

*FutureWatch Mpi-Amex: 11% organizzatori stima sviluppo tecnologico*

# Meeting, budget giù del 6%

## Il 2009 in discesa dopo tre anni di forte crescita

**Q**uest'anno i budget per meeting e congressi sono attesi in calo del 6%, mentre il report del 2008 parlava di un aumento del 22,6%. La differenza è notevole, ma già nei mesi scorsi il 17% dei corporate meeting planner e il 12% degli association meeting planner mettevano in guardia contro possibili riduzioni. È quanto emerge dalla sesta edizione di FutureWatch, il report annuale realizzato da Mpi e American express sui trend del comparto.

Nonostante lo scenario negativo, i meeting planner degli enti governativi si aspettano in genere diminuzioni poco significative, spiegando che le imprese private di solito non influiscono sulla quantità dei loro eventi. L'industria degli eventi affinerà il proprio focus e concentrerà le attività, a causa della crisi che sta investendo il mercato globale. Tuttavia l'impatto economico non è grave come ci si poteva attendere: la frequenza media ai meeting è attesa in aumento del 3% nell'area Emea (Europa, Medio Oriente

e Africa) e del 9% in Canada, mentre diminuirà del 5% negli Stati Uniti. Mentre i corporate meeting planner prevedono un -9% nei volumi, i titolari d'agenzia si attendono cali marginali, nell'ordine dello 0,5%.

«Dopo tre anni di forte crescita, l'industria degli eventi globale deve fare i conti con una

situazione involutasi, e i dati di FutureWatch rivelano quanto siano acute le aspettative di cambiamento», afferma Bruce MacMillan, presidente e ceo di Mpi. «Attraverso iniziative quali il nostro Global knowledge plan, ci poniamo l'obiettivo non solo di mostrare ai soci come sopravvivere a questa crisi, ma anche di

uscire vincitori dalle tante battaglie cui il riflusso economico ci costringerà».

Organizzatori e fornitori sono concordi nel ritenere che il segreto per invertire la rotta stia in un incremento di creatività e innovazione. L'11% degli interpellati stima un incremento nell'uso della tecnologia per consentire l'accesso da remoto ai meeting e ai loro contenuti, risparmiando sui costi di viaggio e pernottamento. Tuttavia, i meeting veri, ossia non virtuali, sono ancora considerati la maggior fonte di roi (ritorno sull'investimento) di tutti gli strumenti di marketing. Da questo punto di vista, tutti i planner si attiveranno per misurare questo indice e convincere clienti o referenti aziendali della sua attendibilità. Attualmente il 74% dei planner aziendali o d'agenzia dichiara di calcolare il roi, quanto meno riguardo alla soddisfazione dei partecipanti.

FutureWatch 2009 scaturisce da 2.740 risposte a questionari inviati a oltre 24 mila database di corporate o independent meeting manager tra Europa, Canada e Stati Uniti.

## Patto Italia-Francia-Spagna La sigla domani in Bit

Le linee e i piani di interventi del protocollo d'intesa che i governi di Francia, Spagna e Italia intendono siglare per la realizzazione di una comune strategia, verranno illustrati in una conferenza stampa che si svolgerà domani al Centro congressi della Borsa internazionale del turismo in Fiera Milano a Rho. Parteciperanno Hervé Novelli, sottosegretario di stato incaricato per il turismo, per la Francia, Joan Mesquida Ferrando, sottosegretario di stato con delega al turismo, per la Spagna e Michela Vittoria Brambilla, sottosegretario di stato alla presidenza del consiglio dei ministri per le politiche di sviluppo e competitività del turismo, per l'Italia. Tra le principali finalità dell'intesa vi è l'intenzione di individuare sinergie che siano più idonee a fronteggiare una crisi economica che rischia di penalizzare i flussi turistici in Europa, e la determinazione a promuovere insieme un nuovo progetto che riunisca le eccellenze di questi tre paesi in un unico sistema d'offerta.

### AGRITURIST

## Agriturismo Cala redditività

DI ANDREA G. LOVELOCK

Dal verde dei prati al grigio dei bilanci: è tutto in questo traumatico passaggio cromatico il quadro delineato per l'agriturismo del 2008: se da un lato l'offerta è aumentata di altre 1.200 unità, per un totale di 18.600 aziende (+5,4%), la domanda si è praticamente fermata, con 2,8 milioni di arrivi, che è sostanzialmente la cifra riportata anche nel 2007, dal momento che il giro d'affari complessivo è rimasto invariato a 1,1 mld di euro si è contratto il giro d'affari medio per azienda e sono per di più calate le presenze, passate dai 13 milioni del 2007 ai 12,1 milioni dello scorso anno (-1%).

«L'aver contenuto la flessione dei turisti», afferma tuttavia il presidente di Agriturismo, Vittoria Brancaccio, «è comunque un grande risultato, se si considera in quale contesto di criticità si è operato. D'altra parte non si può ignorare che la cattiva congiuntura è destinata a perdurare anche nel 2009».