



Esperienza e creatività al centro di Imex 2018

Con quasi 9000 persone stimate tra buyers e visitatori, la fiera Imex di Francoforte si conferma appuntamento clou del settore Mice

di Matteo Melani

La quarta edizione dell'Imex ha decretato Francoforte punto di riferimento per gli addetti ai lavori del turismo degli eventi aziendali. A inaugurare la rassegna, che si è svolta dal 15 al 17 maggio scorso nell'ampio complesso espositivo ad ovest della città tedesca, è stata Gloria Guevara, ceo di WTTC (World Travel and Tourism Council). La manifestazione è proseguita con esposizioni e workshop dedicati a temi più caldi del momento come l'inclusione sociale e le nuove frontiere degli intermediari di viaggi. Non è mancato neppure il momento sportivo, con una maratona aperta ai partecipanti.

Nel segno dell'innovazione e dell'internazionalizzazione

La creatività e l'esperienza sono stati i punti chiave di questa edizione di Imex. Attraverso seminari e dimostrazioni pratiche sono state presentate invenzioni incredibili come il C2 Skylab, un'attrezzatura con sedie e tavoli appesi al soffitto che consente di riunirsi sospesi a mezz'aria. A brevettarla è stata C2, azienda canadese leader nelle realizzazioni scenografiche. Interessanti anche gli interventi nel settore degli eventi, dove hanno parlato planner di multinazionali come Google, LinkedIn e EY. Essendo la Germania una nazione con uno spiccato

spirito internazionalista, anche la fiera Imex non poteva non essere incentrata sui rapporti tra partner europei e del mondo. La globalizzazione, infatti, può rappresentare un'opportunità non solo per aggredire nuovi mercati e aumentare gli affari, ma anche per migliorare la qualità dell'offerta e della strategia.

La presenza italiana

La fiera è stata anche l'occasione per imprese e pubbliche amministrazioni italiane di mettere in mostra le proprie potenzialità. La Toscana ha presentato il Toscana Promozione Turistica e il Destination Florence CVB presentando il nuovo logo Tuscany Mice, mentre l'Italia ha presentato con 50 partners. Nell'ultimo anno nel nostro paese sono stati organizzati 386.897 eventi che hanno coinvolto 28,2 milioni di arrivi (+8,4% sull'anno), per il 46,1% di provenienza locale, per il 38,9% nazionale, per il 15% internazionale. Un totale di 42,7 milioni di presenze (+21,5% sull'anno). «Puntiamo a promuovere l'offerta italiana di turismo congressuale con l'obiettivo di presentare le svariate opportunità che il Paese è in grado di proporre in termini di business travel e di eventi corporate su tutto il territorio, dalle Alpi fino al tacco dello stivale», ha detto Evelina Christillin, Presidente di ENIT.

