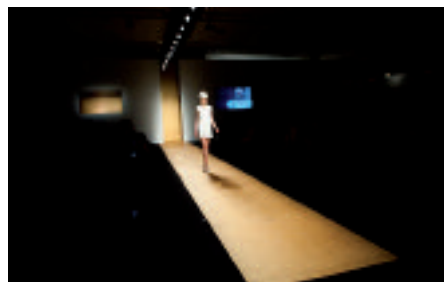


Arezzo Fiere e Congressi

Il segreto per il successo? Una location elegante e funzionale all'interno di un territorio in grado di regalare emozioni e suggestioni, dove vivere un'esperienza a tutto tondo

✦ Giulia Gagliardi



Arezzo, cittadina situata nel cuore della Toscana, non solo gode di una posizione strategica nella rete del traffico stradale e ferroviario, ma vanta anche un patrimonio artistico e naturale di rara bellezza, tra gli scorci paesaggistici, gli affreschi di Piero della Francesca, le pievi romaniche, i musei e i palazzi signorili. Una destinazione ancora poco conosciuta, ma che sa offrire un'esperienza emozionante e diversa rispetto a quella proposta dalle mete più frequentate dal turismo di massa.

La struttura di Arezzo Fiere e Congressi, polo espositivo e centro congressi all'interno di un unico complesso, si trova proprio nel cuore di questo territorio. Come ci spiega il direttore **Raul Barbieri**: «chi sceglie di organizzare un evento da noi non solo ha a disposizione spazi e servizi gestiti con professionalità, ma può usufruire delle infinite occasioni di emozione e benessere offerte da questa terra così ricca di storia, fascino ed eleganza, con tesori che moltissimi devono ancora scoprire».

«Certo», aggiunge, «io credo che il segreto per il successo resti la location, che deve saper offrire uno scenario confortevole e al tempo stesso funzionale ed elegante, all'altezza delle aspettative degli ospiti».

E sono proprio le caratteristiche strutturali del polo fieristico e congressuale a caratterizzarlo come un unicum nel contesto del centro Italia. La sede espositiva è al momento oggetto di un piano di am-

pliamento e ristrutturazione che, dagli attuali 16.000, porterà la superficie totale a 25.000 metri quadrati, mentre è stato da poco inaugurato lo spazio per eventi e congressi. In questa struttura modulare si aprono due sale congressi da 900 e 800 posti rispettivamente, la prima ancora divisibile in due ambienti distinti da 320 e 510 persone, con altre salette per le riunioni o la formazione (da 15 a 100 posti) e un auditorium spesso utilizzato per concerti di musica lirica, sinfonica e da camera, in grado di accogliere fino a 700 persone. Accanto ad esse alcune dotazioni in grado di supportare qualsiasi genere di evento, dalle mostre ai convegni, da incontri, conferenze stampa e spettacoli musicali a manifestazioni sportive, sfilate di moda, cocktail e banchetti: 2 sale regia,





8 salette interpreti, impianto wireless di traduzione simultanea e un'ulteriore area espositiva di 1.000 metri quadrati adiacente l'auditorium.

«Da noi, che operiamo nel distretto di produzione orafa più importante d'Italia e uno dei più grandi del mondo», continua, «il core business sono le iniziative legate al mondo dell'oreficeria. La principale è Oroarezzo, giunta alla 34ma edizione, che porta con sé tutta una serie di eventi, soprattutto B2B, ad essa connessi e funzionalmente collegati. Abbiamo poi organizzato eventi fieristici legati al settore primario e al turismo, all'arredo, al tempo libero, all'hobbistica. L'auditorium, inaugurato da pochi mesi, con le sue sale modulari, ci ha permesso di sostenere il ritmo di un calendario fitto di appuntamenti, soprattutto nel settore medico-scientifico, e di convention di aziende e ordini professionali. Non dimentichiamo poi gli spettacoli musicali, i concerti e i festival: più volte abbiamo ospitato l'Orchestra Regionale Toscana e lo scorso anno siamo stati la sede dell'edizione invernale della celeberrima Arezzo Wave».

Nonostante le molte manifestazioni organizzate, il momento rimane difficile e le



aziende contraggono i budget destinati a meeting, incontri e convegni. Eppure la soluzione rimane continuare a investire: «soprattutto in tempi di crisi sono le aziende che maggiormente ricorrono agli strumenti di aggregazione e di incontro quelle che riescono a superare le difficoltà. Credo che, ancora oggi, solo un evento di tipo fieristico-congressuale – se ben organizzato e realizzato negli obiettivi – possa produrre una convergenza di interessi e risorse economiche e umane che si rivelano vincenti. Certo, da canto loro, gli organizzatori di eventi e convention devono percorrere una strada di continua professionalizzazione, sempre attenti alle esigenze di mercato, alle evoluzioni nel gusto e nei modelli di comportamento sociali ed individuali».

«Qui», conclude, «entrano in gioco le qualità e le competenze professionali dello staff, che sappia, con intelligenza, passione, affidabilità ed estrema attenzione ai dettagli, interpretare e impegnarsi nel soddisfare le esigenze espresse dai committenti. Anche all'interno di manifestazioni "storiche" e che fino a ieri potevano apparire consolidate, è necessario inserire elementi e segmenti nuovi, in grado di precedere e assecondare le direzioni che prenderanno gli affari e il mercato. E questa è una delle capacità di cui ci facciamo vanto».

