

# MASTER MEETING®

VENEZIA 01.12.20

In collaborazione con

Convegni Master Meeting & Congress



**RENATO CARUTI**

## Turismo è cultura

**DAL CODICE DA VINCI  
UNA FORMIDABILE  
IDEA DI MARKETING**

**BINDA  
IL TORMENTONE CHE FA IL SOLDONE**

**SPECIALE ESTATE  
SARDEGNA • LIGURIA**

**NOVITÀ  
CINEMA**



**Martin Folz**  
PSA  
MATTO  
MEGA MANAGER



**dirni**  
MI  
ALITÀ SI FA STORIA



**mmasi**  
RICE TV  
Ò BRAD PITT

# Quando la realtà supera l'immaginazione

Tutta la grinta, la fantasia e la professionalità del team Sinergie sono al servizio dell'evento speciale. Il segreto? Non lasciare nulla al caso e poi location splendide e supercurate, un servizio di prim'ordine, organizzazione mozzafiato. Per un evento pensato per stupire



Da sinistra:  
Luigi Spinolo  
Graziano Mascheri  
Davide Verdesca

**F**orse non hanno iniziato per caso, considerata l'esperienza ultradecennale di ciascuno nel settore, ma sicuramente non si aspettavano di avere tanto successo in appena cinque anni. Sono **Graziano Mascheri, Luigi Spinolo e Davide Verdesca**, i tre soci del Gruppo Si-

nergie, agenzia specializzata nell'organizzazione di eventi e incentive aziendali.

Siamo andati nel loro ufficio di Milano in Piazzale Giulio Cesare 14 per intervistare Graziano, un brillante e simpatico trentacinquenne che ha cominciato la sua carriera come chef all'antica Osteria del Ponte di Cassinetta di Lugagnano e oggi gestisce in società una agenzia di 20 persone che nel 2005 ha chiuso con un fatturato di 12 milioni di euro e un portafoglio di clienti importanti come Assicurazioni Generali, Gruppo Rinascente, Fiat, Pirelli, Grohe, solo per citarne alcuni. Un risultato di cui andare fieri sottolineato anche dal settimanale economico *Il Mondo* che ha inserito Sinergie tra le prime dieci società del settore in Italia.

#### Come si spiega questo successo?

«Da subito abbiamo pensato di creare un'agenzia che fosse veramente una agenzia, e cioè che offrisse un servizio di consulenza e partnership a 360 gradi. Seguiamo in prima linea ogni momento dell'evento, senza orari, sabati e domeniche, né risparmio di energie. Un altro motivo della nostra crescita è l'aver puntato su settori in forte espansione come quello bancario e assicurativo».

#### Cosa offrite di diverso rispetto agli altri?

«Creiamo oltre l'immaginazione,

## Sinergie

Il Gruppo Sinergie si articola in quattro divisioni:

- **Eventi.** Per l'organizzazione di viaggi incentive, eventi, meeting e congressi
- **Comunicazione.** Per l'ideazione e progettazione di campagne promozionali e d'incentivazione rivolte al trade e al consumer
- **DMC.** Per l'incoming di qualità in territorio italiano rivolto ai partner esteri
- **Unconventional.** Per animazione, spettacolarizzazione, team building.

Info: [www.sinergie.org](http://www.sinergie.org)



come recita il nostro slogan che da noi non è solo un claim ma una realtà».

**Ci ha incuriosito. A questo punto è d'obbligo chiederle di farci un esempio...**

«Le racconto quello che è diventato uno degli eventi più attesi dell'estate, la nostra Premiere League, il teambuilding della prima società italiana di promotori del gruppo Generali. Lo scopo era quello di unificare tre reti diverse e farle sentire un'unica squadra. Da qui è nata l'idea 3 anni fa di organizzare una competizione ludico ginnica a metà strada tra giochi senza frontiere e una gara sportiva all'interno di un villaggio interamente dedicato a noi. I partecipanti all'evento sono i finalisti di un'incentivazione di team disputata nell'arco dell'anno. Si tratta di quattro giorni di puro divertimento con tante iniziative curiose, feste in spiaggia fino alle tre di notte, dj e personaggi famosi, in cui ogni particolare è personalizzato. Un'idea è stata per esempio quella di distribuire a tutti una bevanda energizzante brandizzata con lo slogan "pronti per la sfida". Il format è talmente coinvolgente per le squadre che queste ultime si allenano duramente tutto l'anno per riuscire a qualificarsi».

**In base a quali criteri scegliete la location?**

«Non necessariamente in base alle stelle. Per esempio, di recente in

Toscana, mi è capitato di provare un quattro stelle con un ottimo ristorante e un servizio molto attento che valeva da solo il soggiorno. Una scelta che ha incontrato la piena approvazione del cliente, anche perché l'evento richiedeva una ristorazione particolarmente curata».

**Da cosa si riconosce un grande evento?**

«Dai particolari. Può sembrare una risposta scontata ma anche l'evento più straordinario può rischiare di venire compresso da un dettaglio trascurato come per esempio un parcheggiatore poco sollecito o una hostess frettolosa. Non bisogna dimenticare che la prima impressione è quella che conta. Per questo noi ci impegniamo a motivare ogni nostro collaboratore in modo da farlo sentire parte del progetto. Perché il nostro successo è il successo del cliente».

P.T.

Le immagini si riferiscono al teambuilding della prima società italiana di promotori finanziari del gruppo Generali