



“Made in Italy: valorizzazione e sviluppo dell’impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi”

Intervento di Ilaria Alzona, titolare della Società Gemi Piccoli e Grandi Eventi, Presidente di Convention Bureau Genova, socio fondatore tecnico del marchio Genova Gourmet Banqueting & Catering e componente del Consiglio Direttivo Sezione Turismo Confindustria Genova.

In Italia il turismo genera direttamente circa il 5% del Pil e incide indirettamente del 13% sullo stesso e rappresenta il 6% dell’occupazione nazionale. Nel 2019 il turismo in Italia aveva registrato il proprio record storico (437.000.000 di notti trascorse), confermando il trend in crescita che si registrava ormai da anni.

All’interno del turismo vi è un settore particolare che sta crescendo sempre maggiormente nel nostro Paese: il turismo congressuale o meglio il turismo legato al MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). Tralasciando gli anni dell’emergenza sanitaria causata dal Covid 19, dal 2015 al 2019 tale settore ha registrato un ottimo sviluppo sia in termini di numero di eventi (con un tasso di incremento medio annuo del 4,1%) che di partecipanti (con un tasso di incremento medio annuo del 3,7%).

Solo nel 2019 i partecipanti registrati ai convegni organizzati in Italia sono stati 29.000.000, di cui 3.770.000 stranieri. A questi si vanno ad aggiungere tutti i visitatori a Fiere Internazionali organizzate sul nostro territorio (a titolo esemplificativo al Salone del Mobile del 2019 si sono registrate 262.608 presenze provenienti dal 173 Paesi).

Ricordiamo anche che il turista congressuale è un turista alto spendente, con una spesa media pro capite di circa 120 Euro al giorno e di rilevante impatto sull’intero indotto economico di una destinazione.

L’importanza di tale settore è stata riconosciuta dalle istituzioni sia a livello nazionale che locale, basti pensare che è stato firmato un protocollo di intesa tra ENIT e Convention Bureau Italia, volto a qualificare l’offerta del turismo congressuale in Italia.

A livello locale i Convention Bureau delle diverse città italiane collaborano con Comune, Camera di Commercio e Regione per promuovere la propria destinazione come sede di congressi, convegni e grandi eventi sia a carattere nazionale che internazionale.

Questi eventi, attraverso la moltitudine di servizi offerti durante la loro organizzazione, possono diventare una vetrina naturale delle eccellenze italiane, in particolar modo possono diventare un canale di promozione dei prodotti tipici enogastronomici del nostro territorio.

Un case history utile per tale scopo è la nascita del progetto *Genova Gourmet Banqueting & Catering*, nato nel 2022 attraverso la Camera di Commercio di Genova, con lo scopo di valorizzare l’autenticità l’eccellenza e la tipicità della gastronomia locale e dei prodotti del territorio. Da questa idea è nato il primo marchio a livello nazionale per la promozione di menu tipici e vini locali da offrire ai partecipanti dei convegni. Questo progetto è stato presentato durante la 10° edizione della Borsa del turismo culturale Mirabilia, che si è svolta a Genova lo scorso ottobre.



Convention Bureau Genova S.r.l. - Calata Molo Vecchio 15, Modulo 9 | 2° piano - 16128, Genova
Tel. +39 0105761975 - info@cbgenova.it - www.cbgenova.it - www.genovawedding.com
PIVA: 03586240107 - Cod SDI: USAL8PV



Anche Mirabilia è un ottimo esempio di promozione del “Prodotto Italia” nel mondo e nasce nel 2012 grazie a un gruppo di 5 Camere di Commercio accomunate dalla presenza sul proprio territorio almeno un sito Unesco e dalla volontà di promuovere un nuovo turismo “lento e sostenibile”.

Le Camere promotrici sono 18, riunite nell’Associazione “Mirabilia Network”: Bari, Basilicata, Benevento, Caserta, Chieti-Pescara, Genova, Marche, Messina, Molise, Pavia, Riviera di Liguria, Sassari, Sud Est Sicilia, Treviso-Belluno, Pordenone–Udine, Umbria, Verona e Venezia Giulia.

Fin dalla prima edizione la “Borsa del turismo culturale” è incentrato su incontri B2B fra le imprese dei territori delle Camere di Commercio aderenti (i cosiddetti “seller”) e una cinquantina di “**buyers**” turistici internazionali selezionati da “IEG”, organizzazione responsabile del TTG di Rimini.

Ai B2B turistici si sono aggiunti, negli anni, anche incontri specializzati fra imprese agroalimentari dei territori rappresentati e “**buyers food & beverage**”, selezionati da ICE e Assocamerestero.

La mia idea è quella di avere tramite la promozione turistica anche la promozione delle eccellenze italiane, “toccate con mano” durante, ad esempio, la partecipazione a convegni e congressi.



FEDERCONGRESSI & EVENTI
Associazione nazionale delle imprese pubbliche, private
della meeting industry italiana

