ALLEGATO B

La riclassificazione dell'offerta congressuale italiana e la ridefinizione dei requisiti qualitativi.

Prefazione

Il progetto MICE in Italia persegue l'obiettivo di sviluppare ulteriormente l'attività congressuale in quanto forma di turismo di qualità, caratterizzata da un alto valore aggiunto, in grado di incrementare l'impatto economico, di destagionalizzare i flussi turistici e di valorizzare il nostro importante patrimonio storico, artistico, culturale ed enogastronomico.

MICE in Italia individua nella clientela internazionale il target di mercato con maggiori opportunità di sviluppo, dando continuità al progetto "Italia for Events".

Da qui nasce l'esigenza di qualificare e modernizzare tutto il sistema dell'offerta congressuale, per adeguarlo agli standard richiesti dalla clientela e imposti dalla competizione internazionale.

Questo obiettivo di riqualificazione viene perseguito attraverso la definizione di standard qualitativi per le destinazioni e le imprese che compongono il prodotto congressuale, stimolando e favorendo l'aggregazione in sistemi integrati di offerta, proponendo programmi di formazione continua per consentire di adeguare i servizi ai livelli qualitativi richiesti.

Il presente documento riprende ed aggiorna gli standard qualitativi minimi adottati a suo tempo dal progetto "Italia for Events" rivisitando le categorie, le definizioni ed i livelli di servizio richiesti in base alle attuali evoluzioni del mercato.

La riclassificazione delle strutture e delle imprese di servizi rispetto al precedente documento è determinata dalla necessità di adeguarsi ai mutamenti del settore, offrendo al cliente un quadro il più ampio possibile della varietà di scelta di sedi e destinazioni, con indicazioni chiare e attendibili.

Il documento costituisce lo strumento operativo per consentire alle regioni aderenti al progetto di effettuare una mappatura delle strutture e dei servizi di qualità del proprio territorio, di predisporre banche dati e strumenti informativi, di sviluppare la promozione delle destinazioni di qualità, di implementare il servizio di candidature e di informazione alla clientela.

Il possesso dei requisiti di qualità indicati, oltre al rispetto delle normative vigenti, sia quelle di carattere generale che quelle di carattere specifico per ogni categoria presa in considerazione, costituisce un parametro per l'ammissione delle imprese alle banche dati ed alle attività promo-pubblicitarie sviluppate dal progetto MICE in Italia.

Per la partecipazione alle iniziative di promozione internazionale quali fiere, workshop ed altri eventi, potranno essere richiesti requisiti più selettivi, al fine di valorizzare le eccellenze ed i sistemi integrati, quali principali attrattori di eventi.

A partire da questi requisiti potranno essere sviluppate le attività del progetto MICE in Italia volte a qualificare ulteriormente i servizi attraverso la formazione e le azioni di stimolo all'aggregazione.

I requisiti saranno costantemente monitorati tramite verifiche periodiche ed un'attività di convalida da parte delle stesse Regioni rispetto alle autodichiarazioni fornite dagli operatori, sul modello "Italia for Events".

Le Categorie della filiera congressuale

Le categorie della filiera congressuale, riferimento delle Regioni partecipanti al Progetto Mice in Italia, sono le seguenti:

A. DMO (Destination Marketing Organisation) e CV&B (Convention & Visitors Bureau)
B. Convention Bureau territoriali
C. Club di Prodotto e Aggregazioni d'impresa congressuali
D. Sedi congressuali: centri congressi, alberghi congressuali, dimore storiche, spazi per grandi eventi, spazi istituzionali, spazi non convenzionali.
E. Agenzie di organizzazione di convegni, congressi, eventi motivazionali, lanci di prodotto, esposizioni, seminari; Agenzie di Viaggio e di Comunicazione con specifici Conference Dept.

F. Aziende e Agenzie di servizi e consulenza congressuale.

A. DMO (Destination Marketing Organisation) e CV&B (Convention & Visitors Bureau)
Organizzazione senza scopo di lucro responsabile del management e del marketing della destinazione; po' essere Autorità/organizzazione nazionale per il turismo, oppure organizzazione di livello locale con responsabilità e competenze su un'area geografica o una città predefinita.
- è un organismo giuridicamente costituito di natura pubblica oppure pubblico-privata che dimostra di promuovere, commercializzare e gestire i flussi turistici di una destinazione coinvolgendo gli attori operanti sul territorio (aziende non turistiche, istituzioni, associazioni, professionisti)
- dispone di una struttura organizzativa specificamente dedicate alla promozione e al marketing delle destinazione sui vari segmenti turistici
- sviluppa ed aggiorna continuamente un portale/sito web con tutte le informazioni necessarie per promuovere la destinazioni nei segmenti turistici strategicamente individuati, in lingua italiana, e almeno in lingua inglese (meglio se plurilingue, tra cui spagnolo, francese, tedesco, russo, arabo, cinese)
- dimostra di svolgere attività di marketing e promo-commercializzazione attraverso strumenti strategici e operativi necessari al raggiungimento degli obiettivi prefissati (materiale promozionale plurilingue in formato elettronico, advertising, fiere, btob, educational, etc)
- comunica in maniera efficace e dimostrabile all'esterno e all'interno del proprio territorio
- qualifica i servizi e i prodotti locali, integra l'offerta in pacchetti e servizi
- promuove e commercializza la destinazione attraverso canali digitali, con un network relazionale
- fornisce consulenza e formazione agli operatori del territorio
- raccoglie e monitora i dati del proprio territorio e li comunica con cadenza almeno biennale.

B. Convention Bureau Territoriale
Organizzazione senza scopo di lucro preposta al marketing della destinazione, che ha come scopo far crescere e prosperare il turismo congressuale, incrementare il numero di eventi, convegni, meeting sul proprio territorio, rappresentare il maggior numero possibile di operatori in grado di competere nel segmento di riferimento, garantire la qualità professionale di tutti gli aderenti al convention bureau.
- è un organismo giuridicamente costituito di natura pubblica o pubblico/privata che promuove e commercializza il prodotto congressuale di una determinata destinazione geografica con competenza nazionale, regionale, provinciale o locale
- beneficia del riconoscimento di tale attività da almeno una istituzione locale, regionale, nazionale
- dispone di una struttura operativa con almeno 3 addetti specificamente formati e dedicati all'attività di promozione e commercializzazione
- dimostra di conoscere il territorio, risponde in maniera tempestiva alle richieste dei clienti al telefono, via e-mail e con l'invio di documentazione esaustiva
- ha implementato e aggiorna continuamente un portale/sito web con tutte le informazioni necessarie per promuovere la destinazione nel campo congressuale, con un sistema di ricerca degli operatori e informazioni di base sui soci (almeno in due lingue, italiano e inglese, meglio se plurilingue)
- dimostra di svolgere attività di promozione attraverso strumenti strategici e operativi necessari al raggiungimento degli obiettivi prefissati (materiale promozionale elettronico e/o cartaceo, fiere, btob, educational, brochure, cataloghi anche elettronici)
- dimostra di svolgere attività di scouting per promuovere candidature proattive per conto della propria destinazione
- rappresenta la maggioranza dell'offerta qualificata del proprio territorio e perciò in possesso dei requisiti di base
- svolge con continuità una mappatura dell'offerta congressuale del proprio territorio
- comunica in maniera efficace e dimostrabile all'esterno e all'interno del proprio territorio
- qualifica i servizi specifici del segmento congressuale, ne promuove peculiarità ed eccellenze
- promuove e commercializza la destinazione attraverso canali digitali, con un network relazionale
- fornisce consulenza e formazione agli operatori del territorio
- raccoglie e monitora i dati del proprio territorio e li comunica con cadenza almeno biennale.

C. Club di Prodotto e Aggregazione d'imprese congressuali e di eventi
Organizzazione giuridicamente costituita (in qualsiasi forma, incluse la consortile, l'associazione o la rete d'impresa) da un insieme di operatori interessati a sviluppare le proprie attività d'impresa aggregandosi sulla base di una condivisione di destinazione e/o di prodotto.
- Promuove e commercializza una destinazione o un prodotto specifico rivolgendosi alla clientela congressuale e di eventi.
- Nel caso di destinazione (aggregazione su base territoriale) questa deve offrire una capacità ricettiva per almeno 100 partecipanti: una sede rispondente ai criteri di cui al punto 4 con più sale riunioni di cui almeno una da 100 posti, spazio per la ristorazione equivalente e minimo lo stesso numero di camere in categoria 5, 4, 3 stelle nel raggio di 10 km.
- Dispone di una sede fissa attrezzata e aperta almeno in orario di ufficio (9-13.00 e 14-18.00), dal lunedì al venerdì, con personale operativo plurilingue (almeno italiano e inglese ed eventuali altre).
- E' in grado di rispondere entro 24 ore alle richieste dei clienti.
- Possiede un dominio ed un sito contenente le informazioni e le immagini relative alla destinazione o al prodotto e le modalità di contatto, in italiano e inglese ed eventuali altre lingue.

Con l'espressione "Destinazione Congressuale e per Eventi", si intende l'integrazione fra le seguenti forniture:
- sede per eventi, con i requisiti minimi indicati nelle pagine seguenti
- camere in alberghi di categoria 5-4-3 stelle, in quantità almeno equivalente alla capienza della sala plenaria in un raggio di 10 km dalla sede
- spazi per la ristorazione, con capienza almeno uguale a quella della sala plenaria
- servizi di progettazione e organizzazione di eventi e servizi accessori quali: trasporto di persone, allestimenti, servizi tecnici, catering, interpretariato, assistenza congressuale, acc.

D. Sedi per eventi: centri congressi, alberghi congressuali, dimore storiche, spazi per grandi eventi, spazi istituzionali, spazi non convenzionali
Appartengono a questa categoria una variegata ed eterogenea tipologia di strutture e spazi con caratteristiche molto diverse tra loro, ma tutte in grado di ospitare eventi di diverse dimensioni e di garantire a organizzatori e partecipanti spazi e servizi indispensabili al loro *comfort* intellettuale e materiale, nonché il rispetto di tutte le norme vigenti in materia di sicurezza (prevenzione incendi, uscite di sicurezza, impianti elettrici, etc.) nei luoghi pubblici e nell'ambiente di lavoro, mantenendo attrezzature e dispositivi in stato di perfetta efficienza.
Al fine di essere esplicativi, ma non esaustivi, si specifica che le sedi congressuali prese in esame dalla seguente GUIDA sono:

- Centri congressi, palazzi dei congressi
- Alberghi congressuali
- Dimore storiche
- Spazi per grandi eventi
- Spazi istituzionali
- Spazi non convenzionali

Tutte le sedi sopra elencate devono possedere regolare iscrizione presso il Registro delle imprese della Camera di Commercio.
Tutte le sedi sopra elencate devono avere la possibilità di accesso per portatori di disabilità.

Centri congressi, palazzi dei congressi
Sono strutture costruite e progettare con la principale funzione di ospitare congressi ed eventi di varia natura e dimensione. Dispongono di sale permanentemente dedicate e appositamente predisposte per lo svolgimento di riunioni, dotate delle relative installazioni tecniche di base, provviste di spazi e di servizi altamente qualificati e indispensabili a soddisfare i bisogni di una domanda nazionale e internazionale molto esigente.
Dispongono di una struttura organizzativa composta da personale specializzato, esperto, plurilingue e continuamente aggiornato. Si richiede, infatti, un minimo di 8 ore l'anno di formazione continua rivolta alle persone che, in azienda, si dedicano all'organizzazione di eventi.

Devono assicurare i seguenti **requisiti strutturali**:

- I locali utilizzati devono essere indipendenti dai luoghi riservati ad altre attività ed offrire un ambiente idoneo all'evento;
- L'accesso ai locali non deve essere soggetto ad alcuna costrizione dovuta ad altre attività della struttura;
- L'accesso ai locali deve essere consentito ai portatori di handicap;
- Disponibilità di più sale di differente grandezza (almeno cinque) di cui una con capacità sufficiente ad accogliere, in seduta plenaria, tutti i partecipanti ad un evento, con dichiarata capacità massima;
- Sale minori che permettono il riunirsi di sottocomitati, sessioni e gruppi di lavoro;
- Spazi accessori ad uso ufficio, per la ristorazione e l'allestimento di aree espositive;
- Foyer o aree adeguate per la circolazione di merci e persone e per l'eventuale allestimento dell'area reception.

Le **sale riunioni** devono essere attrezzate di:

- Poltrone o sedie in numero equivalente alla capienza dichiarata
- Palco o pedana (per sale con capienza superiore a 100 posti)
- Tavolo di presidenza e podio
- Schermo adeguato alle dimensioni della sala secondo le tabelle tecniche (rapporto distanza/fondo e altezza sala/schermo)
- Impianto di amplificazione e microfoni (per sale con capienza superiore a 50 posti)
- Impianto di climatizzazione
- Potenza elettrica opportunamente distribuita nella sala per il funzionamento dell'illuminazione, delle proiezioni e dell'amplificazione
- Prese di corrente in prossimità del palco
- Collegamenti telefonici ed internet, WI-FI
- Sistemi di oscuramento e insonorizzazione
- Segnaletica direzionale interna
- Attrezzature tecniche, quali videoproiettori e impianti di amplificazione e microfonico (per sale con capienza superiore a 50 posti)
- Spazio adeguato per l'installazione di attrezzatura per la traduzione simultanea e la registrazione delle relazioni.

Devono disporre dei seguenti **spazi di servizio**:

- Bar
- Ristorante
- Guardaroba
- Area per l'immagazzinamento di merci e arredi
- Parcheggi

Infine devono disporre di adeguati **strumenti di comunicazione**:
- documentazione promozionale e tecnica chiara e completa sulla struttura e sulle dotazioni d'arredo e tecnologiche in versione bilingue italiano/inglese; in particolare: photo gallery, piante in scala con gli elementi architettonici (colonne, scalini, o altro) che possano condizionare l'utilizzo delle sale, nonché informazioni di tipo tecnico su allacci e potenze elettriche disponibili;
- sito internet.

Alberghi dotati di sede congressuale

Una sede congressuale alberghiera deve disporre di una sala esclusivamente dedicata a ospitare riunioni con una capienza almeno di 50 persone.
Le attrezzature della sala riunione sono le stesse descritte nella sottocategoria centro congressi.
La sede deve offrire un ambiente idoneo all'incontro e pertanto disporre di adeguati spazi complementari come foyer, uffici di supporto operativo, area per il servizio di ristorazione, etc e di servizi come bar, guardaroba, parcheggi.
Dispone di personale specializzato e di adeguata esperienza, con conoscenza di almeno due lingue straniere e continuamente aggiornato attraverso un'adeguata formazione.
La sede dispone di una documentazione promozionale e di una sezione del sito appositamente dedicata alla descrizione dell'offerta congressuale in versione bilingue italiano/inglese.

Dimore storiche
Una sede storica deve disporre di una sala esclusivamente dedicata ad ospitare riunioni con una capienza di almeno di 50 persone.
Le attrezzature della sala riunione (arredi e tecnologie) così come descritte alle categorie precedenti possono essere fisse e mobili. La climatizzazione e i sistemi di oscuramento e insonorizzazione sono graditi, ma facoltativi.
La sede deve offrire un ambiente idoneo all'incontro e pertanto disporre di adeguati spazi complementari come foyer, uffici di supporto operativo, area per il servizio di ristorazione e necessari spazi di disbrigo, etc.
Servizi come bar, guardaroba, parcheggi sono graditi ma facoltativi.
La struttura deve disporre di adeguati strutture igieniche commisurate alla capacità di accoglimento della sede.
Dispone di personale specializzato e di adeguata esperienza, con conoscenza di almeno due lingue straniere e continuamente aggiornato. Si richiede, infatti, un minimo di 8 ore l'anno di formazione continua rivolta alle persone che, in azienda, si dedicano all'organizzazione di eventi.
La sede dispone di una documentazione promozionale e di una sezione del sito appositamente dedicata alla descrizione dell'offerta congressuale in versione bilingue italiano/inglese.
Spazi per grandi eventi
Si intendono quelle strutture polivalenti e quindi destinate a più attività, ma dotate di grandi spazi attrezzati e non, capaci di ospitare eventi numericamente molto elevati. Si può trattare di: strutture semplici, ma con una buona dotazione impiantistica adeguatamente predisposta a essere potenziata e integrata, strutture più complesse e complete ma altrettanto bisognose di forti interventi di adattamento.
A questa sottocategoria appartengono: quartieri e padiglioni fieristici, palazzetti dello sport, stadi, teatri tenda, etc.
Possono contare sul supporto di personale specializzato in possesso di adeguata esperienza e professionalità, con conoscenza della lingua inglese e continuamente aggiornato. Si richiede, infatti, un minimo di 8 ore l'anno di formazione continua rivolta alle persone che, in azienda, si dedicano all'organizzazione di eventi.
Devono disporre di un'adeguata documentazione promozionale e tecnica chiara e completa sulla struttura e sulle dotazioni d'arredo e tecnologiche in versione bilingue italiano/inglese; in particolare: photogallery, piante in scala con gli elementi architettonici (colonne, scalini, o altro) che possano condizionare l'utilizzo degli spazi, nonché informazioni di tipo tecnico su allacci e potenze elettriche disponibili e di un sito internet.
Spazi istituzionali
Sedi prevalentemente pubbliche, moderne e storiche, con arredi e tecnologie fisse o mobili.
Possono disporre di una o più sale, di dimensione variabile.
A questa sottocategoria appartengono: edifici pubblici, sedi universitarie, sedi camerali, centri studi, teatri, accademie, etc.,
Dispongono almeno di un addetto appositamente dedicato in grado di fornire tutte le informazioni e di materiale promozionale con il dettaglio delle dotazioni d'arredo e tecnologiche dello spazio.

Spazi non convenzionali
A questa sottocategoria appartengono discoteche, parchi giochi, spazi museali, arene, terme, sale cinematografiche etc.
Possono ospitare incontri, momenti conviviali e di intrattenimento anche numerosi.
Dispongono di spazi all'aperto o al chiuso con e senza arredi e di una contenuta dotazione tecnologica.
Dispongono almeno di un addetto bilingue appositamente dedicato in grado di fornire tutte le informazioni e di materiale promozionale bilingue con il dettaglio delle dotazioni di arredo e delle tecnologiche fisse o da noleggiare.
Il sito, anch'esso in versione bilingue italiano/inglese, deve possedere una sezione appositamente dedicata alla descrizione dell'offerta per eventi.
E. Agenzie di organizzazione di convegni, congressi, eventi motivazionali, lanci di prodotto, esposizioni, seminari; Agenzie di Viaggio e di Comunicazione con specifici dipartimenti di organizzazione eventi.
Si tratta di imprese che a vario titolo organizzano tipologie diversificate di eventi, in nome e per conto di committenti e clienti oppure in proprio, assumendosene il rischio imprenditoriale.
PCO
Professional Conference Organizer, azienda specializzata nell'organizzazione e nella gestione di convegni, conferenze, meeting, seminari ed eventi. Questo tipo di agenzia può lavorare con qualsiasi tipo di cliente: associazioni accademico-scientifiche, professionali, corporate, governative, etc.; di solito fornisce un servizio completo di organizzazione e consulenza dell'evento, che include il concept del convegno lo sviluppo del programma, la registrazione dei partecipanti, la selezione e la prenotazione del luogo di svolgimento, il coordinamento dei servizi tecnici e tecnologici, l'organizzazione logistica, la gestione del programma di intrattenimento e di svago, la stampa e i servizi in rete, la gestione dei relatori invitati, il finanziamento, le sponsorizzazioni e la vendita di spazi commerciali, il controllo del budget e la gestione economica dell'evento. Spesso nei servizi è incluso anche il coordinamento di servizi di viaggio, di ospitalità e di relazioni pubbliche.
Requisiti minimi:

- Regolare iscrizione al Registro delle Imprese della Camera di Commercio, con menzione specifica "organizzazione di convegni, meeting, eventi"
- Comprovata attività di almeno 3 nel campo di organizzazione di convegni, meeting, eventi
- Curriculum vitae aziendale con almeno 15 eventi, e almeno due clienti/committenti differenti oppure certificazione (CMP, CMM)
- Per le agenzie di nuova costituzione, possesso di laurea specifica oppure certificazione internazionale (Certified Meeting Professional, Certified Meeting Manager) sostituiscono i requisiti di comprovata attività di tre anni e curriculum di almeno 15 eventi e clienti/committenti differenti
- Struttura operativa fissa, con almeno tre addetti specificamente dedicati all'attività di organizzazione di eventi e comprovato uso fluente scritto e parlato della lingua inglese

DMC
Destination Management Company o DMC è una agenzia che si occupa dell'organizzazione di servizi logistici per il turismo – riferite al MICE. Una DMC è un'azienda specializzata che riesce a fornire pacchetti e servizi individuali collegati al turismo, convention, congressi, viaggi di incentivazione e pacchetti per accompagnatori, nelle destinazioni in cui è presente.
Si tratta di agenzie/operatori presenti direttamente sul territorio stesso, che si specializzano su una destinazione della quale hanno una conoscenza approfondita, che può essere a livello provinciale regionale o nazionale. Forniscono prenotazioni alberghiere, trasporti, tour, escursioni, organizzazione di eventi e programmi di incentivazione e di team building, e quant'altro necessario. Differiscono da tour operator ed agenzie di viaggio limitandosi su una regione o nazione particolare, in alcuni casi su e più paesi, ma sempre legati ad un continente in tal caso.
Requisiti minimi:

- Regolare iscrizione al Registro delle Imprese della Camera di Commercio, con menzione specifica "organizzazione di convegni, meeting, eventi"
- Regolare licenza da agenzia di viaggi o da tour operator, come previsto dalla Legge Nazionale sul Turismo e le singole regioni di appartenenza.
- Comprovata attività di almeno 3 anni nel campo dell'organizzazione di convegni, meeting, eventi
- Curriculum vitae aziendale con almeno 15 eventi, e almeno due clienti/committenti differenti oppure certificazione (CMP, CMM)
- Per le agenzie di nuova costituzione, possesso di laurea specifica oppure certificazione internazionale (CMP, CMM), sostituiscono i requisiti di comprovata attività di 3 anni e curriculum di almeno 15 eventi e clienti/committenti differenti
- Struttura operativa fissa, con almeno tre addetti specificamente dedicati alle attività di organizzazione di eventi e comprovato uso fluente scritto e parlato della lingua inglese.
- Attrezzature tecnologiche idonee per l'espletamento delle attività di organizzazione, possesso di numero adeguato licenze software per sistema gestionale specifico per la gestione di eventi
- Formazione continua attraverso la partecipazione a corsi specifici, per un minimo di 8 ore l'anno per il personale specificamente dedicato all'organizzazione di eventi
- Appartenenza ad almeno una associazione nazionale o internazionale nel settore a scopo informativo e/o formativo di almeno uno degli addetti presenti nell'organico
- Dichiarazione scritta di aderenza al Codice Etico di Federcongressi&eventi.

E. Aziende e agenzie di servizi e consulenza
Requisiti per le Imprese di Servizi Congressuali
"Aziende di servizi"
Imprese la cui attività comprende l'erogazione dei servizi di supporto necessari ed accessori alla realizzazione di un evento congressuale, e in particolare:

1. Servizi tecnologici Audio/Video, Software e IT
2. Allestimenti
3. Ristorazione e catering
4. Assistenza congressuale (interpretariato e hostess)
5. Trasporti

<u>Requisiti minimi</u>

- L'Organizzazione deve possedere regolare iscrizione al Registro delle Imprese della Camera di Commercio
- Disporre di una struttura operativa fissa in grado di rispondere alle richieste della clientela in italiano ed inglese in orario di ufficio (almeno 3 ore al giorno e 5 giorni su 7)
- Fornire celermente i preventivi richiesti
- Comprovata attività di almeno 3 anni nella fornitura di servizi nel campo dell'organizzazione di convegni, meeting, eventi
- Disporre di una struttura commerciale esperta e competente e con conoscenza della lingua inglese

Deve inoltre garantire di poter

- Fornire al cliente risposte nelle giornate lavorative e in grado di rispondere celermente ai preventivi richiesti
- Disporre di una documentazione chiara e completa circa la struttura e l'attività svolta

- Fornire la propria consulenza in termini di progettazione e organizzazione dell'evento
- Assicurare l'utilizzo di altri fornitori specializzati, se necessario, in grado di soddisfare le esigenze specifiche e le aspettative del cliente
- Assicurare la presenza (o la reperibilità) di personale qualificato nelle diverse fasi di erogazione del servizio (allestimento, manifestazione e disallestimento)
- Farsi garante del funzionamento e della qualità di tutti i servizi erogati

Per le Agenzie di organizzazione di eventi motivazionali, lanci di prodotto, esposizioni, seminari, Agenzie di Viaggio e di Comunicazione con specifici dipartimenti di organizzazione eventi vengono richiesti gli stessi requisiti minimi indicati per i PCO.

Requisiti per la partecipazione alle iniziative internazionali (fiere, workshop)

Per partecipare alle iniziative internazionali e rappresentare così l'offerta congressuale italiana, le aziende e le categorie di professionisti, sopra descritte, oltre a dover possedere i requisiti elencati, devono avere:

- una struttura organizzativa e commerciale solida e in grado di sviluppare business e contatti tutto l'anno
- un sito internet completo e articolato bilingue
- materiale informativo cartaceo e/o su supporto informatico