo Zona**, presidente di **Federcongressi**. A sinistra, dall'alto, una sala del **Best Western Plus Quid Hotel Venice Airport** e la facciata.

logia», dice **Elisabetta Fabri**, presidente e amministratore delegato, «come discrimine per definire un nuovo concetto di lusso, inteso come consumo intelligente».

Sempre green, ma decisamente differente è la strada intrapresa da **Best Western**, catena mondiale di alberghi indipendenti, che conta in Italia 180 strutture. «In collaborazione con LifeGate abbiamo lanciato il programma Stay for the Planet», racconta **Sara Digiesi**, direttore strategie e innovazione. «Permette di classificare gli alberghi in ragione della loro sostenibilità ambientale». Accanto alle vecchie stelle, ecco così un green rating espresso in foglie, da 1 a 5. «L'obiettivo della compagnia è la riduzione entro il 2014 del 20% di CO₂». Su misura per gli incontri, ospitalità a parte, è invece il pacchetto Ecomeeting della catena spagnola **NH Hoteles**. Chi sceglie questo prodotto è sicuro di realizzare incontri in strutture in cui il condizionamento dell'aria è gestito in modo responsabile, dove l'illuminazione è associata alla presenza e in cui, infine, sono utilizzati prodotti a basso impatto ambientale.

Sono nati sotto insegne verdi anche gli ultimi, grandi centri a tema: il **Palazzo dei Congressi** di Rimini e il **MiCo**, Milano Congressi, in grado di accogliere fino a 18mila persone in 70 sale conferenze. Oltre a prevedere tutti i sistemi e i dispositivi utili a ridurre i consumi, MiCo risparmia un'altra importante risorsa, il suolo urbano. Infatti, il centro nasce dalla riqualificazione degli spazi costruiti nel 1990 a scopo espositivo. Il tema del risparmio energetico e del rispetto dell'ambiente circostante ritorna anche a Rimini, dove il Palacongressi (39 sale per 9mila posti) s'inserisce in un progetto di riqualificazione delle aree verdi circostanti, il Raggio Verde. A collegare il Palazzo dei Congressi, la marina e il centro città, ci sono un ponte, piste ciclabili, prati e laghetti. Più green di così... ■

▶ quanto influisca sulla loro immagine», spiega **Margherita Ruggiero**, contabile e direttore marketing dell'agenzia di organizzazione eventi **Motivation**.

Cambia la domanda? L'offerta non sta a guardare. Nascono così centri congressi, alberghi e format di eventi dall'anima sempre più verde. La storia, in Italia, ha un punto di svolta con il Salone del Gusto di Torino del 2008. «Il Salone fu progettato a partire da esigenze di smaltimento dei rifiuti», racconta Ruffini, «con un sistema di raccolta che raggiunse il 58,4% di differenziazione. Fu ridotta del 20% la car-

tellonistica, per il 50% degli allestimenti venne utilizzato un materiale ottenuto da un impasto di lana di legno, e l'energia fornita da fonti rinnovabili».

La stessa metamorfosi coinvolge gli alberghi. Così, per esempio, la catena **Starhotels** ha ristrutturato all'insegna del risparmio energetico e dei materiali intelligenti uno dei suoi hotel milanesi. È nato così lo **Starhotels E.c.h.o.**, eco di nome e di fatto, in cui la raccolta differenziata dei rifiuti inizia in camera, insieme con il risparmio idrico. «Abbiamo dato il primo posto nella scala dei valori all'eco-

Valtur, un tuffo nel business

Anche lo specialista delle vacanze organizzate ha un presidio business in Grecia, il VClub Valtur **Hydra Beach** (www.v-club.it/club/Hydra) 200 km da Atene, in un'area del Peloponneso ricca di fascino per le bellezze naturali e i siti archeologici. Dalla hall si accede al Main Bar, ai negozi e all'ampio centro congressi, che dispone di una sala conferenze da 500 posti. L'anfiteatro di fronte al mare, la bella spiaggia e la piscina nel cuore del club rendono il VClub la location ideale per intervallare momenti dedicati al lavoro con quelli riservati al tempo libero. La Spa integra l'offerta con massaggi e rituali di antica tradizione, sauna, bagno turco e piscina coperta climatizzata. Delle 305 camere, le Villas, in posizione centrale con terrazza, sono a **prova di privacy**. Per gli ospiti più esigenti, le eleganti suite di 100mq, composte da due camere, due bagni, di cui uno con vasca idromassaggio, hanno salottino, terrazza sul mare e spiaggia privata. Tre i ristoranti: Main Restaurant, cucina italiana con splendida terrazza sul mare; Byblos, fusion-internazionale; e Bijoux Lounge, informal-chic con musica jazz e chillout.