Convention Bureau Italia punta alle destinazioni

“Avere la rappresentanza delle destinazioni, cioè **Convention bureau e club di prodotto**, lasciando a questi enti il compito di “portarsi dietro” la propria filiera”. E’ l’obiettivo del **Convention Bureau Italia** annunciato dal suo presidente, **Carlotta Ferrari**, nel corso di BTC.
L’organismo, fondato lo scorso giugno in forma privata (come rete d’impresa) da Confesercenti-Assoturismo, Confturismo-Confcommercio, Federalberghi, Federcongressi&eventi e Federturismo-Confindustria, è oggi composto da **30 soci**, ed è in attesa di della formalizzazione di ulteriori adesioni.
Nei primi mesi di attività il CB si è concentrato sull’immagine coordinata e sulla mappatura dei soci. E’ on line il portale www.conventionbureauitalia.com, il primo che, in prospettiva, rappresenta istituzionalmente la meeting industry italiana nella sua interezza. Il portale conta su un CRM molto avanzato che gestirà tutta la comunicazione interna ed esterna. Il debutto sul marketplace internazionale è avvenuto a metà ottobre alla fiera **Imex America**, tenutasi a Las Vegas, ospiti di Enit. Il prossimo appuntamento è invece all’ **EIBTM** di Barcellona, presso lo stand Italia, dal 18 al 20 novembre.
Da un mese il CB è socio di **ICCA** (International Congress & Convention Association), e gli è stato dato il benvenuto ufficiale alla General assembly tenutasi ad Antalya in Turchia, dove ha creato il network delle secondary cities (cioè le città che in ciascun Paese non figurano ai primi posti come incoming ma risultano comunque molto appetibili e appetite per il mercato associativo).
Da gennaio scatterà anche l’affiliazione a **UIA** (Union of international associations). In programma, a partire dall’anno prossimo, la scoperta o il consolidamento di mercati importanti quali India e Germania.