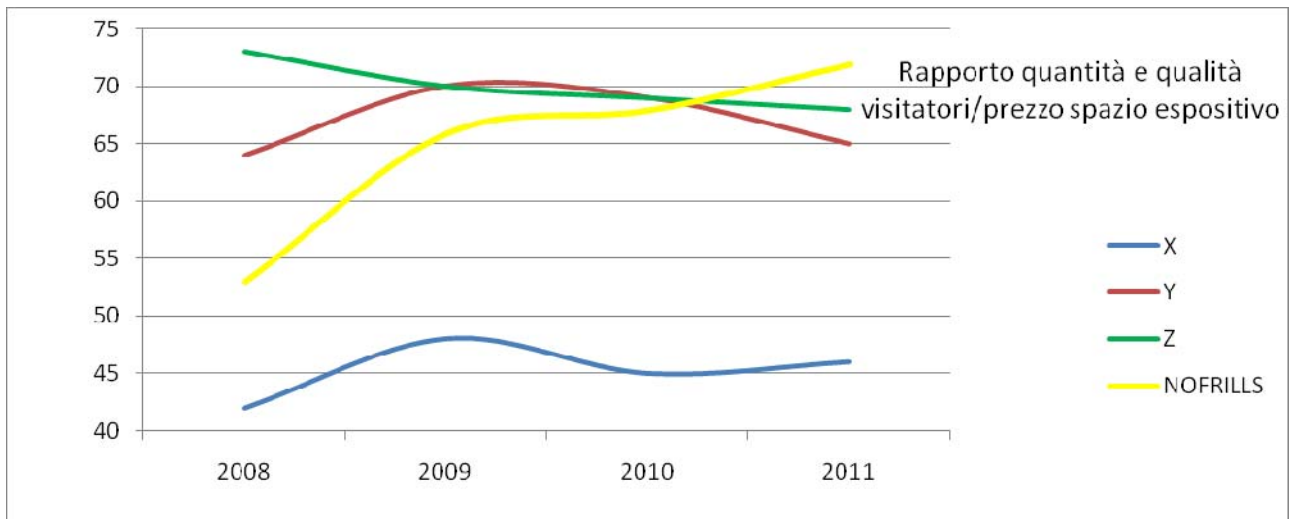


Fiere 2011, NoFrills valutata la più redditizia

La ricerca ha valutato gli eventi secondo sette variabili e secondo un giudizio complessivo risultante dalla somma delle prime. Le interviste sono state realizzate durante gli eventi specifici coinvolgendo sia gli espositori sia i visitatori presenti. Le 7 domande sono state poste così come evidenziate nel resoconto. Ad ogni domanda corrisponde una risposta graduata su scala 1-10. La numerosità del campione è stata scelta a seconda degli eventi e in rapporto alla rilevanza dell'universo. I questionari sono stati compilati da un team di studenti accademici provenienti da 8 differenti università italiane. Il team ha anche svolto l'elaborazione statistica.

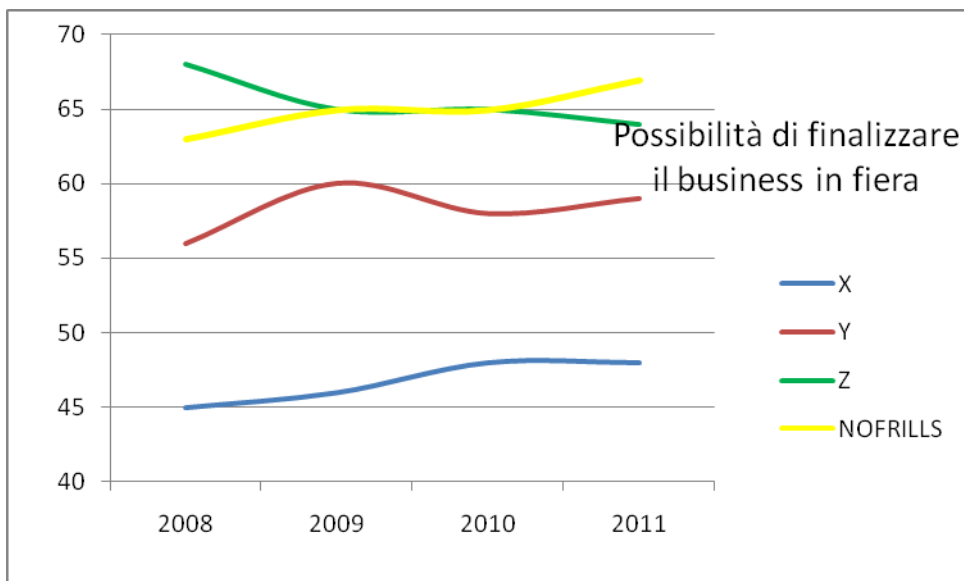
Nel rispetto dei concorrenti ci limiteremo esclusivamente a riportare i commenti riferiti a NoFrills evento di cui siamo gli organizzatori.

-Rapporto quantità e qualità visitatori/prezzo spazio espositivo



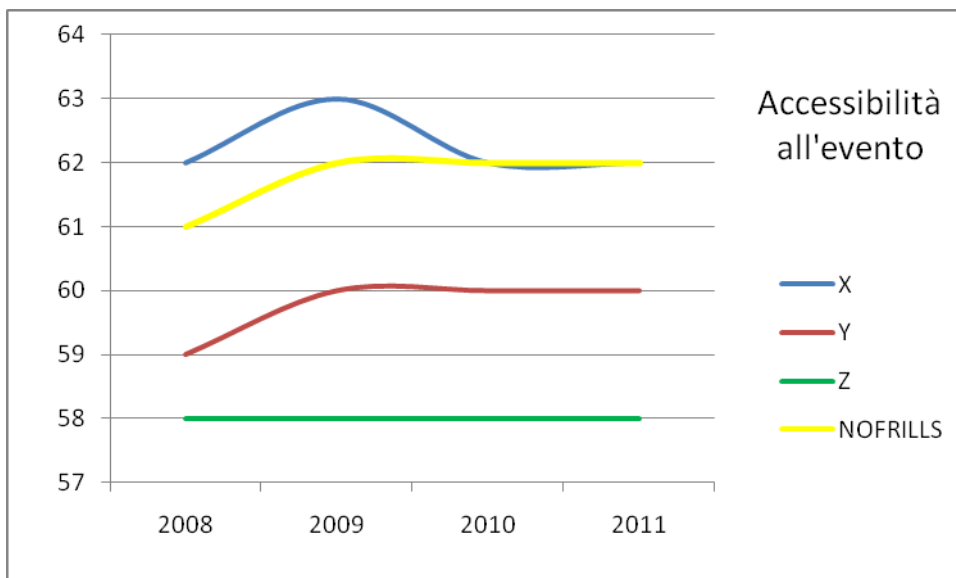
La domanda tende a enfatizzare il rapporto tra la quantità dei visitatori, la loro qualità e il prezzo pagato per incontrarli: un cosiddetto costo per contatto ponderato sulla qualità. In riferimento a NoFrills, i prezzi espositivi da oltre 4 anni subiscono solo variazioni minimali (per 2 anni sono rimasti invariati) seguendo l'indicizzazione ISTAT, la quantità dei visitatori è cresciuta di circa il 30% in due anni, ma soprattutto la qualità nel 2011 ha raggiunto livelli decisamente superiori alla media: molto numerosi i titolari di agenzie di viaggio in rappresentanza di aziende medio grandi.

-Possibilità di finalizzare il business in fiera



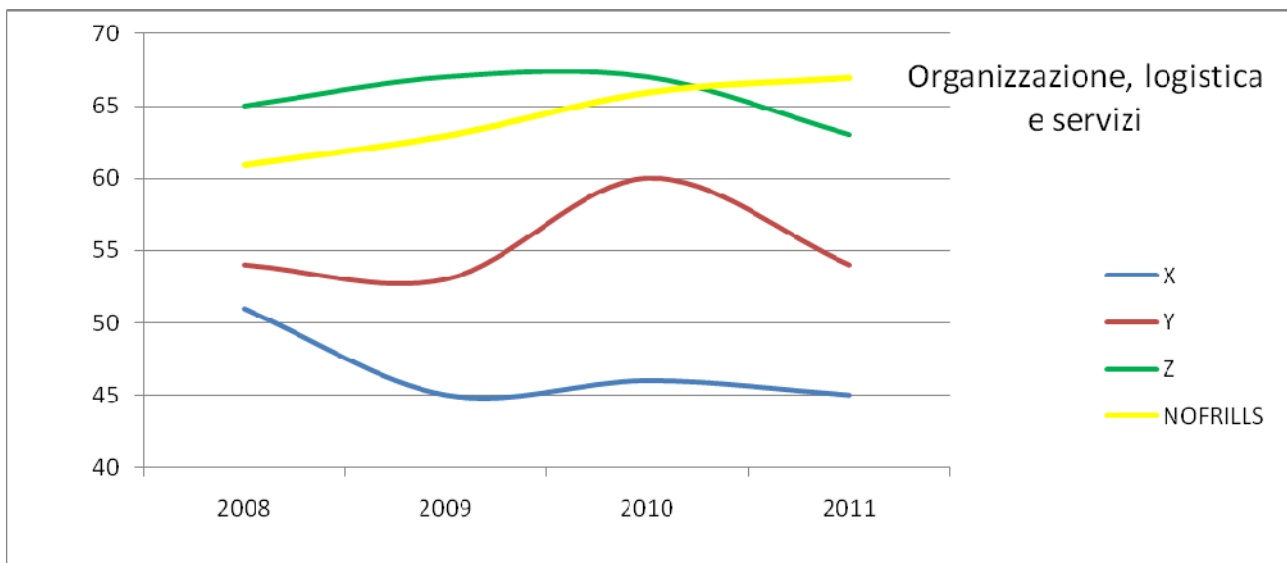
Questo obiettivo è stato uno dei fattori su cui NoFrills ha da sempre puntato. Un evento che fa del proprio nome (nessun fronzolo) la propria filosofia esistenziale. L'unico modo, secondo gli organizzatori, di differenziarsi sostanzialmente e in maniera vincente dai concorrenti. Questa variabile solitamente è inversamente proporzionale alla numerosità dei partecipanti. NoFrills, pur crescendo a doppia cifra come numero di partecipanti, riesce a mantenere livelli ottimali anche su questo fronte.

-Accessibilità evento



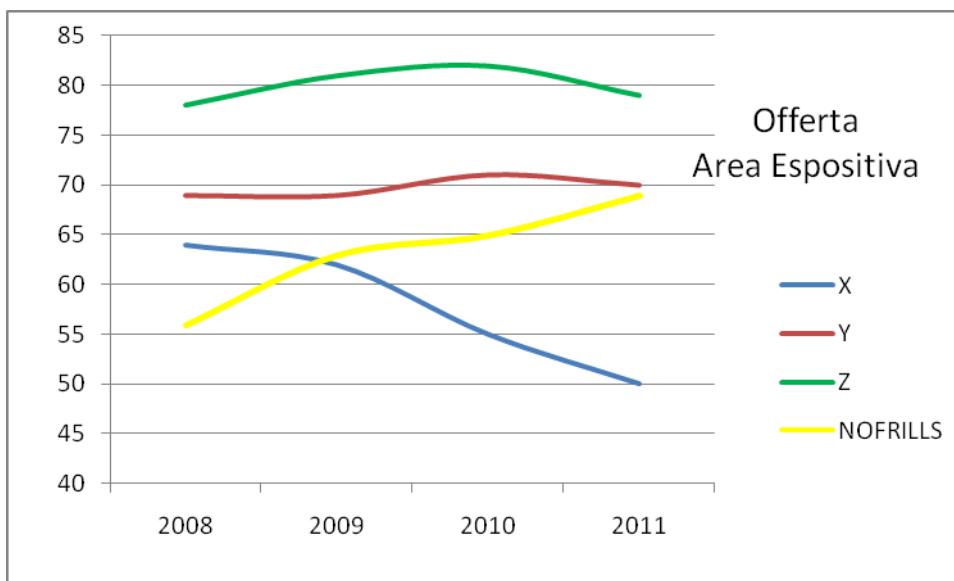
Altra variabile su cui NoFrills dai suoi esordi ha puntato molto. Bergamo si trova al centro del mondo del turismo agenziale (oltre 70% a valore del totale) collegata a Milano da un'autostrada a 4 corsie (25 minuti). Aeroporto internazionale a soli 5 minuti e stazione ferroviaria a 10 minuti.

-Organizzazione, logistica e servizi



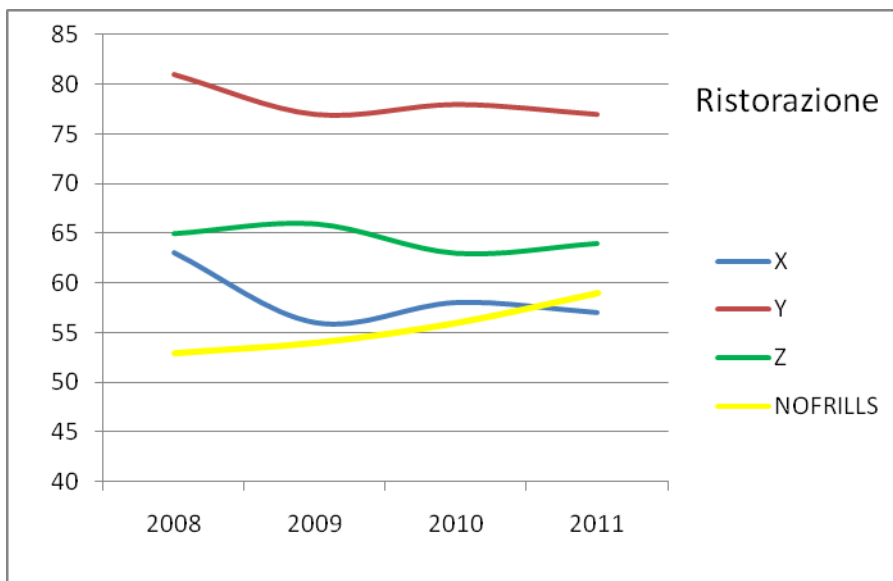
Innovatori di servizi, tecnologia e struttura fieristica all'avanguardia. L'obiettivo è sempre stato quello di semplificare la partecipazione all'evento ottimizzando tempo e denaro impiegati.

- Offerta Area Espositiva



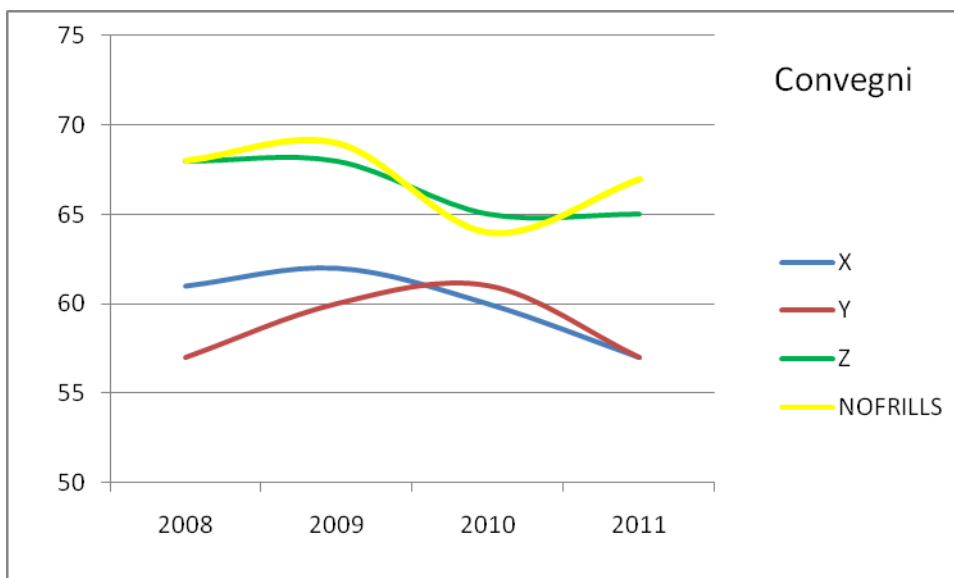
Una crescita di circa il 30% annuo negli ultimi 3 anni ha consentito a NoFrills di raggiungere una posizione in graduatoria di assoluto rispetto. Il risultato, grazie al contenimento dei costi, alla semplificazione della partecipazione dal punto di vista organizzativo e alla standardizzazione degli spazi espositivi. Questi alcuni dei numerosi fattori positivi di successo dell'evento.

-Ristorazione



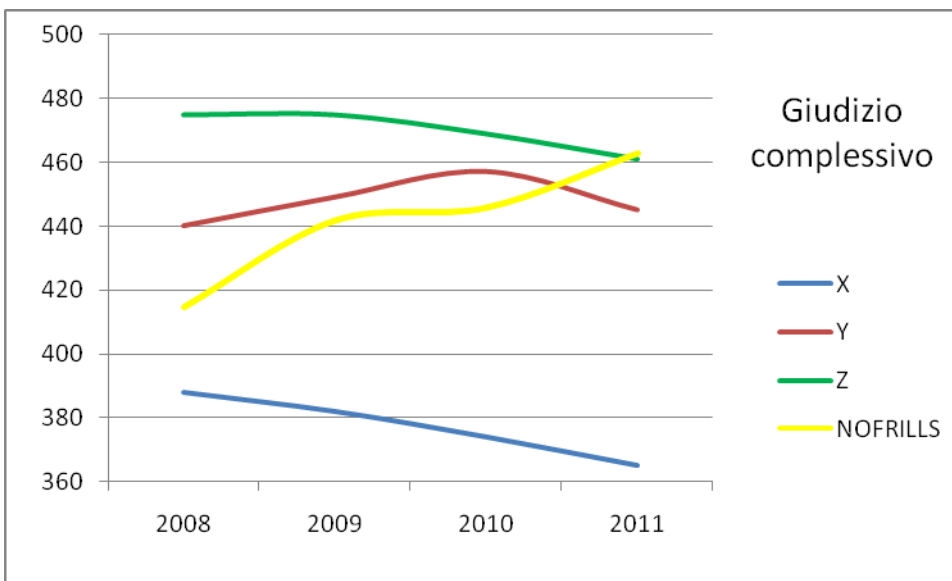
Ancora parecchio lavoro su questo fronte per gli organizzatori dell'evento bergamasco.

-Convegni



Eventi pratici sempre finalizzati all'operatività con una risposta in termini di presenze uditori notevole.

-Giudizio complessivo



Complessivamente NoFrills, pur non avendo ancora raggiunto, per dimensione, alcuni altri protagonisti del mercato, è stata dichiarata la fiera turistica b2b più redditizia nel panorama italiano. L'evento di Bergamo nel 2011 ha evidenziato tassi di crescita decisamente superiori alla media ma soprattutto un ottimale ritorno dell'investimento che posiziona il workshop al primo posto tra i quattro presi in considerazione.