

IL MONDO

23 gennaio 2009

23 gennaio 2009

COMUNICAZIONE AZIENDALE

E LA CONVENTION-SPETTACOLO SI FERMA A CASTEL VOLTURNO

Clima di austerità anche nelle convention, l'evento strategico di comunicazione, aggregazione e celebrazione aziendale per dipendenti e venditori che negli ultimi anni aveva assunto proporzioni spettacolari, con grandi apparati scenografici, piazze intere attrezzate e ospiti da 100 mila euro per un'ora di esibizione. Ma quest'anno le aziende vanno più caute. «Il momento è di estrema confusione e molte iniziative sono state congelate», dice **Stefano Coffa**, presidente della Consulta degli eventi, che riunisce una ventina tra i principali organizzatori. Di certo ci saranno meno effetti speciali, più quattro che cinque stelle per gli alberghi e destinazioni più domestiche. A Rio de Janeiro, per esempio, si preferirà la Turchia e ci sarà il gran ritorno dell'Italia. «Prevedo un ottimo anno per il nostro Paese, soprattutto per le mete più attrezzate, come le grandi città e Sardegna, Sicilia e Romagna», conferma **Mario Sciacca**, vicepresidente uscente di Jakala Group. A fine gennaio Key21, società di servizi multiutility, porterà per esempio in convention 500 venditori a Castel Volturno: «Quest'anno l'attenzione ai costi è doverosa. Rispetto a Montecarlo, dove siamo stati in passato, risparmiamo il 30-40% e siamo comunque in un posto bellissimo», sostiene il presidente **Fabio Regolo**.

