

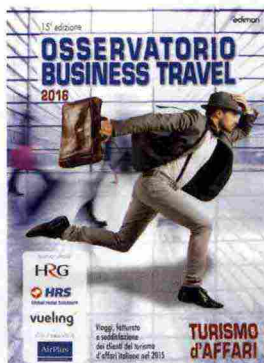
## HOT TOPICS

### highlights

PAOLA OLIVARI

## OSSERVATORIO BUSINESS TRAVEL, UN ANNO IN CRESCITA

Un'economia finalmente in crescita sia a livello internazionale sia in Italia segna un anno positivo anche in tutti i segmenti del business travel in Italia. Sono confortanti, a questo proposito, i dati della quindicesima edizione dell'Osservatorio Business Travel, che la rivista Turismo d'Affari ha presentato in occasione della Bit (Borsa Internazionale del Turismo) di Milano. La ricerca, che analizza il mercato del turismo d'affari in Italia nel 2015, è condotta dal professor Andrea Guizzardi e realizzata con il supporto scientifico e tecnico della Scuola Superiore di Scienze Turistiche e il patrocinio del Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università di Bologna. Sponsor ufficiali sono Hrg Italia, Hrs - Hotel Reservation Service e Vueling con il supporto di AirPlus International Italia. In linea con i mercati europeo e nazionale, i viaggi d'affari delle imprese italiane sono cresciuti nel 2015 del 3,3% rispetto al 2014 raggiungendo quota 31,8 milioni. Confermato l'andamento positivo iniziato nel 2014, l'incremento riguarda tutti i segmenti, compreso quello intercontinentale



che, pur registrando la performance peggiore (+1,7%) a causa dell'indebolimento della domanda dei Paesi emergenti e dell'aumentato livello di rischio in diverse aree, è sostenuto dalla crescita degli investimenti diretti esteri delle aziende italiane. L'escursionismo d'affari in aumento del 4,5% influisce negativamente sulla durata media dei viaggi con l'aumento dei pernottamenti che si ferma al 2%. Nel

2015 la spesa per i viaggi d'affari sale a 19,5 miliardi di euro (+2%). Molto differenti le dinamiche sui segmenti nazionale (+3,3%) e internazionale (+1,2%) soprattutto a causa dei prezzi dei servizi travel, in diminuzione sul mercato internazionale, mentre in Italia il crollo del costo dei carburanti è stato in parte bilanciato da importanti aumenti nel costo dei passaggi aerei e degli hotel. Anche il 2016 sarà un anno a segno più secondo i travel manager, con una previsione positiva per il terzo anno consecutivo. A pagina 131 potete trovare il resoconto completo dell'Osservatorio Business Travel.

## FEDERCONGRESSI&EVENTI, SÌ ALL'ESTENSIONE DELL'OSSERVATORIO A FOCUS SPECIFICI E REGIONALI



A margine del convegno "Lo stato dell'arte del turismo congressuale in Toscana", organizzato da Toscana Promozione e Firenze Convention & Visitors Bureau con il patrocinio della Regione Toscana e tenutosi a Prato, la consigliera esecutiva di Federcongressi&eventi Gabriella Gentile ha considerato «l'estensione dell'Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi a focus specifici e regionali, perché la nostra industria sia sempre meglio conosciuta». «Penso di rappresentare l'opinione di tutti i colleghi - ha detto Gentile - se auspico che, per le

prossime edizioni, l'Osservatorio si doti di focus specifici, peraltro già previsti, in grado di approfondire i dati, di recuperare altri ancora non sviscerati, come il fatturato del settore che tanto peso in più ci darebbe nel rapporto con le istituzioni, e di ripartire per regione i dati nazionali, esigenza avvertita da più parti e spesso manifestata negli ultimi mesi. Occorre però anche il contributo delle istituzioni, soprattutto di quelle locali, che invito a valutare questo investimento come una grande opportunità per i loro territori».

## È NATO IL CONVENTION & VISITORS BUREAU DI BOLOGNA



Creato come divisione di Bologna Welcome, il nuovissimo Convention and Visitors Bureau di Bologna ha il compito di promuovere la destinazione nel mercato Mice a livello nazionale e internazionale accogliendo i turisti business attraverso gli uffici in Piazza Maggiore e in aeroporto. Al nuovo Cb aderiscono 44 operatori, riuniti grazie a un accordo in seno alle principali associazioni di categoria nazionali e internazionali (Cbi, Federcongressi, Icca, European Cities of Marketing). Il presidente Federcongressi&eventi Mario Buscema ha espresso grande soddisfazione. «La peculiarità di questo nuovo organismo è quella di essere nato con il completo sostegno e la partecipazione delle istituzioni locali, in particolare del Comune di Bologna. Adesso spetterà agli operatori locali il compito di raccogliere la sfida per sostenere e sfruttare al meglio l'opportunità che è stata offerta alle aziende del comparto congressuale bolognese e non solo». «La nascita del Convention and Visitors Bureau - conclude Celso De Scrilli, presidente di Bologna Welcome - completa il progetto di promozione della destinazione Bologna già avviato da Bologna Welcome in ambito leisure. La nuova struttura ci consente di adeguare l'offerta italiana a quella internazionale». Per un approfondimento, la cover story di pagina 30 è dedicata ai Cb italiani.

## IBTM, DIECI ANNI DI MICE AD ABU DHABI

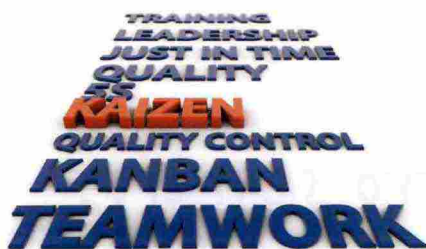


Ibta Arabia 2016 ha celebrato il decimo anniversario come evento leader internazionale ed esclusivo nel Golfo nella Mice industry. Quest'anno, dal 9 all'11 febbraio, Ibtm Arabia – realizzato in collaborazione con Abu Dhabi Tourism & Culture Authority, Abu Dhabi Convention Bureau ed Etihad Airways – si è svolto nell'esclusivo cinque stelle Jumeirah at Etihad Towers, in Abu Dhabi. «Avendo di recente registrato uno sviluppo significativo nell'ospitalità a livello infrastrutture per il turismo – ha spiegato Mubarak Al Shamisi, director of Abu Dhabi Convention Bureau – Abu Dhabi è oggi uno dei posti migliori per soddisfare le più alte esigenze degli organizzatori. Attrazioni di primo piano, splendidi nuovi resort, una dedizione unica e stimolante all'eccellenza del servizio permettono alla destinazione di raggiungere una nuova era di maturità». Uno studio di Alpen Capital suggerisce che le società internazionali attive nel Mice in Medio Oriente sono più che triplicate negli ultimi dieci anni. A supporto di ciò, lo studio più recente di Amadeus mostra che la meeting industry nell'area del Golfo sta registrando una crescita costante e che il Medio Oriente si sta espandendo ancor di più, attirando eventi globali di alto profilo e investimenti infrastrutturali all'avanguardia.

## HOT TOPICS

### highlights

## CWT MEETINGS & EVENTS: IL COINVOLGIMENTO COME FONTE DI CAMBIAMENTO



Carlson Wagonlit Travel è intervenuta come speaker, presentando la propria esperienza nella metodologia Lean Six Sigma, al convegno "Eccellenza nel servizio al cliente, ingaggiare le persone nel miglioramento". «In Cwt crediamo molto nel coinvolgimento dei collaboratori come fonte di cambiamento», ha spiegato Giancarlo Bianchi, senior director quality & customer

experience Emea. «Per questo abbiamo un approccio strutturato che combina un programma globale di Operational Excellence, la formazione Six Sigma delle risorse e l'applicazione della metodologia Lean in eventi chiamati kaizen (kaizen è la composizione di due termini giapponesi kai, in meglio, e zen, cambiamento e indica un processo di miglioramento continuo, ndr)». «In particolare - ha continuato Bianchi - negli ultimi mesi Cwt ha coinvolto in eventi kaizen oltre 750 collaboratori, che hanno proposto idee e soluzioni concrete per migliorare il servizio al cliente, partecipando direttamente al cambiamento». «Durante gli eventi kaizen si evidenzia nei fatti come il coinvolgimento delle persone sia il vero motore del cambiamento», ha sottolineato Armando Mastrapasqua, senior director Cwt Meeting & Events Italia. «Occorre però seguire un metodo rigoroso e garantire al team la giusta visione degli obiettivi, le adeguate competenze, le corrette risorse e assicurare un efficace piano d'azione».

## MIGLIORANO GLI HOTEL NEL 2015. E NON È SOLO EFFETTO EXPO

Il 2015 si è concluso all'insegna di un miglioramento complessivo delle performance alberghiere nelle località esaminate dalla ricerca di Res Hospitality Business Developers, che ha analizzato tramite Str Global le performance di circa cinquecento alberghi di fascia media e alta in 14 destinazioni italiane per un totale di circa 62mila camere. Nel confronto tra le performance del 2015 rispetto al 2014, Milano, grazie al successo registrato durante i sei mesi di Expo, si conferma senza sorprese la regina: l'occupazione sale del 9,4 per cento, la tariffa media giornaliera del 19,3 per cento e il ricavo medio per camera disponibile del 30,5 per cento. A seguire, la performance positiva di Napoli, Malpensa (da ascrivere quasi sicuramente all'effetto Expo), Torino - che si conferma in crescita costante dal 2013 - e Lecce (nella foto). «I dati che abbiamo analizzato mostrano che il 2015 è stato un anno positivo, all'insegna di una crescita generalizzata» commenta Marco Malacrida, presidente di Res Hospitality Business Developers. «Le conseguenze degli attacchi terroristici a Parigi hanno avuto un impatto sui flussi turistici di fine anno nelle principali destinazioni italiane, non su quelle cosiddette "secondarie", che hanno registrato un incremento nell'occupazione. Risultano in crescita anche la tariffa media giornaliera e il ricavo medio per camera disponibile. Questi segnali positivi, uniti all'apprezzamento del dollaro e alla crescente domanda internazionale consentono un cauto ottimismo per l'anno in corso».



## CONGRESSUALE: ITALIA BELLA MA POCO COMPETITIVA, BENE MILANO



L'Italia è il quarto Paese europeo per superficie complessiva a meeting dopo Germania, Francia e Spagna. È quanto emerge, tra i molti dati interessanti, dall'ebook di Paola Bensi, Alessandra Carminati e Roberto Nelli, Destinazione Europa. Strutture congressuali e fattori di attrattività delle principali città europee (Vita & Pensiero, 2016) realizzata dal Lamci-Laboratorio di Analisi del Mercato Congressuale Internazionale dell'Università Cattolica, che ha preso in esame 551 sedi per congressi ed eventi di grandi dimensioni di 302 città in 34 Paesi europei. In particolare, l'Italia gode di un giudizio positivo con riguardo all'ampiezza del patrimonio artistico, alla rilevanza dell'industria creativa, all'elevato numero di fiere ed esposizioni ospitate e alla ricchezza delle infrastrutture turistiche. Tuttavia è penalizzata dal giudizio sulle politiche pubbliche che non supportano lo sviluppo del settore e dalla mancanza di competitività nei prezzi. In ambito europeo Parigi si colloca al primo posto, presentando il più alto potenziale strutturale congressuale; dobbiamo scendere fino al settimo posto per trovare Milano. Il capoluogo lombardo si classifica al terzo posto per superficie espositiva, mentre presenta un numero non particolarmente elevato di spazi a meeting. Inoltre, si distingue per le caratteristiche dei centri congressi, con riferimento ai quali rappresenta la prima città in Europa per superficie.