

COMUNICATO STAMPA

ITALIA "IN CORSA": AD IMEX FRANCOFORTE UNA RUN PER PROMUOVERE IL BEL PAESE

NEL 2024 SI TORNERA' AL VIGORE DEL BUSINESS TRAVEL DEL 2019

CAMBIANO I FATTORI DI SCELTA DELLE LOCATION MICE: IN TESTA STRUTTURE CON TOP REPUTATION E SPAZI OUTDOOR

ATTENZIONE A SOSTENIBILITÀ, ENOGASTRONOMIA, OPPORTUNITA' EXTRA CONFERENZA E AVANZATA DOTAZIONE TECNOLOGICA

L'Italia fa sentire la propria voce in uno dei più importanti eventi di promozione del turismo congressuale internazionale, Imex a Francoforte dal 31 maggio al 2 giugno 2022, dove lo stand Italia di Mitur e Enit promuoverà la Penisola, in sinergia con le regioni italiane e i buyer internazionali in una rete strategica condivisa.

Quest'anno prevista una corsa dal valore simbolico, la Imex Run, che coinvolge tutti i grandi buyer internazionali per 5 chilometri di metaforica "ripartenza" con le magliette brandizzate Italia.it.

Il business travel è un settore cruciale del turismo italiano e in forte espansione nonostante la battuta d'arresto dettata anche dall'impossibilità di pianificare sul lungo periodo, che è una delle caratteristiche del Mice basato su pianificazioni anticipate. Enit ha aumentato la quota di budget destinata alla promozione di questo settore che nel 2019 contava 13.254 meetings nel mondo, con l'Italia al quinto posto con 218mila business travel, superando il Canada in quella stessa posizione nel 2018.

I trend vedono ancora settembre, ottobre e giugno tra i mesi più gettonati per organizzare gli incontri, mentre dicembre, gennaio e febbraio i meno popolari. La scienza medica (17%), la tecnologia (15%) e la scienza (13%) sono i temi principali dei meetings internazionali.

Guardando agli altri Paesi, gli Stati Uniti con 934 meeting si confermano al primo posto nella classifica dei 10 paesi che hanno ospitato il maggior numero di congressi nel 2019 e rimangono saldi al primo posto anche nella classifica dei Paesi per numero di partecipanti, con 357mila delegati ospitati nel 2019. La Germania rimane al secondo posto con 714 convegni, mentre la Francia si porta in terza posizione, al posto della Spagna, con 595 meeting. Il Regno Unito in quinta posizione e l'Italia, con 550 congressi ospitati, resta in sesta (+5,4% sul 2018). Seguono Cina, Giappone, Paesi Bassi e Portogallo.

Quanto al numero di eventi miche in Italia, superano quota 100 Roma (373 sedi, circa il 7,0% del totale), Milano (272, il 5,0%) e Firenze (117, il 2,2%). Sono circa 1.727 comuni italiani che hanno almeno una struttura per congressi ed eventi: il 56,7% un'unica sede, il 31,1% da 2 a 4, l'8,0% da 5 a 9 e il 4,2% 10 sedi. Sono 23 le città con almeno 20 sedi, quasi il 29,0% del totale. Milano è tra le città di preferenza all'ottavo posto nel 2019 e si unisce ad Amburgo, Praga, Pechino ed Atene. Circa il 53% delle sedi per congressi ed eventi si trova al Nord, il 25,3% al Centro, il 13,6% al Sud e l'8,2% nelle Isole.

Gli alberghi congressuali presenti sul territorio rappresentano il 67,3% delle sedi totali e hanno ospitato circa l'81,0% degli eventi nel 2019.

Secondo i Convention Bureau europei, in seguito alla pandemia si assisterà ancora ad una prevalenza di eventi ibridi con un orizzonte locale o nazionale. Perdurano infatti una serie di elementi di incertezza che hanno un forte impatto sul settore. Pensiamo al grado di adesione dei partecipanti ai meeting futuri face to face e alla riduzione dei budget delle organizzazioni. Secondo Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe il numero di eventi con livelli di spesa si manterranno comunque inferiori del 33% rispetto a quelli del 2019 con il numero di partecipanti che dovrebbe tornare a crescere entro il 2024.

Tuttavia la sostituzione degli eventi internazionali con quelli nazionali, insieme a una riduzione nella permanenza media dei partecipanti e della spesa, si stima che il settore troverà il vigore di un tempo nel 2026. "Il successo dei meeting face to face dovrà essere basato in futuro sulla qualità dei contenuti e l'apporto che la destinazione può dare al raggiungimento degli obiettivi dell'evento, l'affiancamento di elementi virtuali, l'offerta di un'effettiva esperienza di networking, la sostenibilità. Occorre concentrarsi sul valore intellettuale che la destinazione può offrire agli incontri con interazioni tra pubblico e privato. Esperienze di networking efficaci da parte dall'organizzatore sarà fondamentale per il successo e il ritorno di investimento del meeting in presenza" dichiara l'Ad Enit **Roberta Garibaldi**.

"Se analizziamo i dati disponibili ci rendiamo conto di quanto sia aumentata la determinazione di fattori come la reputazione, l'accessibilità dei luoghi, i fattori ambientali, il clima, le opportunità extra conferenze, le caratteristiche delle strutture ricettive per qualità e standard di sicurezza e come ci si orienti anche su strutture con meno camere con un'ospitalità più familiare. E' cresciuto l'interesse per strutture con aree esterne con flessibilità degli spazi, attenzione alla sostenibilità e all'enogastronomia e con avanzata dotazione tecnologica" sostiene il Presidente Enit **Giorgio Palmucci**.



Francesca Cicatelli

Ufficio stampa ENIT

392 9225216

francesca.cicatelli@enit.it