

Bea Expo Festival. Logistica e creatività, binomio imprescindibile

26/11/2009

Il supporto logistico, sia esso personalizzato o standardizzato, è sempre e comunque un elemento fondamentale dell'organizzazione di un evento. È a partire da queste riflessioni che, nell'ambito del **Bea Expo Festival 2009**, in corso presso l'**Atahotel Expo Fiera** di Pero (Milano), si è svolto il workshop dedicato alla logistica e alla creatività nel mercato degli eventi. Comune denominatore degli interventi è stata la valorizzazione della **logistica**, che svolge un ruolo sempre più determinante nella proposta creativa complessiva.



Certo è vero, come affermato **Maria Criscuolo**, presidente **gruppo Triumph**, (nella foto a sinistra), che la creatività è l'elemento più immediato e visibile, che generalmente attrae l'attenzione delle aziende quando devono realizzare le loro scelte e attribuire gli incarichi. Ma è altrettanto vero, come precisato dalla stessa Criscuolo, che un'errata progettazione dell'evento, che separi creatività e logistica, può creare enormi problemi, fino a compromettere l'evento stesso. Questo perché gli ingranaggi della logistica devono essere inseriti in una prospettiva olistica che interpreti tutti gli elementi di un evento come parte di un sistema integrato. In quest'ottica, logistica e creatività devono procedere di pari passo, collegate da forti sinergie strategiche.

Tesi confermata anche da **Andrea Solari**, direttore generale **Carlson Wagonlit Travel Meetings & Events**, che, nel suo intervento, ha ricordato la recente partnership avviata con l'agenzia **Leo Burnett**. "Un matrimonio - ha precisato Solari - che si basa su un comune sentire, per arrivare a fare sempre meglio ciò che già oggi facciamo bene, contro una prospettiva deleteria in cui 'tutti sanno fare tutto'".

Al workshop ha partecipato anche **Corrado Giovenco**, amministratore delegato DPR, il quale ha ricordato che l'agenzia da lui guidata ha aperto una sezione interna dedicata alla logistica e agli incentive già cinque anni fa, in tempi non sospetti, quando la crisi economica era ancora lontana. Il beneficio, ha spiegato Giovenco, è stato enorme perché, con una struttura interna specializzata è possibile tenere sotto controllo il budget anche per ciò che riguarda la logistica che, come si è detto, occupa una parte importante del budget complessivo.