



Il Sud, destinazione unica per il Mice

Sviluppare il business turistico congressuale nel Meridione, non solo è possibile ma è anche auspicabile **di Dario Ducasse**

Il Sud Italia, “tutto insieme”, come meta Mice? È una strategia turistica possibile, se non auspicabile, per il Meridione stesso, come spiega l’innovativa proposta di creare nel Mezzogiorno un territorio sinergico che possa presentarsi come meta ideale per tutte le esigenze dei committenti congressuali. L’idea è stata lanciata durante il recente convegno intitolato “Destinazione Mezzogiorno. Sinergie operative nel Mice”, promosso dal Convention Bureau Napoli e andato in scena durante l’ultima edizione della storica fiera turistica partenopea BMT. La proposta prevede di mettere sul mercato degli eventi un “Sud”, senza distinzioni regionali o provinciali, senza confini. Un unico territorio che rappresente-

rebbe, a quel punto, una perfetta destinazione per l’organizzazione di qualsiasi tipologia di convegno. L’obiettivo perciò sarebbe quello di abbattere barriere e mettere in condivisione best practice tra realtà territoriali che possiedono numerose caratteristiche comuni, basti pensare al clima o al mare. Regioni, città o isole che non dovrebbero più lavorare in concorrenza, ma in armonia per incrementare il numero di convegni organizzati nelle località meridionali, fornendo un servizio di livello sempre più elevato.

Aumentano gli eventi e il numero dei partecipanti

Un percorso davvero interessante e virtuoso, nato dalle analisi e dalla proposta

Lo scorso anno, nel sud e nelle isole gli eventi sono aumentati (+4,8% nel 2016 e +1,3% nel 2017), a conferma della crescente attenzione per il Mice da parte delle regioni meridionali



di **Giovanna Lucherini**, direttore del Convention Bureau di Napoli, presente anche all'evento napoletano per raccontare alla platea un sogno realizzabile. Come, statisticamente, ad esempio possono dimostrare i dati: partendo da quelli raccolti dall'OICE, l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, realizzato da ASERI (Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Basta ripercorrerne l'analisi, che inizia mostrando come, secondo l'ultimo rapporto di luglio, nel 2017 in Italia sono stati realizzati complessivamente 398.286 eventi di almeno 4 ore con un minimo di 10 partecipanti ciascuno, per un totale di 29.085.493 partecipanti e 43.376.812 presenze. Lo studio registra tutti i più importanti parametri in crescita, anche se leggera: aumenta il numero di eventi (+2,9% rispetto al 2016), ma anche, e soprattutto, crescono il numero dei partecipanti e le presenze, rispettivamente del 3,2% e del 1,6%. Tutti chiari segnali della vitalità del settore, che appare solido e fuori dalla crisi degli anni passati. Un quadro positivo che, infatti, era stato confermato anche dal precedente rapporto OICE, quello del 2016, che già aveva individuato un trend triennale di progressivo aumento sia della dimensione sia della durata media degli eventi: 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. Guardando infine di nuovo il rapporto del 2017 e analizzandone le cifre con una lente "territoriale" si scopre che è ancora il Nord l'area geografica che attrae maggiormente con-



gressi ed eventi e che, parallelamente, è proprio l'area che dispone del maggior numero di sedi nelle quali organizzarli. Dei 398.286 eventi rilevati dall'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, oltre la metà (56,7%), e con un incremento del 3,3% rispetto al 2016, si è svolta nelle regioni settentrionali dove si concentra ben il 52,5% delle sedi. Il Centro (con il 25,6% delle sedi) è stato scelto per il 26,1% degli eventi e il Sud e le Isole (con il 21,9% delle sedi) per il 17,2% degli eventi. Da sottolineare quindi la crescita costante del Sud e delle Isole (+4,8% nel 2016 e +1,3% nel 2017). «Si tratta, infatti, di una buona performance considerando il contesto, che conferma la crescente attenzione per il Mice da parte delle regioni meridionali».

La spinta di Napoli

Insomma la meeting industry italiana è in crescita con buone prospettive per il Sud, territorio dagli ampi margini di sviluppo. Così, sempre nel corso dell'incontro alla BMT, è nata l'iniziativa di invitare una quindicina di buyers europei nelle singole regioni meridionali. «Ogni destinazione», ha spiegato Giovanna Lucherini, direttrice del Convention Bureau di Napoli e promotrice dell'iniziativa, «individuerebbe alcuni buyers, in base ai propri contatti, e organizzerà fam trip in diverse altre località del Mezzogiorno che possano ospitare convegni. Così, ogni singola destinazione potrà essere inserita in un sistema più ampio che coinvolga l'intero Meridione sfruttando, ad esempio, i collegamenti aerei e ferroviari, in modo da

Napoli è oggi la prima città del Sud e la quinta in Italia per numero di sedi congressuali, incluse dimore storiche e musei



Giovanna Lucherini,
direttrice del Convention
Bureau di Napoli



Taormina è una meta perfetta per eventi business e incentive grazie alla grande tradizione di ospitalità alberghiera e alle bellezze artistiche uniche come il Teatro Greco

offrire un tour integrato. Serve infatti puntare su un mezzo promozionale che metta in rete realtà vicine territorialmente, ma con tante specificità, che potrebbero attrarre mercati diversi. Per questo è emersa anche la necessità di attivare un sistema di comunicazione immediata e di confronto sulle best practice fra i territori aderenti. Uno strumento utile, anche, per permettere agli organizzatori di convegni di scegliere fra un ventaglio più ampio di sedi alternative valide, laddove non avessero individuato, dopo un primo contatto, la sede più adatta alle proprie esigenze. Si eviterebbe così di perdere convegni a vantaggio di altre destinazioni. A tal fine saranno organizzati incontri, con cadenza regolare, di studio

Nella foto il Chia Laguna Resort in Sardegna, location di riferimento per eventi di charme nell'Isola

Sicilia, isola da... Mice

Grazie anche all'impegno del socio Federcongressi&eventi Sicilia Convention Bureau, la Sicilia si è, negli ultimi anni, imposta come destinazione sempre più richiesta per eventi. La crescita della Sicilia è confermata sia dai numeri dello stesso OICE, sia dall'Osservatorio Congressuale Siciliano, la ricerca realizzata da Sicilia Convention Bureau in collaborazione con UniCredit. E focalizzandosi proprio sulla Trinacria, secondo l'Osservatorio Congressuale Siciliano, dal 2015 al 2016 le richieste di eventi sarebbero decuplicate, passando da 1.101 a 11.044, e gli eventi confermati passati, sempre durante lo stesso periodo, da 546 a 3.856.

e confronto che coinvolgeranno l'intero mondo Mice del meridione. Per quanto riguarda il ruolo di Napoli, in particolare, noi siamo, oggi, la prima città del Sud e la quinta città italiana per numero di sedi congressuali (dopo Roma, Milano, Firenze e Torino, ndr), incluse dimore storiche e musei. Rappresentiamo molto più di altre location meridionali, siamo uno dei principali poli di interesse attorno al quale sviluppare un'attività di rete in grado di favorire la crescita congressuale dell'intero Mezzogiorno. Oggi Napoli, grazie alla forte attrattività della destinazione



ed al costante potenziamento sia dei collegamenti aeroportuali che ferroviari, è una città sempre più professionale ed organizzata per accogliere il target congressuale. Si caratterizza inoltre, ancora, per il forte peso degli eventi locali (circa il 60%): ecco perché lavorare insieme a tutto il Sud, anche per noi, potrebbe essere un'opportunità per promuovere le nostre attrattive e sviluppare appieno nuove potenzialità».

Musei a cielo aperto...

E, presente alla tavola rotonda, c'era anche **Dorina Bianchi**, ex Sottosegretario di Stato per il Turismo. «Da tempo le istituzioni legate all'industria turistica guardano con grande interesse al settore Mice e al suo sviluppo; in particolare nelle regioni meridionali», ha dichiarato Bianchi. Presentando agli addetti ai lavori, invece proprio le anticipazioni del rapporto OI-CE 2017, la presidente di Federcongressi&eventi **Alessandra Albarelli** ha recentemente aggiunto: «Conoscere i dati di chi fa eventi e congressi in Italia ci spinge a una riflessione che ha bisogno di risposte urgenti da parte delle istituzioni. L'an-



Dorina Bianchi,
ex Sottosegretario
di Stato per il Turismo

damento positivo del settore indica che le imprese della meeting industry sono competitive in tutta Italia, pronte a rispondere ai bisogni di comunicazione ed engagement di chi promuove gli eventi e a fornire soluzioni di estrema qualità e professionalità. L'unico dato in calo, però, ovvero quello relativo alle associazioni internazionali che scelgono l'Italia per i propri congressi, rappresenta un campanello d'allarme che richiede interventi ad hoc. Le nazioni nostre competitor attri-

Il Forte Village di Santa Margherita di Pula ha fatto da cornice all'evento Mice di Petrobras





In crescita in tutta Italia il numero di eventi Mice ospitati in aree culturali e museali: è una carta importante che si può giocare anche il Sud, dove si trovano location uniche come i fantastici scavi archeologici di Pompei

no i congressi associativi, mettendo sul piatto incentivi economici e benefit, consapevoli di quanto ospitare un congresso internazionale crei indotto e sia un'occasione straordinariamente efficace di destination marketing. Proprio quello che bisognerebbe fare in tutta Italia, e so-

prattutto al Sud, dove è necessario far partire un circolo virtuoso che, dal turismo degli eventi, si estenda appunto a tutto l'indotto dell'economia locale. Ad oggi, infatti, è il Nord l'area geografica che attrae maggiormente congressi ed eventi e, parallelamente, l'area che di-



sponde del maggior numero di sedi nelle quali organizzarli. Dei 398.286 eventi rilevati dal rapporto OICE 2017, oltre la metà si è svolta nelle regioni settentrionali. Mentre il Centro è stato scelto per il 26,1% degli eventi, verso il Sud e le Isole si sono diretti gli organizzatori del 17,2% degli eventi. Da sottolineare molto però è proprio la crescita costante del Sud e delle Isole (+4,8% nel 2016 e +1,3% nel 2017), indicativa del buon lavoro svolto da convention bureau ed enti locali. In tema infine di sedi per eventi, sempre lo studio 2017 conferma il trend già evidenziato nel 2016 che vede i musei sempre più utilizzati per eventi e congressi, probabilmente anche grazie alle azioni di marketing intraprese da tali realtà per sostenere le proprie attività didattiche e divulgative. Sulla base di un universo considerato di 119 musei si stima che gli eventi ospitati siano stati 4.016 per complessivi 442.403 partecipanti, con un aumento rispettivamente dell'1,9% e del 4,2% rispetto al 2016. Il 47,9% degli eventi ospitati nei musei è di natura

Sardegna, meta brasiliana

Un evento Mice riuscitissimo al Sud è stato il viaggio incentive dei record organizzato da King Holidays DMC in Sardegna per Petrobras, colosso petrolifero brasiliano (che ha scelto, per la prima volta, una destinazione europea per il viaggio premio annuale dedicato ai migliori rivenditori di carburante, ndr). L'evento ha avuto un'ottima ricaduta sull'economia dell'intero territorio, rappresentando anche un'importante vetrina per l'offerta turistica della Sardegna e dell'Italia in generale. Americo de Sousa, General Manager di King Holidays DMC ha detto: «Grazie alla nostra esperienza sul mercato brasiliano, siamo riusciti a portare in Sardegna questo incentive, dando fama al Sud Italia e all'ospitalità dell'isola sarda. Una grandissima sfida, superata e vinta grazie alla dedizione di tutto il nostro team e al supporto straordinario dei partner locali, che ci hanno permesso di curare l'evento in ogni dettaglio». Il viaggio ha avuto come cornice il Forte Village di Santa Margherita di Pula, affiancato dal Chia Laguna Resort. King Holidays DMC ha collaborato con lo staff tecnico del villaggio in modo da offrire un'accoglienza personalizzata, con particolare riferimento all'offerta gastronomica, assicurata da ristoranti e bar che hanno servito cibo e bevande per 20 ore al giorno consecutive, dalle 6 del mattino alle 2 di notte.

aziendale. E questa è un'altra carta importante che il Sud si può giocare nel campo del turismo business, dal momento che ospita alcune delle più belle aree museali italiane, dalla Reggia di Caserta agli Scavi di Pompei, giusto per citare i due nomi più noti e ammirati, in Italia e all'estero».

Ad oggi Milano e l'area del nord risultano ancora le destinazioni più richieste per congressi ed eventi dove si concentra ben il 52,5% delle sedi

