



Le keyword di IMEX 2019

Condivisione, creatività e sostenibilità. La Fiera di Francoforte si conferma un appuntamento updated per il Mice in grado di ispirare nuovi business e nuovi scenari **di Giulia Broggi**

Si è respirata un'aria di grande positività e fiducia all'ultima IMEX di Francoforte, appuntamento chiave della Mice Industry che, quest'anno, ha visto un coinvolgimento ancora più importante dei partecipanti, tra top destination e buyers internazionali, all'insegna dell'innovazione e della condivisione. «L'investimento in nuovi progetti, la straordinaria creatività che si è vista tra gli stand hanno dato vita a una settimana davvero stimolante – fucina di idee e di opportunità di business e sinergie – che fa ben pensare per il futuro del settore», ha detto **Ray Bloom**, Presidente del Gruppo IMEX.

70mila b2b in 7 giorni

Questa crescente fiducia si è riflessa anche nell'alto tasso di coinvolgimento di

espositori e buyers. «Sono stati effettuati circa 70.000 tra appuntamenti individuali e di gruppo, il 72% dei quali si è concluso con una richiesta di preventivo (RFP) effettiva. La condivisione in ottica di partnership (con il Talking Point), la creatività (con la Discovery Zone) e la sostenibilità (con il The Red Lab) sono stati gli elementi chiave di questa edizione che ha visto al centro l'innovazione nelle sue varie declinazioni.

Immaginazione e tecnologia, driver della Fiera

Il punto forte della Fiera, per **Carina Bauer**, CEO di IMEX Group, sono state, in particolare, le esperienze mind stretching proposte dalla nuova Discovery Zone e le idee futuristiche del Red Lab, dove immaginazione e tecnologia di ultima genera-



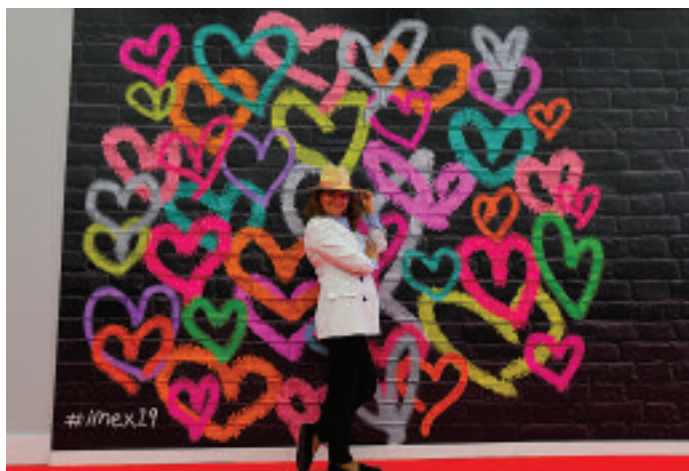
zione hanno dimostrato di saper andare a braccetto alla perfezione, aprendo possibilità incredibili a livello di experience.

«L'immaginazione, con l'inspiration hub, è stata la forza propulsiva che ha animato il concept della Discovery Zone», ha detto Carina Bauer, «un esempio tra tutti, lo spettacolo olografico e lo stand fotografico a 360 gradi. Ma anche sedersi sull'erba viva nel nostro Central Park con il suono del canto degli uccelli nelle vicinanze è un'esperienza meravigliosa, un momento tranquillo e del tutto inaspettato nel tourbillon della manifestazione». Altro tema portante di Imex 2019 è stata la sostenibilità. In particolare, l'attenzione per l'ambiente e la riduzione degli sprechi, vere sfide del futuro per l'umanità, sono stati al centro di una delle sessioni di The Red Lab.

Non è mancato neppure un momento di riflessione politica, con un Forum dedicato, allo scopo di intensificare l'impegno tra mondo politico e industria degli eventi aziendali. Quest'anno hanno presenziato 35 rappresentanti di organizzazioni governative nazionali e regionali di tutto il mondo. Tra i relatori del forum c'era anche Julie Grail che ha evidenziato il ruolo di volano di sviluppo economico della meeting industry.

Grande riscontro per il Corporate

La fiera ha avuto, inoltre, il suo giorno dedicato alla formazione, l' "EduMonday" aperto a tutti, che ha visto la partecipazione di 1100 persone tra cui anche mol-



ti espositori, con oltre 250 sessioni di formazione su varie tematiche.

Molto soddisfatto il comparto corporate: alla fiera hanno preso parte con profitto 120 event manager di multinazionali come Allianz, Amazon, Bayer, Estee Lauder, Mastercard, Nestlé Purina, Nokia e PepsiCo, Barclays, Cisco, Microsoft e KPMG. E grande è stata, infine, la partecipazione ai numerosi eventi aggregativi, come l'IMEX run (5 km), l'Evening Association, il SITE Nite, il cim-clubbing (che sostiene la MPI Foundation) e l'IMEX Gala Dinner. Agli operatori del settore IMEX dà appuntamento dal 12 al 14 maggio 2020.



Da sin., Ray Bloom, IMEX Chairman e Carina Bauer, Ceo Imex Group

