UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Laboratorio 4 - Convention bureau

2122-3-E1501N110

Obiettivi formativi

Scopo principale del laboratorio è l'esame del ruolo dei convention bureau nel marketing del segmento turistico congressuale e degli eventi con particolare riferimento al mercato italiano.

Contenuti sintetici

1. Il segmento congressuale e degli eventi nel mercato turistico italiano
2. Storia, caratteristiche e ruolo dei convention bureau nella promozione delle destinazioni
3. Le parti in gioco: le istituzioni, i promotori di eventi, gli associati, il turista
4. Diffusione dei convention bureau sul territorio italiano: casi di eccellenza e criticità
5. Convention bureau e standard professionali
6. Lo sviluppo del mercato congressuale e degli eventi in Italia: condizioni di potenziamento interno e conquista del mercato internazionale

Programma esteso

1 - Il sistema congressuale e degli eventi aggregativi in Italia: definizione di MICE, Meeting Industry, caratteristiche del mercato e sua segmentazione, valore economico, valori occupazionali.

2 - Convention Bureau nella promozione delle destinazioni: cenni storici sulla nascita dei CB, assetto giuridico

e societario, ruolo pubblico-privato.

3 - I Convention Bureau in Italia: diffusione dei CB sul territorio nazionale, assetto societario, composizione del capitale, numero di associati, modelli di governance, territorialità e rappresentanza.

4 - L'attività e il ruolo dei CB nella promozione delle destinazioni: promozione e marketing della destinazione, mappatura delle location e dei servizi per la Meeting Industry, attività di raccordo tra associati e operatori, gestione delle candidature nazionali ed internazionali, il Bid Book.

5 - Le parti in gioco: analisi del ruolo di istituzioni, promotori di eventi, associati, enti locali, congressisti.

6 - Caratteristiche delle destinazioni MICE: Meeting Industry e flussi turistici. Beni materiali e immateriali necessari per lo sviluppo della Meeting Industry. Tratti e contesti territoriali.

7 - Meeting Industry e standard professionali: modelli e flussi operativi di organizzazione congressuale. La filiera della Meeting Industry. Standard professionali e criteri di ammissione ai CB.

Prerequisiti

Segmentazione turistica; marketing turistico e territoriale, destination management.

Metodi didattici

Lezione frontale per introduzione degli argomenti, a seguire:

- lavoro di ricerca, raccolta, analisi di dati a cura dei partecipanti mediante supporto informatico (Internet), sia in forma individuale che di gruppo;

- attività di *Fish Bowling:* rielaborazione a gruppi dei risultati emersi attraverso un lavoro di discussione e confronto. Al termine enunciazione del guadagno cognitivo.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Project work

Testi di riferimento

Federcongressi & Eventi - Libro bianco del congressuale italiano

P. Mariotti – I Convention Bureau locali come strumento di promozione della marca “Italia” nel mondo.

Fondazione IULM per CCIAA Milano - Il segmento congressuale in Italia e la situazione di Milano.

Event Report - Il valore degli eventi oltre il turismo e le 4 dimensioni dell'eredità per le destinazioni.

Event Report - Perché si partecipa a un evento: i fattori di decisione e le implicazioni per organizzatori e destinazioni

Sicilia Convention Bureau - Il turismo congressuale come risorsa per lo sviluppo economico del territorio.

Il contributo di Sicilia Convention Bureau.