



Meeting ed eventi: futuro in crescita

A pochi mesi del nuovo anno turistico le previsioni sul giro d'affari del Mice sono positive: per gli esperti l'Italia può continuare a essere una meta di appeal

◆ Davide Deponti

Dopo anni di vacche magre dovute alla crisi economica internazionale, oltre che al calo degli spostamenti a seguito delle paure di molti sulla sicurezza dell'Europa, il mercato turistico italiano sta vivendo, dalla fine del 2015, una vera e propria rinascita. Se dal punto di vista leisure sono le mete di mare estive a tirare con forza l'industria, per quanto riguarda il turismo business e congressuale, si è visto negli ultimi anni una crescita interessante del settore che pare proprio sia destinata a continuare. Come suggeriscono ad esempio le recenti stime previsionali sull'industria dell'ospitalità che arrivano dall'indagine congiunturale condotta dal Ciset (Centro Internazionale di Studi

sull'Economia Turistica) coinvolgendo gli operatori della filiera turistica. Secondo questi dati, infatti, nei prossimi 6 mesi gli arrivi internazionali in Italia sono destinati ad aumentare rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, con la Germania che si conferma il principale paese di provenienza dei flussi, seguito dalla Francia e dal Giappone.

I paesi del Nord, i mercati di riferimento per l'incoming

A contribuire al buon andamento saranno in particolare, sottolinea Ciset, gli arrivi dovuti al turismo d'affari, mentre quelli per partecipare a congressi e convegni rimarranno comunque stabili. Guardando



Sebbene in alcune aree geografiche ci possa essere una diminuzione nella spesa meeting delle aziende, le previsioni di quest'anno indicano in media un aumento nella dimensione dei gruppi (+6% in Europa, +5% in Asia Pacifico, +3/5% in Nord America) e una crescita complessiva dell'industria

ancora all'incoming europeo, Ciset sottolinea che flussi in crescita sono attesi da Svezia, Norvegia, Danimarca e Olanda. I paesi dei Nord continueranno, infatti, a essere importanti mercati di riferimento insieme a quelli di Spagna, Belgio e Lussemburgo. Segnali positivi arrivano poi anche dai "mercati di nicchia" come Romania, Ungheria e Polonia e, soprattutto, dal mercato russo, in ripresa dopo la fine dell'embargo. Per quanto riguarda invece gli arrivi extraeuropei, ad aumentare saranno quelli del Sud America, con Brasile e Argentina in testa, della Cina, della Corea e del Sudafrica. In salita anche il numero di viaggiatori provenienti da uno dei più importanti mercati big spender, quello cioè degli Emirati Arabi. Tra i paesi in crescita i grandi assenti sono gli Stati Uniti e il Regno Unito i cui flussi nel prossimo semestre rimarranno stabili per la situazione politica non ancora ben definita di entrambi.

A rafforzare l'appeal dell'Italia, ha rilevato l'indagine, sono l'aumento della qualità della sua offerta turistica e l'essere percepita come una destinazione sicura, elementi nuovi che vanno ad aggiungersi all'attrattiva del suo patrimonio storico, artistico e naturalistico. Le destinazioni più gettonate saranno le isole e le regioni del Nord Italia.

Un'industria in crescita

Insomma si tratta di uno scenario turistico positivo, nel quale pure le previsioni legate più direttamente al mondo del turismo Mice indicano positività. Lo si scopre dando un'occhiata approfondita al nuovo CWT Meetings & Events Forecast 2017: si tratta dello studio che la divisione di Carlson Wagonlit Travel specializzata nell'organizzazione di eventi compie ogni anno grazie all'analisi di dati e approfondimenti relativi a tutti gli aspetti del settore, e che, proprio per questo, riesce a offrire ai meeting planner aziendali informazioni utili e suggerimenti pratici per pianificare con successo il budget Mice per il prossimo anno. Innanzitutto spiega lo studio, a livello globale gli analisti prevedono un rallentamento nella crescita del PIL nel 2017, segnale economico che può essere un momento favorevole per i planner per ottenere un miglior rapporto qualità-prezzo e ridurre il costo medio dell'organizzazione di un evento per partecipante. Sebbene in alcune aree geografiche ci possa essere una diminuzione nella spesa meeting dei clienti, le previsioni di quest'anno indicano in media un aumento nella dimensione dei gruppi (+6% in Europa, +5% in Asia Pacifico, +3/5% in Nord America) e una crescita complessiva dell'industria.

«Guardando al 2017», ha spiegato **Cindy Fisher** (foto), vice president e global head di CWT Meetings & Events, «il nostro studio prevede una crescita significativa



Tre suggerimenti per i professionisti Mice

Gli esperti di CWT, in chiusura del loro Forecast, hanno pubblicato tre suggerimenti dedicati ai professionisti del mondo Mice che vogliono migliorare la gestione del business congressuale rendendolo ancora più profittevole.

1. Implementare programmi di Strategic Meetings Management: fare un focus sulla strategia, non sulla tattica, iniziando da aree specifiche, per poi ampliare il raggio di azione in modo graduale, considerando la possibilità di affidare in outsourcing parti del programma per accelerarne lo sviluppo e aggiungere competenze esterne, in particolare per il venue sourcing.
2. Ottimizzare la tecnologia: riconsiderare l'utilizzo delle tecnologie in azienda per ottimizzare l'organizzazione e gestione.
3. Implementare una strategia ad hoc per gli small meeting: sfruttare quindi le sinergie tra business travel e small meeting per ottimizzare costi e benefici.

Secondo gli analisti, nei prossimi 6 mesi gli arrivi internazionali in Italia sono destinati ad aumentare rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, con la Germania che si conferma il principale paese di provenienza dei flussi, seguito dalla Francia e dal Giappone

per i meeting ed eventi in diverse aree del mondo, comprese l'Europa e l'Italia. Gestendo con maggiore flessibilità date e destinazioni, i planner aziendali potranno trarre pieno vantaggio dal mercato attuale per ottimizzare i risultati dei loro meeting ed eventi».

Lo studio indica, in particolare, un aumento in media nella dimensione dei gruppi con diverse evidenze suddivise per aree geografiche: parlando di Europa e di Italia, per il 2017, bisognerà aspettarsi più severe linee guida aziendali, budget ridotti, obiettivi di risparmio e regolamenta-

zione di alcuni settori; tutti elementi che potrebbero favorire la scelta di alberghi di categoria media ma non far scendere il giro d'affari, anzi. A tale proposito lo studio segnala agli addetti ai lavori i trend globali che faranno la fortuna di chi ospiterà e realizzerà meeting ed eventi proprio durante l'anno. Per quanto riguarda le questioni legate alla sicurezza, sarà da attuare una sempre maggiore attenzione durante l'organizzazione di un evento. Come? Oltre al tradizionale tracking dei viaggiatori aerei, la questione sicurezza si allargherà fino a includere tutte le persone coinvolte in un meeting, a qualsiasi titolo (dagli speaker allo staff tecnico, al singolo partecipante), così da facilitare i piani d'emergenza. Crescerà anche la voglia di interazione virtuale, con un forte aumento dell'utilizzo della tecnologia, in modo da permettere ad esempio anche ai partecipanti in remoto di essere coinvolti e interagire in modalità bidirezionale.

Rendere il business più profittevole

Per quanto riguarda invece l'ambito "Food & Beverage", la previsione e il suggerimento è che i prezzi saranno destinati ad





CBI: 2017 anno del Mice

Membership, attività, comunicazione e richieste: il 2016 si è concluso con un bilancio più che positivo per il Convention Bureau Italia che ha presentato i risultati conseguiti e le attività pianificate per il 2017 nel corso dell'ultima Assemblea dei Soci dell'anno. E, dopo un'ottima annata, anche il 2017 si prevede sarà uno snodo importante per il settore congressuale, a cominciare dalle partnership. Grazie agli accordi stipulati da CBI con grandi players internazionali, tutti i soci ed operatori italiani potranno finalmente partecipare ad eventi b2b fino ad oggi molto ambiti ma ritenuti spesso troppo costosi. Sempre più stretta poi anche la collaborazione con la rinnovata ENIT per la promozione della destinazione sui mercati internazionali, che si concretizza non solo attraverso una stretta partnership sulle tre principali fiere di settore, ma anche nella presentazione congiunta dei 4 workshop Mice in programma a Londra, Bruxelles, New York City e Washington nel mese di marzo. Workshop organizzati da Convention Bureau Italia grazie anche al fattivo supporto della sede centrale e degli uffici esteri di ENIT. Inoltre, grazie alla collaborazione con la compagnia aerea Air Dolomiti, nel corso del 2017, saranno organizzati tre fam trip nelle città di Bologna, Torino e Padova, dedicati a clienti basati nella Germania del sud e che saranno anche presentati durante un evento in programma a Monaco di Baviera a fine gennaio. «Sono estremamente soddisfatta», ha spiegato **Carlotta Ferrari** (foto), Presidente del Convention Bureau Italia, «di come si è concluso il 2016. Il crescente numero dei Soci e la fiducia accordataci dalle catene alberghiere rappresentano, poi, un segnale importante in vista del prossimo futuro».

umentare a livello globale. I motivi sono legati soprattutto all'aumento dei costi di produzione, al cambiamento nelle importazioni ed esportazioni e alla crescita di particolari richieste alimentari da parte dei partecipanti. Altro trend, che però viene svelato da una "fonte" diversa, ma che è sempre legato a un aumento di prezzi, è quello riferito alle tariffe alberghiere ed è quindi un'anticipazione che fa felice il mondo dell'hotellerie. Secondo, infatti, le previsioni della società di consulenza Advito, che ogni anno realizza l'Advito Industry Forecast 2017 sulle tariffe nel mondo travel, nel 2017 i costi delle camere in hotel saranno in rialzo del 5% a livello globale e del 2% in media in Europa e in Italia. Sempre secondo lo studio, rimarranno invece stabili i prezzi degli spostamenti aerei a causa del basso costo del carburante e del calo della domanda su alcune tratte. Solo le tariffe business cresceranno ma appena dell'1% circa. Anche in questo caso però si tratta di variazioni che hanno a che fare con le diverse aree geografiche del mondo: perciò si avranno delle tariffe per voli intra-continentali stabili in Europa, America Latina e del Nord, mentre in Asia e Pacifico sud-occidentale si potrà vedere un incremento fino al 3%. Le tariffe in classe economica intercontinentali dovrebbero invece scendere leggermente dovunque, tranne che in Europa. ■

Il mercato eventi italiano è in crescita, come certificato anche dagli esperti del Convention Bureau Italia, realtà sempre più presente e attiva

