



## Uniti si vince

Penso di non essere stata la sola ad aver provato una sensazione dolceamaro dopo aver visto la presentazione sui bellissimi dati 2019 emersi dall'Oice, l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, l'unico studio di settore che dal 2015 monitora annualmente l'andamento del settore Mice. Un dato su tutti: +4,1% di incremento medio annuo del numero degli eventi organizzati in Italia. Un numero davvero significativo se pensiamo anche che nei cinque anni pre-Covid il trend era in crescita costante.

È giusto provare frustrazione – e anche rabbia – per il modo in cui gli avvenimenti di quest'anno hanno improvvisamente destabilizzato questa crescita. Inutile nascondersi, il Covid è reale, così come è reale il suo impatto sulla Mice industry. Se niente potrà essere come prima (salvo un vaccino-libera-tutti), non vuol dire che non si potrà fare più business: lo testimoniano i vari eventi e congressi internazionali che pian piano stanno tornando a essere organizzati, sia in forma ibrida, ma anche totalmente in presenza e in assoluta sicurezza. Oltre alla crescita del numero degli eventi organizzati, ci tengo a evidenziare un altro, importante dato emerso dallo studio

I dati Oice del 2019 dimostrano che l'Italia stava finalmente trovando quella coesione tra le parti fondamentale per presentarsi all'estero come destinazione Mice completa e strutturata

dell'Oice: nel 2019 gli eventi associativi (principalmente congressi) hanno incrementato il proprio peso percentuale raggiungendo il 25,3% del totale degli eventi organizzati in Italia e invertendo quel trend negativo che invece aveva caratterizzato il periodo dal 2015 al 2018.

La crisi, dunque, come opportunità: dobbiamo concentrarci sul planning a lungo termine puntando proprio sul mercato associativo internazionale che riporterà grandi eventi di grande impatto nelle città italiane già dal 2022 e 2023. Se si guarda all'immediato sembrano date lontane, ma si tratta comunque di certezze importanti e di eventi con ricadute positive a cascata per il tutto territorio, di cui tutta la Mice Industry locale trarrà beneficio.

Cosa ci indica questo dato? Sicuramente una forte maturità raggiunta dalle destinazioni italiane, ma anche una testimonianza di crescita e d'integrazione con il territorio da parte del sistema locale che, unendosi sotto l'unica

"bandiera" della destinazione si presenta al mercato internazionale con un'offerta completa, strutturata e di altissimo livello: requisito minimo, lo sappiamo bene, per avere delle possibilità concrete di ospitare congressi associativi internazionali.

Serve però anche altro: dobbiamo continuare anche a sensibilizzare le istituzioni sulla necessità di supporto e di investimenti importanti per il Mice Made in Italy, continuare a lavorare per accrescere la competenza delle destinazioni e diventare garanti inflessibili dei protocolli per organizzare eventi in sicurezza (fondamentale per la fiducia di chi viaggia). Una caratteristica ha contraddistinto sempre noi italiani: fortissime capacità di adattamento e di coesione davanti alle avversità; ed effettivamente, in attesa di ulteriori sviluppi, l'Italia sta dimostrando di aver adottato misure efficaci di contenimento del contagio. La partita è ancora lunga, ma la direzione è quella giusta. 



**CARLOTTA FERRARI**

Presidente  
Convention Bureau Italia  
[c.ferrari@conventionbureau.it](mailto:c.ferrari@conventionbureau.it)