

Anno XIV

30 settembre - 14 ottobre 1988 / n° 298 / lire 7000

# AVINEW

quindicinale di informazione tecnica per gli agenti di viaggi

PIANETA  
TERRA

## L'ESTATE GIALLA DEL TURISMO





## INCENTIVE E' SPETTACOLO CON LA BARBERINI TOURS

L'attività turistica può diventare spettacolo, psicologia e politica. Memoria di una serata medicea

**I**l turismo è cultura, e l'incentive è l'elevazione culturale della forza vendita. Questa massima può sintetizzare la filosofia ispiratrice dell'attività incentive della Barberini Tours, e del suo istrionico ed estroverso presidente, Giuliano Girini: *Se io ti conduco in un itinerario organizzato a Firenze e ti parlo dei Medici, qualcosa nel ricordo e nelle impressioni senz'altro ti rimane, a seconda della tua cultura e della tua sensibilità; ma se ti faccio assaporare i prodotti del tempo dei Medici ed alcuni aspetti di come si viveva alla corte della nobile famiglia fiorentina, se ti ci faccio partecipare come un attore, allora non te lo scordi più.*

Rimarrà di certo a lungo nella memoria dei partecipanti il viaggio incentivo che l'Encyclopaedia Britannica International ha offerto ai dirigenti delle società estere dell'azienda inglese, circa 60 persone provenienti da tutto il mondo, e alloggiati all'Hotel Hilton di Roma per un breve ma indimenticabile soggiorno dal 4 al 10 giugno scorso. Nel ricco programma firmato Barberini Tours, era prevista una serie di serate in "tema" con le visite programmate per la giornata, dai ristoranti romano-trasteverini alle eleganti Villa Bra-

sini e Villa Miani, per concludere nella fantasmagorica serata medicea a Villa Medici, appunto.

*Tutto il programma è stato un susseguirsi di sorprese, racconta Daniela Venturini, addetta alle pubbliche relazioni dell'operatore romano. Ogni sera gli ospiti trovavano un regalo in camera, e tutti i gadget recavano il marchio dell'Encyclopaedia Britannica. Nella scelta dei menù, pur variando in continuazione, non si è mai usciti dalla tradizione culinaria italiana, e avendo di fronte ospiti delle più disparate nazionalità, abbiamo fatto attenzione a non urtare la sensibilità culturale e di palato di ciascuno.*

Piatto forte del programma è stata naturalmente la sera del 9 giugno: l'ingresso a Villa Medici è avvenuto in carrozzella, attraversando il parco (l'accesso, da via Ludovisi, era l'antica entrata principale della villa). Un corteo di sbandieratori di Cori, uniti a paggi ed ancelle reclutate per l'occasione con splendidi costumi rinascimentali, ha guidato gli ospiti al suono di tromba ed al rullo dei tamburi fino al grande loggione interno, dove un'immensa tavola ad "U" attendeva i commensali. I paggi e le ancelle ora decoravano le nicchie delle pareti qua-

li statue viventi, ora rappresentavano figure e quadretti d'epoca per animare le pause del banchetto tra una portata e l'altra, annunciate da squilli di tromba. L'attenta regia e l'impeccabile organizzazione confermano le doti di Giuliano Girini, imprenditore turistico ma anche uomo di spettacolo. Preparare un viaggio incentive, diventa in questi casi quasi un'arte. Vorrei ricordare la differenza tra il viaggio premio ed il viaggio incentive, dice Girini. Il primo è semplicemente un prodotto preso dal catalogo, come possono essere per esempio le Maldive, e dato in premio a un dipendente. Si limita ad elevare lo status symbol di chi ne usufruisce. L'incentive, invece, è un prodotto creato su misura e "ad hoc" per un preciso target; non può essere prefabbricato, al massimo si può ricorrere a un tipo di prodotti modulari applicabili a diverse situazioni. Non si limita ad accrescere lo status symbol, ma agisce più in profondità nella psiche, rinforzando, con la gratificazione che ne consegue, il senso di partecipazione all'azienda, intesa come grande famiglia. Ciò che nuoce all'immagine del mercato degli incentive è che il 90% degli operatori vende viaggi premio spacciandoli per incentive. Organizzare un viaggio, un qualunque tipo di viaggio è per Giuliano Girini prima di tutto un attento studio sull'uomo, sulla sua psicologia e sulle sue dinamiche di reazione. Attraverso il congresso o il viaggio il nostro arbitro elegantiarum- come abbiamo avuto modo di appellarlo in un recente servizio- costruisce l'immagine di chi poi sarà destinato a trarne un vantaggio nella carriera. Ecco che l'attività turistica può diventare spettacolo, psicologia e politica, perché l'uomo è un animale sociale e alla Barberini Tours lo sanno bene.

m. f.