

Οι σύγχρονες προκλήσεις μάς αφορούν όλους

Γράφει ο **Rod Cameron** υπεύθυνος Προγραμμάτων και Διεθνούς Ανάπτυξης της AIPC - International Association of Congress Centres

Από την πλευρά των συνεδριακών και εκθεσιακών κέντρων, ο Rod Cameron, υπεύθυνος Προγραμμάτων και Διεθνούς Ανάπτυξης της AIPC, της διεθνούς Ένωσης των Συνεδριακών Κέντρων, σκιαγραφεί το σύγχρονο περιβά-

λον στο οποίο καλείται να λειτουργήσει η παγκόσμια αγορά των Meetings, απευθύνοντας πρόσκληση στους οργανωτές -πελάτες των κέντρων- για κοινή αντιμετώπιση των προκλήσεων.

Μπορεί κατά καιρούς να υπάρχει διάσταση απόψεων ανάμεσα στα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα και τους πελάτες τους (εταιρείες και οργανισμούς), ωστόσο και τις δύο πλευρές τις ενώνει ένας πολύ βασικός κοινός στόχος: η διατήρηση και ενίσχυση του ρόλου των meetings ως βασικού μέσου επαγγελματικής και επιχειρηματικής εξέλιξης. Χωρίς αυτό, ούτε η ανταπόκριση και η συμμετοχή στα συνέδρια θα είναι η επιθυμητή (για τους πελάτες των κέντρων) ούτε οι προσδοκίες και οι στόχοι για τις κοινότητες που φιλοξενούν τα κέντρα θα πληρούνται - και δεν εννοώ μόνο τα οικονομικά οφέλη από ένα event, αλλά και τον γενικότερο ρόλο που παίζουν τα κέντρα στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου.

Όσο για το μέλλον, είναι σαφές ότι αυτό που αποτελεί σημαντικότερη προτεραιότητα για τους μεν (συνεδριακά κέντρα), τις περισσότερες φορές είναι σημαντικό και για τους δε (πελάτες). Οι ανησυχίες για το μέλλον είναι κοινές για όλους, πράγμα που σημαίνει ότι πρέπει να αναζητήσουμε καλύτερους τρόπους αντιμετώπισης των προκλήσεων, από κοινού. Είναι καιρός να εστιάσουμε σε αυτά που μας ενώνουν, κι όχι να αναλωνόμαστε σε αυτά που μας χωρίζουν.

Ως ο βασικότερος φορέας εκπροσώπησης των συνεδριακών κέντρων διεθνώς, η AIPC πραγματοποίησε μια σειρά από μελέτες και έρευνες, κατά τις οποίες ζήτησε από τα μέλη της να προσδιορίσουν τις προκλήσεις που πιστεύουν ότι θα αντιμετωπίσει στο μέλλον η συνεδριακή βιομηχανία. Η πιο πρόσφατη από τις έρευνες αυτές πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του 50ού Ετήσιου Συνεδρίου



Photo: Messe Frankfurt GmbH

κέντρα όσο και τους πελάτες τους. Αυτά, ακριβώς, τα θέματα είναι που πρέπει να αντιμετωπιστούν μέσα από συντονισμένες, κοινές προσπάθειες.

Αβέβαιο οικονομικό μέλλον:

Θα ήταν περιττό να επισημάνουμε ότι η πορεία της βιομηχανίας των meetings ακολουθεί κατά πόδας εκείνη της οικονομίας - τόσο άμεσα (βλ. corporate meetings) όσο και έμμεσα (βλ. association meetings). Η μειωμένη συμμετοχή και/ή η ακύρωση events ζημιώνουν τους πάντες: τα κέντρα και τους προορισμούς που φιλοξενούν events, αλλά και τους οργανωτές που πρέπει να αντιμετωπίσουν τις επιπτώ-

της συμμετοχής και των εσόδων. Αν περικοπούν τα meetings, ακόμα και προσωρινά, ο ρόλος τους θα υποβαθμιστεί. Κι αυτό είναι ένα σενάριο καταστροφικό. Μεταξύ άλλων, διάφορες εναλλακτικές, όπως τα «remote meetings» είναι πιθανό να κερδίσουν έδαφος και να δημιουργήσουν μία μη αναστρέψιμη κατάσταση, ακόμα και μετά το πέρας της κρίσης.

Βιωσιμότητα - η άλλη όψη του νομίσματος:

Αρχικά είχαμε την περιβαλλοντική προσαρμογή, με μείωση της ρύπανσης και σωστή διαχείριση των αποβλήτων. Έπειτα, όλο αυτό επεκτάθηκε στον τομέα της διαχείρισης ενέργειας. Όμως και πάλι, η βιωσιμότητα είναι έννοια ευρύτερη και περιλαμβάνει πολλές άλλες «επιπτώσεις» που μπορεί να έχει ένα meeting ή μια έκθεση. Τα κέντρα ανταποκρίθηκαν με έντονη την αίσθηση του καθήκοντος και στις περισσότερες περιπτώσεις ο στόχος του «green meeting» επετεύχθη, σε όλα τα στάδια της διοργάνωσης. Σήμερα, οι πελάτες των συνεδριακών κέντρων σε ολόκληρο τον κόσμο

έχουν στη διάθεσή τους μια σειρά από «πράσινες πρακτικές» που μπορούν να εφαρμόσουν στα συνέδριά τους - έστω κι αν κάποιοι εξακολουθούν να μην τις αξιοποιούν σωστά.

Προκύπτει, όμως, ένα ερώτημα: **πού μπορεί να οδηγήσει όλο αυτό αν... το παρακάνουμε;** Γεγονός είναι ότι ο μόνος τρόπος για να εξαλείψουμε εντελώς την επιβάρυνση του περιβάλλοντος από ένα meeting είναι να μην το διοργανώσουμε καθόλου. Βέβαια, τον αφορισμό αυτόν έρχεται να αντισταθμίσει μια άλλη πραγματικότητα: τα meetings και τα συνέδρια συμβάλλουν στην εξέλιξη της κοινωνίας και του φιλοξενεί, τόσο από οικονομική όσο και κοινωνική άποψη. **Το πρόβλημα δημιουργείται όταν η ισορροπία αυτή χάνεται**, κάτι που συμβαίνει αρκετά συχνά σε μία εποχή όπου τόσο συζήτηση γίνεται σχετικά με το θέμα της βιωσιμότητας. Ευθύνη όλων όσοι δραστηριοποιούνται στη συνεδριακή βιομηχανία είναι να επαγρυπνούν και να διατηρούν όσο μπορούν την ισορροπία αυτή.

Επιπτώσεις στις αεροπορικές μετακινήσεις

από την ανάγκη για μείωση του «carbon footprint» (αποτύπωμα άνθρακα) των συνεδριών, σε συνδυασμό με την αύξηση του κόστους των καυσίμων: Ο περιορισμός των μετακινήσεων των συνεδριών αποτελεί από μόνος του λόγο ανησυχίας, πόσω μάλλον σε συνδυασμό με το αβέβαιο οικονομικό μέλλον. Η ανάγκη για μείωση του «carbon footprint» δικαιολογεί εν μέρει τον περιορισμό των μετακινήσεων από αέρος, ωστόσο πρέπει να παραδεχθούμε ότι πίσω από όλα αυτά κρύβεται στην ουσία η ανάγκη για μείωση του κόστους. Το ίδιο συνέβη στην αρχή της δεκαετίας με το θέμα της ασφάλειας, όπου η έντονη ανησυχία διεθνώς «εξυπρέπτε» την αδύναμη οικονομία και λειτουργήσε ως «δούρειος ίππος» για μια σειρά από οικονομικά μέτρα.

Και πάλι, είναι απαραίτητο να εξασφαλίσουμε την ισορροπία μεταξύ του στόχου που λέγεται βιωσιμότητα και αυτού που θα έπρεπε να είναι βασικό μας μέλημα: να εδραιώσουμε

“ Είναι καιρός να εστιάσουμε σε αυτά που μας ενώνουν, κι όχι να αναλωνόμαστε σε αυτά που μας χωρίζουν ”

της AIPC στη Σιγκαπούρη. Παρόλο που τα συμπεράσματα των ερευνών αυτών αντικατοπτρίζουν πρωτίστως την οπτική των συνεδριακών κέντρων, φαίνεται ξεκάθαρα ότι το μεγαλύτερο βάρος πέφτει σε ζητήματα που αφορούν τόσο τα

σεως από την πτώση της συμμετοχής και των εσόδων.

Η αβεβαιότητα για το μέλλον της οικονομίας μπορεί να έχει επιπτώσεις ακόμα σοβαρότερες από τη μείωση

στη συνείδηση όλων τη σημασία που έχουν τα meetings στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής και επαγγελματικής ζωής μιας κοινότητας. Σε αντίθετη περίπτωση, οι «πράσινες» πρωτοβουλίες ίσως αποδειχθούν μπουρραναγκ. Ένα θέμα που επίσης θα πρέπει να αντιμετωπίσουμε άμεσα είναι η σχεδόν παντελής απουσία τρόπων μέτρησης και υπολογισμού του

πρέπει να εντείνουμε τις προσπάθειες «στρατολόγησης», εκπαίδευσης και διατήρησης καλών επαγγελματιών.

Το πρόβλημα αυτό απασχολεί τόσο τα κέντρα όσο και τους πελάτες τους. Την ίδια στιγμή που οι εταιρείες και οι οργανισμοί αναζητούν υψηλότερο επίπεδο υποστήριξης από ένα συνεδριακό κέντρο, τα ίδια τα κέντρα προσπαθούν

προς τη θεμελιώδη σημασία της face to face επικοινωνίας, η τεχνολογία των «remote meetings» βελτιώνεται σημαντικά, ενώ οι αεροπορικές μετακινήσεις περνούν... απ' τα χίλια κύματα. Οι παράγοντες αυτοί, σε συνδυασμό με μια «νέα γενιά» συνέδρων που μεγάλωσαν με το Internet και το teleconferencing, είναι πιθανό να φέρουν στο προσκήνιο εναλλακτικές μορφές επικοινωνίας στο χώρο μας, στις οποίες δύσκολα θα... αντιστεκόταν κανείς.

Οι περισσότεροι από εμάς που δραστηριοποιούμαστε στη συνεδριακή βιομηχανία θα συμφωνήσουμε ως προς το ότι πρέπει να χρησιμοποιούμε τη σύγχρονη τεχνολογία, με τρόπο που να ενισχύει το ρόλο των meetings. Ωστόσο, η κοινή αυτή πεποίθηση φαίνεται να έχει πιάσει... γαλαρία στο λεωφορείο των προτεραιοτήτων μας, ενώ αντίθετα έχουμε εστίαση στη διαφύλαξη του παραδοσιακού χαρακτήρα των meetings. Έχει έρθει η στιγμή να πάρουμε πιο «ζεστά» το θέμα αυτό και να εκμεταλλευτούμε στο μέγιστο τις δυνατότητες που μας δίνει η σύγχρονη τεχνολογία, ώστε να ενισχύσουμε την αξία και τον ρόλο των face to face events.

Κάθε ένα από τα παραπάνω θέματα θα μπορούσε να έχει σοβαρό αντίκτυπο στη βιομηχανία μας, πόσω μάλλον ο συνδυασμός όλων ή κάποιων απ' αυτά.

Γι' αυτό και θα πρέπει να μελετήσουμε την κατάσταση της συνεδριακής βιομηχανίας προσεκτικά και μακροπρόθεσμα και να δράσουμε από κοινού και συντονισμένα.

Όσο κι αν έχουμε σημειώσει πρόοδο τα τελευταία χρόνια στη νοοτροπία και την τεχνολογία -αλλά και στα διαθέσιμα τεχνικά μέσα- γεγονός είναι ότι η βασική μορφή των meetings και των συνεδρίων έχει εξελιχθεί ελάχιστα εδώ και πάρα πολύ καιρό. Αν υπάρχει κάποιος που μπορεί και πρέπει να πάρει στα χέρια του το «τιμόνι» αυτής της εξέλιξης, αυτοί είμαστε εμείς οι ίδιοι. Εκτός του ότι μας ενδιαφέρει άμεσα το παρόν και το μέλλον της συνεδριακής βιομηχανίας, διαθέτουμε και την εμπειρία και τις γνώσεις που χρειάζονται.

Όλα τα παραπάνω ζητήματα αφορούν και πρέπει να απασχολήσουν όχι μόνο τους προμηθευτές του κλάδου αλλά και τους οργανωτές-πελάτες. Μια πιθανή μείωση της συμμετοχής στα συνέδρια και τα events θα έθιγε τα συμφέροντα όλων μας. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο, η αντιμετώπιση των προβλημάτων και η δράση πρέπει να είναι συλλογική. Κυρίως, πρέπει να εστιάζουμε στην ενίσχυση του ρόλου των meetings ώστε να εδραιωθεί στο μυαλό των ιθυνόντων η σημασία της συνεδριακής εμπειρίας για τη βελτίωση της επαγγελματικής, πολιτιστικής και επιχειρηματικής ζωής.



Θα πρέπει να μελετήσουμε την κατάσταση της συνεδριακής βιομηχανίας προσεκτικά και μακροπρόθεσμα - και να δράσουμε από κοινού και συντονισμένα

οικονομικού οφέλους που προκύπτει από την επιχειρηματική και επαγγελματική εξέλιξη που δημιουργεί ένα meeting. Διαφορετικά, είμαστε «καταδικασμένοι» να χρησιμοποιούμε αόριστα, ποσοτικά κριτήρια μέτρησης της αξίας ενός συνεδρίου, τη στιγμή που άλλοι τομείς έχουν συγκεκριμένους και αποτελεσματικούς τρόπους μέτρησης της αξίας τους.

Μείωση εργατικού δυναμικού:

Τα δημογραφικά στοιχεία που έχουμε στη διάθεσή μας δεν φαίνονται να είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά, σε πολλά σημεία του πλανήτη. Για μια βιομηχανία που έχει απόλυτη ανάγκη από εργατικό δυναμικό, η ολοένα μικρότερη προσφορά εξειδικευμένου και έμπειρου προσωπικού σημαίνει ότι

με νύχια και με δόντια να αποκτήσουν και να διατηρήσουν σωστά καταρτισμένο εργατικό δυναμικό. Ζητούμενο όλων είναι η ποιότητα της εμπειρίας που προσφέρει ένα συνέδριο ή ένα event, γιατί αυτή είναι που θα εξασφαλίσει και τη μεγάλη συμμετοχή. Απ' τη στιγμή, όμως, που κάτι τέτοιο απαιτεί ειδικευμένο και έμπειρο προσωπικό, θα πρέπει άμεσα να βρούμε τρόπους προσέλκυσης ικανών επαγγελματιών. Θα έλεγε κανείς ότι θα χρειαστεί να «συναγωνιστούμε» άλλους τομείς της οικονομίας, οι οποίοι αναζητούν ακριβώς το ίδιο!

Εναλλακτικές μορφές επικοινωνίας:

Χρόνια τώρα, είναι σαν να «κλείνουμε τα μάτια» μπροστά σε αυτή την απειλή. Κι ενώ οι περισσότεροι συμφωνούν ως

Industry Challenges are Shared by All

By Rod Cameron, Director of Programming and International Development for AIPC (www.aipc.org)

While convention centres and their corporate and association clients may have their differences of opinion from time to time, we both share one overriding priority: ensure the ongoing role of meetings as a primary vehicle for professional and business development. Without this, clients cannot deliver the level of participation they need to meet their organizational and financial responsibilities. At the same time, suppliers like centres need a successful industry in order to fulfill the expectations of their respective communities, not just in terms of event revenues, but for the role they play in community and economic development.

We need to be looking for better ways to address our concerns together instead of focusing the majority of our energies on the interactions we have with each other.

AIPC and its members have been identifying future challenges for the industry through a series of surveys and workshops. Here are some of the concerns we believe we share:

An uncertain economic outlook: It's axiomatic that the fortunes of the meetings industry tend to track the economy, both directly and indirectly. Lower attendance and / or cancelled events result in damage to everyone's interests, both the centres and destinations that host events and the organizers who have to deal with the impacts of reduced participation and revenues.

If meetings are reduced even temporarily their role can be eroded in ways that have lingering effects. For example, replacement activities like remote meetings may become more established and prove difficult to reverse even when economic conditions improve.

Sustainability: the other edge of the sword: First it was environmental impact, defined largely on the basis of pollution and waste management. Then this expanded into energy management. Centres responded dutifully and, in the vast majority of cases, effectively, to the point where "green meetings" packages are now virtually universally available, even if not consistently used by clients.

The fact is that the only way to completely eliminate the environmental impacts of a meeting is to not hold it in the first place, and this kind of consideration needs to be balanced against the very real benefits a meeting or convention delivers in terms of economic and social progress.

Impacts on travel arising from increasing concerns about the "carbon footprint" of delegates combined with fuel cost increases associated with the spike in oil prices.

Combined with economic uncertainty, these impacts become even more of a concern. Such factors as the "carbon footprint" can be cited as a way of rationalizing travel restrictions that are really more about cost saving measures.

Again, there is a need to make sure that sustainability concerns are balanced with an appreciation of the important role meetings play in advancing business and professional interests or all our "greening" initiatives may become counter productive. One issue that we may have to deal with this respect is the near-total absence of economic measures that can calculate the economic benefits associated with the kind of professional and business advancement a meeting creates.

A shrinking work force: The dwindling supply of specialized and experienced event staff means an expanded effort is needed to recruit, train and retain good people at a much higher rate.

This is a concern shared again by both centres and clients alike. It's in everyone's interests to deliver the best possible event experience in order to encourage attendance, and to the extent that this requires capable, qualified human resources, we should all be looking more intensely at what it takes to develop such skills and how we can compete more effectively with other sectors looking to attract the same people.

Alternative communications technologies: While most agree on the fundamental importance of "face to face" encounters, the technology for remote meetings is improving significantly at a time when the challenges to travel are increasing as outlined above. Combine this with a "new generation" of delegates raised on the Internet and teleconferencing of the future may become an irresistible option, at least for some types of meetings.

Most in the industry would agree that the goal should be to work at how such technology can be used most effectively to enhance meetings rather than replace them.

All these factors are areas that should be of concern not just to suppliers but to organizers as well. They all have the potential to reduce event participation, which does not serve the interests of either group. As a result, they are areas we should be addressing collectively, particularly in terms of reinforcing the fundamental importance of the meeting experience in promoting business, cultural and professional advancement to those whose decisions will affect the future of our industry.

