

CULTURA SICUREZZA

Prevenzione e formazione per ridurre i rischi



Pietro Ferrero
Family business

Nassim N. Taleb
Gestire l'incertezza

Michael Silverstein
Vendere alle donne

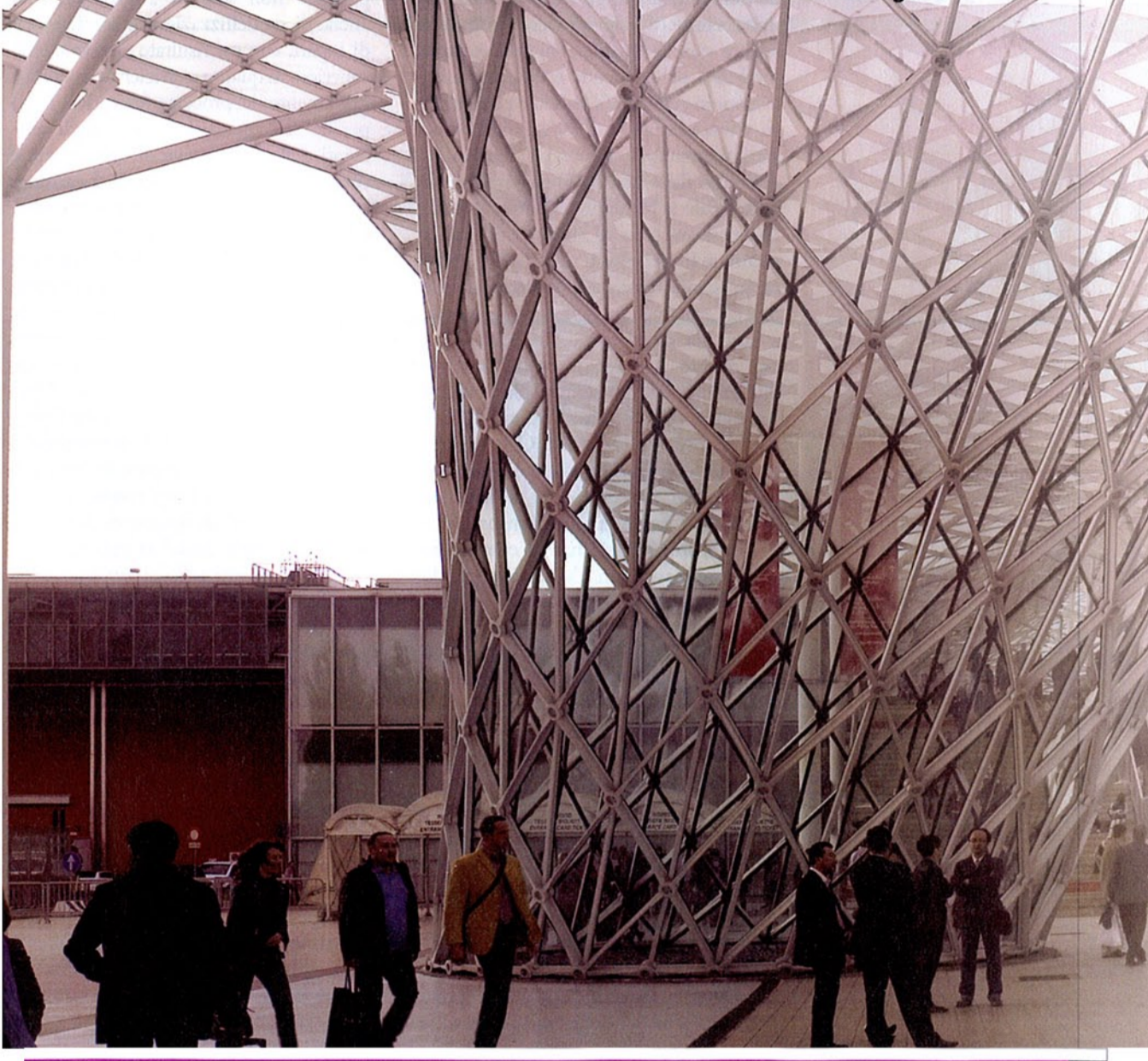


BUSINESS TRAVEL

MEETING E CONGRESSI/1. Il settore sente il peso del rallentamento del 2009

Prospettive incerte per il 2011

Gli operatori rispondono a singhiozzo, senza una strategia di medio periodo, in attesa - da dieci anni - che il Convention Bureau nazionale entri in vigore



BUSINESS TRAVEL

Con la benedizione del ministro Michela Vittoria Brambilla, che l'ha definito settore strategico per lo sviluppo del turismo in toto, il congressuale si appresta a giocare la sua partita più difficile: superare l'onda lunga della crisi, i cui effetti colpiscono solo ora l'industria degli eventi. Le difficoltà sono visibili soprattutto nel settore medico-scientifico, da sempre "core business" del settore, perché i tempi di organizzazione di quei congressi sono molto lunghi (18-36 mesi) e solo adesso salta agli occhi tutto ciò che è mancato durante il 2009. Congressi saltati, modificati, o pianificati a budget ridotto. Qualche segnale di ripresa arriva dal settore corporate, come conferma il presidente di Federcongressi **Paolo Zona**: «Ci sono miglioramenti, ma non sono indotti da strategie di medio periodo delle aziende clienti. Sporadicamente, e in forma non strutturale, ci sono esigenze e corrispondenti budget disponibili per alcuni eventi, ma a singhiozzo. La ripresa è comunque lenta, come lenti sono i tempi di reazione dei clienti». «Non credo che siamo usciti dal periodo peggiore - aggiunge Zona -, piuttosto siamo usciti dal clamore, ma le vere ripercussioni sulla salute delle aziende e sui posti di lavoro sono ancora in atto».

Rivoluzione in ambito medico

Una vera rivoluzione, anche in termini di mercato, arriverà dalla nuova normativa Ecm (Educazione continua in medicina), che prevede il passaggio dall'attuale sistema di richiesta, che prevede il passaggio dagli eventi, in cui era il ministero della Salute ad attribuire crediti, all'accreditamento diretto dei provider, cioè di soggetti che una volta accreditati dal ministero della Salute diventano essi stessi eroganti, in autonomia, di eventi formativi. Tutto ciò porterà a un'ulteriore selezione degli operatori del settore. «Una rivoluzione copernicana - spiega Zona - che implica cambiamenti anche nei rapporti con gli sponsor, con i docenti e con lo stesso ministero. L'adattamento sarà lungo, e implica la riorganizzazione del settore e la redistribuzione sul mercato. Il 2011 sarà un anno ancora più difficile».

Il prevedibile scenario futuro, per quanto riguarda le attività congressuali e formative in ambito sanitario, sarà segnato da una drastica selezione degli eventi, con la restanza dei soli considerati veramente strategici ed efficaci.

Un momento di incertezza per un settore che fino a pochi anni fa non era nemmeno annoverato nelle fiere del turismo, ma che tra varie difficoltà è riuscito a rosicchiare fette di mercato fino a raggiungere il 10% del fatturato italiano dell'intero pianeta turismo, e a piazzare l'Italia al quarto posto della classifica dell'ICCA (International congress and convention association), relativo ai primi venti Paesi e città del mondo per numero di meeting ed eventi.

Cambiano gli equilibri

Dunque c'è molto da fare, e l'umore generale pare tenda all'unione delle forze in campo. Una novità è venuta dalla Quinta conferenza sul turismo, che si è tenuta in ottobre a Cernobbio, nella quale il presidente della Conferenza delle Regioni Vasco Errani ha detto di condividere la linea del ministro Brambilla, rilevando la disponibilità delle Regioni a investire denaro. Un passo avanti significativo, dal momento che senza l'appoggio delle Regioni, che dal 2001 hanno per legge la competenza esclusiva sul turismo, il ministero da solo può fare ben poco.

Un altro volano di sviluppo potrebbe essere il Convention Bureau nazionale, che a dieci anni dalla prima bozza di progetto potrebbe vedere a breve la luce. Dopo il via libera del ministero, ad agosto, l'Enit ha avuto l'incarico di studiare la migliore formula societaria. I fondi per la start-up dovrebbero essere già disponibili, e in questi mesi sono in atto altri passaggi burocratici come l'autorizzazione a procedere della Corte dei conti.

I criteri di funzionamento del Convention Bureau nazionale si ispireranno a Italia for Events, il progetto di promozione dell'offerta congressuale italiana, concluso nel 2009, portato avanti dall'Enit insieme alle Regioni, con l'ammirata guida della Toscana, e considerato da tutti un grande successo.

Su cosa puntano gli operatori

I casi puntano gli operatori hanno influenzato anche le strategie delle agenzie di organizzazione eventi e degli operatori alberghieri.

C'è chi investe, come il gruppo alberghiero internazionale Choice Hotels, che vanta 6.000 hotel nel mondo. Il gruppo, che con i brand Quality e Clarion offre diverse soluzioni per il segmento Mice, lancia "superior conferences", ovvero una selezione di elite tra gli hotel affiliati, con sale congressi di almeno 300 metri quadri e altri servizi di lusso dedicati e personalizzabili.

«Il progetto - spiega **Margit Hug**, managing director di Choice Hotels Europe - nasce per offrire alla nostra clientela soluzioni per grandi spazi, con attrezzature moderne per eventi memorabili».

In Italia, rientrano tra i "superior conferences" il Quality hotel Rouge et Noir di Roma, il Quality hotel Atlantic Torino Airport e il Quality hotel Park di Siracusa.

Chi ha a che fare con un mercato più ristretto, come molti manager italiani, ha le idee chiare: il caso è di Rimini che ha prezzi più bassi, segno che la crisi non è per nulla passata. Per questo c'è stato un forte rilancio del locale Convention Bureau: per attirare le aziende sul nostro territorio, anche perché il turismo congressuale, poiché di fascia alta, porta una ricaduta consistente anche in termini economici».

«Ora stiamo puntando a una sinergia globale - continua Bossi - con le aziende di promozione turistica c'è un accordo di collaborazione, così da agire insieme, sugli stessi eventi e con gli stessi obiettivi, come la partecipazione a fiere del settore all'estero, in una logica sistemica».

Marco Todarello

«Sono diminuiti i meeting generici e quelli piccoli, che ora le aziende organizzano nelle proprie sedi - spiega Frua De Angeli - ma sono aumentati quelli specifici, indirizzati alla vendita, alla conquista di nuove quote di mercato e alla fidelizzazione della propria clientela. Le imprese oggi esigono un contenuto dei costi, ma non sono disposte a rinunciare a un servizio eccellente».

«Sempre di più, nel luogo scelto per le imprese vogliono trovare determinati servizi: dalla ristorazione al pernottamento, dalla traduzione simultanea al book shop, dalle riprese video alle foto e agli allestimenti floreali. E poi la scenografia, l'intrattenimento come teatro e musica, la redazione di brochure e libri sull'avvenimento, fino alla manifattura di oggetti d'arte dedicati. Mai come oggi la cura del dettaglio è diventata essenziale». Villa San Carlo Borromeo ambisce a diventare uno dei poli congressuali durante l'Expo 2015: la cornice naturale in cui è immersa

e il silenzio, che crea un clima sereno e favorevole agli incontri, potrebbe essere il suo punto di forza.

Un luogo vincente per antonomasia, che è anche uno dei fiori all'occhiello del congressuale italiano, è sicuramente Firenze. «La nostra città è sempre molto richiesta - spiega il presidente di Firenze fieri **Carlo Bossi** -, ma subiamo molto la concorrenza di Rimini che ha prezzi più bassi, segno che la crisi non è per nulla passata. Per questo c'è stato un forte rilancio del locale Convention Bureau: per attirare le aziende sul nostro territorio, anche perché il turismo congressuale, poiché di fascia alta, porta una ricaduta consistente anche in termini economici».

«Ora stiamo puntando a una sinergia globale - continua Bossi - con le aziende di promozione turistica c'è un accordo di collaborazione, così da agire insieme, sugli stessi eventi e con gli stessi obiettivi, come la partecipazione a fiere del settore all'estero, in una logica sistemica».

Marco Todarello

BUSINESS TRAVEL

