



BTcongress

Eventi, la sfida del futuro

Forte di 35 anni di successi, BTcongress si presenta oggi al mercato italiano e internazionale come partner innovativo per un Mice di qualità **di Dario Ducasse**

Importante nome del settore degli eventi dal lontano 1981, nel 2017 Biomedical Technologies ha deciso di rinnovare la sua immagine, ma certo non di rinnegare le sue storia, creando un nuovo brand – BTcongress – che coniuga l'esperienza di oltre 35 anni di successi con l'innovazione, oggi elemento indispensabile anche per i più importanti professionisti del settore congressuale e Mice. «Se la corrente ti sta portando dove vuoi andare, non discutere», spiegava il famoso scrittore di fantascienza Isaac Asimov, e questo sembra proprio il caso di BTcongress, società che fino dalla sua nascita si è sempre impegnata nell'organizzazione di eventi "meaningful", ovvero capaci di avere un impatto positivo e utile sulla vita delle persone che vi partecipano. Creare eventi, insomma, capaci di apportare valore oltre che di contribuire attivamente allo sviluppo culturale e al benessere di tutti i suoi partner.

In quest'ottica, come ci ha raccontato Maria Grazia Vacca, amministratore delegato di BTcongress nonché socia fondatrice della storica Biomedical Technologies, il rinnovamento nella tradizione avvenuto nel 2017 altro non è che portare avanti la stessa etica del lavoro utilizzando temi e strumenti più direttamente espressione dei tempi digitali che oggi viviamo. «Crediamo da sempre che il nostro futuro sia fortemente legato alla prosperità dei nostri partner e clienti e per questo siamo costantemente focalizzati nell'offrire loro servizi all'avanguardia e sempre tagliati su misura. E se ieri come Biomedical Technologies eravamo soprattutto il punto di riferimento delle grandi società medico scientifiche per la creazione dei loro eventi più importanti, oggi come BTcongress ci rivolgiamo anche a tutto il complesso mercato Mice al quale proponiamo il grande valore aggiunto di unire know how e creatività

Per BTcongress, esperienza nel Mice si coniuga con innovazione. *BTcongress combines big experience in Mice with innovation*



nell'innovazione, senza trascurare l'aspetto digital: è fondamentale mantenere alta anche la propria visibilità, e dare una spinta "interattiva" al concetto di brand awareness. La tecnologia sarà sempre più al centro dell'innovazione anche nell'esperienza congressuale. Portali web, software e app ad hoc ad esempio, permettono di abbassare a meno di due minuti il tempo per l'accoglienza di ognuno dei cinquemila delegati di un grande congresso medico scientifico».

Parlando di congressi internazionali, non possiamo non chiedere a Maria Grazia Vacca quale sia oggi la percezione dell'Italia come meta turistica e come destinazione business globale. «Gli stranieri restano sempre affascinanti dalle bellezze della Penisola e non abbiamo mai trovato qualcuno che non rispondesse positivamente agli stimoli dell'italianità nel Mice. Ovviamente quando a un committente straniero proponi una location tra Roma, Venezia e Firenze vai sempre sul sicuro: ma devo dire che oggi tutta l'Italia è una destinazione Mice e congressuale che si vende da sola, anche se a livello istituzionale si potrebbe fare un po' di più sul fronte delle grandi infrastrutture

per permettere ai tantissimi che vogliono girare l'Italia di farlo senza difficoltà. Oggi il turista straniero è abituato a soggiornare in alberghi con alti standard di servizio e a spostarsi con il massimo comfort».

Italia, terra congressuale

«Il nostro è un lavoro bellissimo», continua Maria Grazia Vacca, «ma è allo stesso tempo una sfida continua a migliorarsi. Ecco che, allora, la nostra ultra trentennale esperienza diventa un valore aggiunto che ci consente di intercettare i nuovi bisogni del settore e di capirne l'evoluzione».

BTcongress non è dunque solo un PCO specializzato nell'organizzazione di eventi medico-scientifici tagliati su misura per ogni tipo di committente, è anche una società specializzata nel settore del destination marketing che propone esperienze Mice sul territorio out-of-the-box. Grazie al suo pool di consulenti esperti nella comunicazione e negli eventi, è in grado di coadiuvare i clienti nelle loro strategie sales&marketing e nello sviluppo di brand identity e brand awareness. Una storia, quella di BTcongress, proiettata verso un futuro che, stando ai numeri attuali, promette molto bene: ad oggi la società ha all'attivo 245 clienti, oltre 95mila badge stampati e 20 destinazioni nel mondo utilizzate come sedi di eventi.

BTcongress è specializzata nell'organizzazione di eventi medico-scientifici. *BTcongress is specialized in the organization of medical-scientific events*



Maria Grazia Vacca AD di BTcongress.
Maria Grazia Vacca BTcongress AD



BUSINESS WORLD

BTcongress Events, the challenge of the future

With 35 years of success, BTcongress is today an innovative partner for a quality Mice on the Italian and international market **by Dario Ducasse**

An important name in the field of events since 1981, in 2017 Biomedical Technologies decided to renew its image, but certainly not to deny its history, creating a new brand – BTcongress – which combines the experience of over 35 years of success with innovation, today an indispensable element even for the most important professionals in the conference and MICE sector. «If the current is taking you where you want to go, do not fight it», explained the famous science fiction writer Isaac Asimov, and this seems to be the case with BTcongress, a company that has been committed to organizing meaningful events since its foundation, events capable of having a positive and useful impact on the lives of the people who participate in them. In other words, creating events capable of bringing value as well as actively contributing to the cultural development and well-being of all its partners.

From this point of view, as Maria Grazia Vacca told us, CEO of BTcongress and founding member of the historic Biomedical Technologies, the renovation of tradition that took place in 2017 is nothing other than carrying forward the same work ethic using themes and tools that are a more direct expression of the digital times we live in today. «We have always believed that our future is strongly linked to the prosperity of our partners and clients, and for this we are constantly focused on offering them cutting-edge and tailor-made services. And if yesterday as Biomedical Technologies we were mostly the point of reference of the big medical-scientific companies for the creation of their most important events, today as BTcongress we also address the complex MICE market to which we offer the great added value of combining know-how and creativity with innovation, without neglecting the digital aspect: it is also fundamental to keep your

*L'Italia è una destinazione
Mice e congressuale che
si vende da sola.
Italy is a Mice and
conference destination
that sells itself*



visibility high, and to give an “interactive” push to the concept of brand awareness. Technology will be more and more at the centre of innovation even in the conference experience. Web portals, ad hoc software and apps, for example, make it possible to lower the time for the reception of each of the five thousand delegates of a large scientific medical conference to less than two minutes».

Speaking of international conferences, we cannot but ask Maria Grazia Vacca what the perception of Italy is today as a tourist destination and as a global business destination. “Foreigners always remain fascinated by the beauty of the peninsula and we have never found anyone who did not respond positively to the stimuli of “Italianness” in the MICE. Obviously, when you propose a location between Rome, Venice, and Florence to a foreign client, it is always a safe bet: I must say that today all of Italy is a MICE and conference destination that sells itself, even though at the institutional level we could do a little more for large infrastructures to allow the many who want to tour Italy to do it without difficulty. Today the foreign tourist is used to staying in hotels with high standards of

service and to moving in maximum comfort.”

Italy, a conference land

«Ours is a beautiful job», continues Maria Grazia Vacca, «but at the same time a challenge that continues to improve. That’s when our experience of over thirty years becomes an added value that allows us to intercept the new needs of the sector and to understand its evolution».

BTcongress is therefore not only a PCO specialized in the organization of medical-scientific events tailored to each type of client, it is also a company specialized in the destination marketing sector that offers out-of-the-box MICE experiences in the territory. Thanks to its pool of expert consultants in communication and events, it is able to assist clients in their sales & marketing strategies and in the development of a brand identity and brand awareness.

A history, that of BTcongress, projected towards a future that, according to current figures, promises very well: to date the company has 245 clients, over 95 thousand printed badges, and 20 destinations in the world used as event venues.

Oggi il trend è organizzare eventi “meaningful” con un impatto positivo sulla vita dei partecipanti. *To organize meaningful events with useful impact on the lives of the people who participate is a big trend*

