

# Mice, nuove idee per le aziende

Dal walking meeting all'escape room, fino alla navigazione business: il mondo degli eventi si rinnova e sono sempre di più le proposte futuribili rivolte alle aziende che amano soluzioni creative

➡ Dario Ducasse



**Il numero dei viaggi d'affari intrapresi dalle aziende italiane è cresciuto del 10% nei primi nove mesi del 2017**

Italia, patria di poeti, santi, navigatori. E di creativi. Da sempre la fantasia è una delle caratteristiche principali del nostro popolo e anche in un settore come quello del turismo Mice, dove le caratteristiche degli eventi sono in qualche modo codificate secondo canoni più o meno "classici", è bello e utile uscire ogni tanto dagli schemi. La creatività è, non a caso, una risorsa preziosa quando si devono proporre soluzioni su misura alle aziende che desiderano organizzare eventi, viaggi di incentivazione, team building e congressi. Tra l'altro, per la meeting industry, questo è un momento di ripresa. Come raccontano i dati dell'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi-OICE, la ricerca promossa da Federcongressi&Eventi che fotografa lo stato e le tendenze del settore a partire dagli ultimi tre anni. Realizzato dall'Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica

del Sacro Cuore - ASERI con il coordinamento del professor Roberto Nelli, lo studio spiega che nel 2016 in Italia sono stati realizzati complessivamente 386.897 eventi di almeno 4 ore con un minimo di 10 partecipanti ciascuno, per un totale di 28.173.514 partecipanti e 42.706.559 presenze. Dati che seppur evidenziano una leggera flessione del numero di eventi (-1,5% rispetto al 2015), attestano però una crescita rispettivamente dell'8,4% del numero dei partecipanti e del 21,5% del numero delle presenze, dando un chiaro segnale della vitalità del settore.

## Il valore degli eventi

E il quadro positivo è confermato anche dal progressivo aumento, sempre considerando gli ultimi tre anni nella rilevazione statistica, sia per quanto riguarda la dimensione media degli eventi, sia in riferimento alla durata media: la dimensione è



passata dai 69 partecipanti medi per evento del 2014 ai 73 del 2016 e la durata da 1,2 giorni medi per evento del 2014 a 1,4 del 2016. In particolare, gli eventi della durata superiore a un giorno hanno generato un numero di presenze in crescita del 23% rispetto al 2015 e hanno rappresentato circa l'11,5% del totale delle presenze nelle strutture alberghiere, e similari in Italia, nel 2016. «L'ultima edizione dell'OICE», ha spiegato la Presidente di Federcongressi&eventi **Alessandra Albarelli** (foto sopra), «indica come il nostro sia un settore di grande importanza per lo sviluppo economico del paese. Il valore dei congressi e degli eventi non è però solo economico ma anche sociale e culturale. È nei congressi e negli eventi che le persone si incontrano per fare innovazione, per aumentare le proprie competenze professionali e per affrontare temi di portata universale quali l'ambiente e la cooperazione».

### Crescono il mercato nazionale e internazionale

E, proprio alla fine del 2017, sono arrivate anche altre statistiche, quelle contenute nell'Uvet Travel Index, l'indice che consente di stimare l'andamento futuro dell'economia sulla base dei viaggi d'affari e dell'attività economica generata da questi ultimi. Ideato dal gruppo Uvet e sviluppato da Ambrosetti, l'indice si è rivelato negli anni affidabile nell'anticipare il trend. Dallo studio emerge che nei primi nove mesi del 2017 il numero dei viaggi d'affari intrapresi dalle aziende italiane è aumentato del 10% rispetto allo stesso periodo del 2016, facendo prevedere per il prossimo anno un incremento del prodotto interno lordo nazionale dell'1,7/2,1%. Tornando invece di nuovo a dati dell'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi-OICE, scopriamo anche che la maggioranza dei congressi ed eventi (il 55,4%) continua ad avere una dimensione locale (cioè con partecipanti (relatori esclusi) provenienti prevalentemente dalla medesima regione della sede, tuttavia



arrivano segnali di crescita anche dal mercato nazionale e internazionale. La percentuale di eventi nazionali è passata dal 30,1% al 34,7% mentre quella degli eventi internazionali è passata dal 9,1% al 9,9%.

### Walking meeting. Soluzione informale ma strutturata

Che cosa c'è di meglio, allora, che aiutare ancora di più l'evoluzione del mercato, fornendo soluzioni creative e innovative a chi chiede nuovi format per eventi e incentivi? Una novità arrivata quindi da pochissimo e della quale vale la pena raccontare è quella del "walking meeting". Di che cosa si tratta? Ricerche recenti hanno scoperto che l'atto del camminare porta a un aumento del pensiero creativo. Prove empiriche hanno suggerito inoltre che gli incontri di questa tipologia conducono a scambi più produttivi che nelle tradizionali riunioni sedute. Da queste premesse è partita "Mice in the bag" - società B2B che porta a contatto buyer e supplier dell'industria Mice per consentire ai supplier di trovare clienti con la minima spesa e dare ai buyer l'opportunità di incontri dal massimo valore aggiunto -

Un momento del "walking meeting" organizzato a Firenze dalla società italiana "Mice in the bag"



La formula più nuova e innovativa per il team building è quella degli "escape game": ecco la struttura futuribile messa a punto dalla compagnia di navigazione Royal Caribbean

per organizzare uno dei suoi eventi "Mice of cards", solo su invito, a Villa Il Garofalo, a Firenze. Vediamo le caratteristiche di questo format e perché funziona bene: meeting B2B, altamente profilato, ha riunito 23 buyer e 14 operatori da tutta Europa e li ha suddivisi in "walking meeting" informali. Come si è arrivati qui? Dimora storica con una splendida vista su Firenze, Villa Il Garofalo è di proprietà della nobile famiglia Rimbotti. Le sue classiche mura e i suoi ambienti preziosi sono stati sfondo di questo evento che, come i precedenti di Londra e Stoccolma, ha seguito una formula esclusiva: le enormi stanze della villa, le sue spaziose sale e il suo grande terreno con vista mozzafiato su Firenze si sono rivelati lo sfondo perfetto per i "walking meetings". I delegati hanno espresso notevole soddisfazione per l'incontro, lodandone l'efficacia e l'atmosfera amichevole, che ha mostrato di funzionare meglio rispetto agli ambienti più formali. **Roberta Pompeo**, Event Planner della società "The Different Twins" ha spiegato: «È una formula veramente innovativa, creativa e ben strutturata. Rappresenta il futuro di questo tipo di eventi perché, più che di un colloquio, si ha bisogno di vivere un'esperienza coi buyer, parlare con loro liberamente anche al di là del lavoro, e senza una tempistica prefissata». «L'intimità che si è creata tra i partecipanti», ha aggiunto **Fredrico Nogueira**, Ceo della società portoghese Dynamize, «ha determinato il successo dell'evento. Il modo in cui è stato

costruito, senza nessuna pressione, (pressione che in genere c'è quando si organizzano incontri formali), senza alcuna fretta di concludere i colloqui, con tutta la libertà e il tempo per sviluppare relazioni umane, ci ha consentito di ottimizzare al massimo tempi e risultati». Non per nulla altre prove empiriche avevano già suggerito che gli incontri di questa tipologia conducono a scambi più produttivi che nelle tradizionali riunioni sedute. Prima dei meeting è stato organizzato un workshop nel giardino, così da rompere il ghiaccio e permettere a buyer e operatori di conoscersi in modo informale e amichevole».

### Arriva il Mice esperienziale

Ma la creatività ha colpito ancora e in modo trasversale, come dimostrano questi altri esempi di format innovativi che sono stati presentati recentemente sul mercato italiano. Il primo è quello lanciato da un vero "colosso" del turismo, ovvero del gruppo Eden Hotels & Resorts: si chiama "Eden Mice XP" ed è stato realizzato in collaborazione con Dual, agenzia di comunicazione ed eventi esperta nella progettazione e organizzazione di servizi focalizzati sul business travel. Si tratta di un evento che è strutturato in modo nuovo per fornire agli ospiti alcuni esempi di servizi Mice "ad alto tasso di coinvolgimento": da esperienze fotografiche a food "tasting", da sessioni motivazionali a momenti di team building capaci di potenziare le performance aziendali attraverso la

crescita delle persone. Il tutto attraverso idee appunto innovative come il Casinò Goloso, la Dark Room Sensoriale e gli scatti fotografici emozionali del Mini Me. Un'altra proposta Mice avveniristica è quella messa in piedi dalla divisione turismo di **Italian Exhibition Group (IEG)**: in questo caso l'idea è quella di offrire alle agenzie che organizzano eventi, convention, congressi e viaggi di incentivazione, l'opportunità di incontrare un piccolo gruppo di supplier (destinazioni internazionali, alberghi e centri congressi) in un contesto diverso dal solito, dove alle presentazioni di prodotto si affiancano

schemi che molte agenzie di eventi propongono oggi ai loro clienti, soprattutto a quelli di alto livello. La formula è semplice, ma a suo modo geniale: sono vere e proprie avventure di gruppo che vanno affrontate e risolte restando chiusi (da cui la definizione di escape) in stanze tematiche, veri e propri set cinematografici che propongono atmosfere e storie tratte da film, libri, ambientate in precisi periodi storici, dove bisogna risolvere un enigma. A caso risolto, entro un dato tempo, ci si gode tutti insieme il successo, ad esempio, per avere sconfitto uno scienziato pazzo che voleva diffondere un vi-



Sessioni motivazionali e incontri esperienziali sono il futuro del Mice proposto per la clientela più d'élite e luxury

attività di networking, convivialità e approfondimento professionale. Insomma non più il classico workshop con i desk e gli appuntamenti prefissati, ma un nuovo format di incontro fra domanda e offerta: il cui primo esempio si è tenuto a Milano con una particolare attività di navigazione sul Naviglio Grande: 45 minuti a bordo di battello storico, dalla Darsena, centro dei Navigli meneghini, fino a dopo San Cristoforo, durante i quali si sono alternati momenti di networking e un coinvolgente happy hour. Insomma una vera e propria formula esperienziale ad alto tasso di networking professionale che è stata poi ripetuta con una formula leggermente differente anche a Firenze. Si chiama infine **"Escape Game"** l'attività ancora più elettrizzante e fuori dagli

rus letale per distruggere la specie umana. Un modello che sta sempre più prendendo piede anche in Italia - basti pensare che solo dal 2017 sono state aperte decine di location per "Escape Game" in tutta Italia - e il cui successo si basa su un mix di elementi diversi. Le escape room sono, innanzitutto, un'offerta completamente nuova nel panorama dell'intrattenimento e, più di ogni altro real life game, offrono un'esperienza immersiva e totalizzante. Un'esperienza di team building con "Escape Game" è perfetta sia per svagarsi sia per allenarsi nelle strategie di problem solving di gruppo. Grazie al lavoro in team, infatti, si devono trovare strategie comuni vincenti, rafforzando così spirito di squadra, motivazione, e senso di appartenenza. ■