

Convention Bureau finalista mondiale per il progetto di marketing più innovativo

notizia pubblicata 01 ottobre 2019 alle ore 10:40 nella categoria Turismo



L'Italia è tra i 3 finalisti dell'ICCA Best Marketing Award 2019, uno dei riconoscimenti più prestigiosi per il MICE internazionale. Il premio, lanciato per la prima volta nel 1997 da ICCA – International Congress and Convention Association – viene consegnato ogni anno al migliore e più innovativo progetto di marketing nella Meeting industry internazionale. Possono partecipare all'Award di ICCA gli enti di tutto il mondo operanti nel MICE, che presentino un progetto con strategie di marketing all'avanguardia per promuovere la Meeting Industry.

Quest'anno anche Convention Bureau Italia si è candidato all'Award, riuscendo a classificarsi tra i 3 finalisti, insieme a Estonian Convention Bureau e ICC Sydney. Il vincitore del Best Marketing Award 2019 di ICCA verrà decretato durante il Congresso annuale, che si terrà dal 27 al 31 ottobre a Houston. La premiazione è in programma per la mattina del 29 ottobre nella cornice del Marriott Marquis Houston, quando i soci di ICCA presenti verranno chiamati a esprimere il proprio voto per il miglior progetto.

Il progetto che CBItalia ha presentato, riscuotendo un enorme successo, è Italy at Hand – Hand-in-Hand, we win together!. Nato nel 2017 come campagna di comunicazione, Italy at Hand si è posto da subito l'obiettivo di coinvolgere l'intera Meeting Industry italiana, favorendo la collaborazione tra le diverse destinazioni e incrementando le possibilità di fare networking. Il primo terreno di prova è stato la creazione di un contest per le agenzie legate a CBItalia: il risultato è stato la veicolazione di contenuti che

coinvolgessero i soci, facendoli sentire parte di una rete inclusiva e virtuosa. In poco tempo la campagna Italy at Hand è diventata virale.

Il secondo passo è stato la realizzazione di un Film, Italy at Hand – The Movie, che raccontasse attraverso la musica e le immagini i valori dell'industria degli eventi italiana, e che fosse in grado di rappresentarla adeguatamente nel mondo. Anche in questo caso a giocare un ruolo fondamentale è stato il coinvolgimento in prima persona dei soci: le Destinazioni, infatti, sono state chiamate a realizzare a loro volta, sull'esempio di CBIItalia, un piccolo movie rappresentativo della propria destinazione, in modo da metterne in luce i valori e le caratteristiche. Hanno aderito al progetto Tuscany MICE, Firenze Fiera, Bologna Convention Bureau, Roma Convention Center, Eventing Milan e Convention Bureau Genova. Per la prima volta nella Meeting Industry italiana, tutte le Destinazioni parlavano lo stesso linguaggio, sotto l'egida e grazie al coordinamento di CBIItalia.

L'ultima tappa del progetto, infine, è stata la nascita di Italy at Hand, The Event: la campagna di comunicazione ha preso così forma fisica, trasformandosi in un evento annuale itinerante (prima edizione Bologna 2018). Quest'anno si svolgerà a Roma dal 7 al 9 novembre.

“Non possiamo che essere soddisfatti – afferma Carlotta Ferrari, presidente di CBIItalia – del risultato ottenuto. Possiamo dire di essere stati i primi, in Italia, a creare una campagna di comunicazione sul MICE. In più – prosegue Ferrari – il progetto esalta la grande capacità di CBIItalia di fare rete con i propri soci, una qualità che anche ICCA ha riconosciuto selezionandoci come finalisti del prestigioso Award per il 2019. Italy at Hand – Hand-in-hand, we win together! è la dimostrazione che, se la community fa rete, si raggiungono enormi e importantissimi traguardi. Eravamo sicuri della validità del nostro progetto, e ICCA lo ha confermato inserendoci tra i finalisti”.