



ATTENZIONE: la versione ufficiale di questo documento è quella presente nella rete informatica aziendale.
Tutte le copie su carta sono da intendersi "versioni non controllate" e pertanto potrebbero non essere aggiornate all'ultima versione.

RESPONSABILITÀ DELLA EMISSIONE

ATTIVITA'	FUNZIONE	NOMINATIVO
Redazione:	GARANZIA QUALITA'	<i>P. Pastorelli</i>
Approvazione:	DIRETTORE OPERATIVO	<i>S. Drei</i>
Pubblicazione:	GARANZIA QUALITA'	<i>P. Pastorelli</i>

VISION & MISSION

La missione di ADRIACONGREX è organizzare eventi congressuali sia in Italia che all'Estero.

La visione di ADRIACONGREX è di essere un partner globale nell'organizzazione di eventi congressuali, con l'obiettivo di fidelizzare il cliente e consolidare la qualità dei servizi resi, con un approccio al mercato sistematico, con il controllo del grado di soddisfazione del cliente, e con la ricerca delle sue esigenze inesprese.

VALORI

- **La soddisfazione del cliente prima di tutto** - così ci sforziamo di superare le aspettative del cliente.
- **Orientamento ai risultati** - cerchiamo il miglioramento continuo attraverso obiettivi significativi, ma raggiungibili.
- **Impegno nell'innovazione** - perché vogliamo sempre offrire qualcosa di nuovo ai nostri clienti.
- **Onestà e trasparenza** - in tutte le relazioni con clienti, partner, azionisti e chiunque altro.

STORIA

Nel 1991, a pochi mesi dalla definitiva sanzione del libero mercato europeo, il panorama congressuale del circondario di Rimini si animò improvvisamente.

L'esperienza, i rapporti, le professionalità maturate all'interno di Promozione Alberghiera, Promhotels e Quality Hotels, diedero vita ad una nuova società, ADRIACONGREX, affinché riassumesse la volontà di spingere a fondo l'acceleratore su quello che era ormai stato individuato come una vera e propria nuova economia turistica, il turismo d'affari.

L'obiettivo più immediato fu quello di raggiungere 350.000 presenze congressuali nel 1991, un volume molto superiore a qualsiasi altra organizzazione concorrente in Italia. Il numero di alberghi ad apertura annuale aveva trend di crescita enormi: erano tre, nel 1971 a Marina Centro di Rimini, una sessantina nel 1985, 216 nel '91 quando nacque ADRIACONGREX.

Prima dello sviluppo delle Fiere e dei Congressi l'albergo riminese "tipo" aveva tassi di occupazione delle camere invernali inferiori al 15%. Nel 1977 dopo il primo congresso "Michelin" c'è la percezione che il mercato congressuale e in genere fieristico, sia in crescita. Grand Hotel, Imperiale, Ambasciatori, Waldorf e Bellevue fondano il gruppo Executive Hotels ed investono 100 milioni (in partecipazione con Promozione Alberghiera, madrina di questa fondazione) per una campagna promo-pubblicitaria straordinaria.

Nel 1978 inizia la fase moderna dell'ospitalità riminese. Gli "Executive Hotel" si lanciano sul mercato congressuale che la Fiera di Rimini tardava a "percepire" o non aveva ancora scoperto.

A Marina Centro intanto si tiene il primo maxi-convegno di "Linea Natura", un'azienda specializzata in vendite "porta a porta" con circa 1.500 venditori. Questo è il congresso chiave che sensibilizza definitivamente gli operatori, li mette al corrente, fa capire le potenzialità di Rimini come base di una nuova domanda: quella dei maxi-convegni.

Promozione Alberghiera si struttura, si rafforza, cresce anche dentro la Fiera (Rinnovamento nello Spirito porta a Rimini 8.000 partecipanti). Il 1979, insomma, mette in crisi il principio delle estati turistiche roventi e degli "inverni lenti, tranquilli, pacifici".

Dopo "Linea Natura" arrivano altri grandi meeting e anche altri raduni. E' l'anno di Tupperware e del primo Gala IMCO (3.000 invitati). Rinnovamento nello Spirito convoca a Rimini 12.000 persone.

1980: è operativo anche il padiglione "E". L'Ente Fiera si adegua rapidamente ad una domanda "nuova" che mette alla prova strutture fieristiche ed alberghi, allestitori e pubblica amministrazione, hostess e pubblici esercizi. Arrivano IMCO, con un President Meeting di 10.000 persone, ed un Gala Dinner da record. E poi il significativo "Amici di Brugg", un appuntamento del filone medico-scientifico che si riesce a mantenere sta-

bilmente a Rimini contro le tendenze che volevano itineranti questi convegni: un appuntamento significativo anche perché anticipa la peculiarità dell'area espositiva all'interno della manifestazione.

Promozione Alberghiera si struttura ed arriva a mobilitare 150 tra hostess ed assistenti congressuali.

1981: la disponibilità dei padiglioni è un fatto consolidato, l'efficienza dello staff della Fiera, la coesione tra albergatori e Promozione Alberghiera, la convenienza del sistema ospitale di Rimini rispetto alle grandi città, garantiscono rapidamente l'espansione della domanda di mega-convention che include, nel suo sviluppo, anche aree limitrofe come Riccione, in prima battuta, e Bellaria.

Fino al 1982 tutti i congressi, convention e meetings si tengono tra aprile e ottobre, perché le camere "riscaldate" tra Rimini e Riccione sono meno di 500.

1982: La Conferenza Programmatica del PSI mette alla prova tutte le strutture congressuali del territorio ... ed è il successo. Nell'inverno 1982 gli alberghi aperti tutto l'anno tra Rimini e Riccione sono 28 e le camere "riscaldate" sono un migliaio, mentre a Rimini le giornate di Fiera sono diventate 79.

Sono anni nei quali si matura la piena convinzione dell'importanza di questa nuova economia turistica: i convegni politici, le grandi adunate religiose fungono da palestra per tantissime professionalità che oggi, nel terzo millennio, sono il grande patrimonio di ADRIACONGREX.

A fine anni '80 un'altra tappa fondamentale: l'organizzazione di un convegno sulle Aritmie Cardiache a Venezia, fuori dall'habitat consueto. E' una sfida enorme, vinta con successo e tuttora patrimonio di ADRIACONGREX.

La nascita di ADRIACONGREX, nel 1991, raccoglie l'eredità di questa storia. L'obiettivo è quello di fidelizzare il cliente, consolidare la qualità dei servizi resi, ovunque si svolgano le manifestazioni. Arrivano le esperienze internazionali con il convegno ERA-EDTA, inaspettatamente svoltosi a Rimini, vista l'impossibilità che gli eventi bellici avevano causato relativamente alla programmata sede di Belgrado.

Si acquisisce coscienza degli standard internazionali, di quella qualità che deve attraversare tutte le componenti, dalle strutture ai servizi.

Una delle dinamiche vincenti di ADRIACONGREX è rappresentata dalla continua volontà di sperimentare, offrendo al proprio territorio d'appartenenza stimoli continui su cui confrontarsi e, quindi, crescere.

A metà anni '90 si fa largo una consapevolezza nuova: a procedure ormai perfette e standardizzate si affianca la volontà di offrire soluzioni. ADRIACONGREX avvia un programma di formazione intenso per tutto il personale, attività mai interrotta perché ritenuta una risorsa irrinunciabile. Si investe sulla commercializzazione e si affaccia un nuovo approccio: consolidare l'attività svolta e affermare la cultura della sperimentazione, da una logica di prodotto a quella di servizio. E tutto si rimette in discussione, a partire dalla forma di un'offerta economica.

L'approccio al mercato diviene sistematico, il controllo del grado di soddisfazione del cliente, e la ricerca delle sue esigenze inespresse, divengono un metodo.

Fino ad oggi, stagione nella quale ADRIACONGREX è consapevole del suo ruolo di riferimento e non cessa di attivare strategie per un ulteriore sviluppo. Prova è la recente costituzione di ACX CORPORATE, soggetto di diritto sammarinese partecipato da ADRIACONGREX, per la gestione del nuovo palazzo dei congressi della Repubblica di San Marino. Un'occasione colta con tempestività e la testimonianza di un processo di sviluppo sempre proiettato al futuro.

IMPEGNI

ADRIACONGREX si impegna a rispettare sempre sia le leggi e le normative applicabili alle proprie attività, sia i regolamenti che volontariamente dichiara di seguire.

ADRIACONGREX richiede, parallelamente che tutto il personale, dipendente e collaboratore, faccia propri gli Impegni di Qualità, Sicurezza, Ambiente, Etica che RIMINI RESERVATION stessa si assume.

IMPEGNO QUALITÀ

Tutto il personale di ADRIACONGREX è impegnato nell'implementazione dei processi di qualità per identificare e venire incontro alle aspettative del cliente.

La comprensione delle loro esigenze, la qualità del servizio loro offerto sono pertanto al vertice del modo di operare di ADRIACONGREX, e forniscono obiettivi misurabili per assicurare un continuo miglioramento di processi e prodotti.

IMPEGNO SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

RIMINI RESERVATION tutela la salute e la sicurezza dei collaboratori e di chiunque fruisca dei servizi offerti, riducendo il rischio di incidenti.

Accanto allo sviluppo della "cultura della sicurezza", ADRIACONGREX punta alla diffusione della "cultura della prevenzione", intesa come utilizzo di ambienti di lavoro idonei e sicuri.

IMPEGNO AMBIENTE

ADRIACONGREX tutela l'ambiente, e, per questo motivo, viene prestata grande attenzione a minimizzare l'impatto esercitato in termini di rifiuti.

In questa ottica, tutti i collaboratori vengono informati perché ognuno abbia consapevolezza dell'importanza delle tematiche ambientali, e sia in grado di contribuire in termini di raccolta differenziata.

IMPEGNO ETICO

ADRIACONGREX garantisce le proprie attività ed il comportamento del personale, in termini di Onestà, Rispetto della Legge, Trasparenza e completezza dell'informazione, Correttezza nella gestione societaria e nell'utilizzo delle risorse, Riservatezza delle informazioni, Rispetto della persona, Imparzialità e pari opportunità, Lavoro minorile, Prevenzione della corruzione dai conflitti di interesse.

Per questo motivo ADRIACONGREX ha emesso uno specifico Codice Etico, destinato a tutti i dipendenti e collaboratori della società.

POLITICHE

ADRIACONGREX si impegna a comunicare le Politiche aziendali e gli obiettivi Qualità, ai propri collaboratori. Tali Politiche aziendali sono disponibili al pubblico e a chiunque ne faccia richiesta.

ADRIACONGREX si impegna a riesaminare il proprio Sistema di Gestione per la Qualità almeno una volta all'anno, al fine di garantirne la correttezza, l'efficacia, e di verificare l'attualità della presente politica, nell'ottica del miglioramento continuo.

POLITICA QUALITÀ

Tramite l'**obiettivo qualità**, ADRIACONGREX intende fornire un alto livello di servizio ed una efficiente risposta alle attese della collettività.

Per questo ADRIACONGREX ha implementato il sistema di gestione per la qualità.

Tale sistema impegna tutta l'azienda a:

- ricercare la massima soddisfazione dei Clienti;
- garantire la competenza tecnico-professionale del personale ed il suo costante aggiornamento;
- migliorare il processo gestionale, adeguandone costantemente l'efficienza;
- effettuare le prestazioni con continuità, affidabilità ed efficacia, assicurando la riservatezza ed il rispetto della privacy;
- impegnarsi a verificare periodicamente efficacia ed efficienza delle prestazioni, con il controllo sistematico delle medesime;

Tramite la Politica della Qualità, ADRIACONGREX si prefigge di raggiungere i seguenti fini:

- identificare le esigenze e le aspettative del Cliente, convertendole in requisiti da soddisfare;
- coinvolgere negli obiettivi i propri collaboratori;
- ricercare la massima efficienza ed efficacia nelle attività di gestione;
- gestire tempestivamente tutte le richieste e gli eventuali reclami e/o segnalazioni che pervengono dai Clienti;
- erogare i servizi di Qualità adeguata tali da soddisfare le esigenze e le aspettative dei Clienti, conseguendo contemporaneamente il profitto necessario al continuo sviluppo e miglioramento;
- identificare i rischi aziendali e realizzare le opportunità che, ottimizzando le caratteristiche aziendali, consentono di ottenere elevato livello di competitività;
- sviluppare una profonda integrazione in azienda sia verticalmente sia orizzontalmente, mediante la formazione e l'addestramento a tutti i livelli, ed il miglioramento continuo;
- eliminare l'inefficienza ponendosi come obiettivo un livello di inefficienza nel tempo tendente a zero.

dott. Daniele Biondi
(Direttore Commerciale)