Fondata a Londra "Mice in the Bag", farà incontrare la domanda e l'offerta del settore

È stata fondata a Londra **MICE in the bag**, società B2B che mette in contatto buyer e fornitori dell'industria MICE (Meetings, Incentives, Conference and Exhibitions). Il suo obiettivo è consentire a questi ultimi di trovare clienti con la minima spesa e dare ai buyer l'opportunità di incontri dal massimo valore aggiunto. Secondo il World Travel and Tourism Council, l'industria Mice vale oggi 650 miliardi di dollari, dei 5.700 miliardi che ne vale l'industria turistica globale.

mice in the bag

La sua USP (Unique Selling Proposition) è diretta espressione delle due fondatrici, **Rosy Burnie** e **Ayse Sabbatini**, entrambe con vasta esperienza nell'industria. Il "core business" della società prevede la creazione di momenti d'incontro tra domanda e offerta Mice: attraverso un accurato pre-screening, i seller sono abbinati a buyer dall'immediata capacità di spesa nel corso di eventi networking in sedi per conferenze e meeting. Questo offre ai supplier un notevole risparmio di costi, mettendoli in grado di proporre ai buyer pacchetti più attraenti.

Spiega **Ayse Sabbatini**: «Noi offriamo un networking privilegiato "dall'interno", perché ne siamo state parte nel nostro passato professionale. Portiamo il giusto mix di buyer a contatto con fornitori di provata affidabilità provenienti dalla nostra rete – e non prendiamo la parola 'provata' alla leggera. Siamo rigorose sui feedback, per assicurarci che i nostri partecipanti siano sempre soltanto i migliori».

Rosy Burnie aggiunge: «Grazie alla nostra esperienza su entrambi i lati del mercato, offriamo anche servizi di marketing per i supplier che desiderano approfondire la propria conoscenza del settore e capire come approcciare al meglio i loro clienti. Le connessioni che creiamo sono fatte su misura a seconda di location, budget e competenze».

I business partner di Mice in the bag comprendono: **Mike Sleeman** come business advisor, **Justin Roux** per comunicazione e strategia di brand e marketing, **Nexusvenue** nel venue-sourcing e per le relazioni pubbliche l'italiano **Stefano Ferri**, giornalista e imprenditore con esperienza trentennale nel Mice.