



naționale, conferințele științifice, întrunirile de experți, seminariile și workshop-urile. Pe locul al doilea ca pondere se clasează conferințele de afaceri, forumurile și misiunile economice, târgurile și expozițiile. Abia în poziția a treia se găsesc evenimentele speciale de natură corporatistă sau personală, care, deși sunt mai restrânse ca număr, au însă bugete concentrate (încasări mari ale prestatorilor, pentru o durată scurtă a evenimentului).

Contrar unor prejudecăți perpetuate în opinia publică românească din lipsa (obiectivă sau nu) a accesului la date concrete, și pe teritoriul României tot conferințele științifice, congresele, întrunirile asociative și seminariile dețin frecvența cea mai ridicată în totalul reuniunilor organizate aici, cu sau fără participare străină. Este adevărat că ele sunt mai puțin vizibile pentru publicul larg și presa de interes general, dat fiind că, adresându-se unui public specializat, întrunirile de acest tip se promovează prin canale speciale și extrem de selective.

Ele au totodată avantajul că, deopotrivă în condiții normale și de criză, în lume și în România, comunită-

2009, ÎNGRIJORĂRI ȘI oportunități

Pe piața mondială se reduc costurile, nu neapărat frecvența evenimentelor. În România, scad evenimentele de lux sau relaxare, dar nu și cele științifice. Clienții devin mai atenți la negocierea tarifelor, ajustarea taxelor de participare și asumarea unor riscuri mai mici.

Gabriela Hagiu

Trainer management evenimente - Delphis Management

Inainte de a vorbi de statistici, tendințe, riscuri sau șanse pentru industria de reuniuni în 2009, se cuvine să ne uităm cu atenție la modul în care este segmentată piața de evenimente. Acest reper poate servi drept călăuză, în activitatea organizatorilor, printre incertitudinile unei economii mondiale șubrede și a unui context românesc încordat.

De multe zeci de ani, la nivel global, ponderea majoritară în totalul evenimentelor o dețin congresele și adunările generale ale asociațiilor profesionale inter-

tile de experți continuă să se reunească și să consume servicii dedicate.

Celelalte două segmente - manifestările de afaceri cu participare deschisă și, respectiv, evenimentele speciale corporatiste - sunt mai generoase ca eforturi de promovare și vizibilitate, dar depind în proporție mai mare de vulnerabilitatea economică a inițiatorilor lor. În cele mai multe cazuri, aceștia sunt companii private locale, multinaționale cu reprezentanță în țara-gazdă sau străine uninaționale.

Statistici externe...

În mai-iunie 2008, într-un sondaj realizat la nivel mondial de International Congress & Convention Association, specialiștii în industria de reuniuni erau încă optimiști cu privire la limitele de impact ale crizei economice mondiale asupra organizării de evenimente. ICCA este cea mai importantă asociație mondială de profil și numără 850 de membri - organizatori profesioniști de conferințe și expoziții, companii de management al destinației, furnizori de echipamente și servicii, convention bureau-uri și autorități naționale de turism, din care peste 200 au participat la sondaj. Circa 60% din organizatorii respondenți încă nu în-