

# Analisi StaTi MICE 2017 – Canton Ticino

## Introduzione

*“La statistica è una disciplina che ha come fine lo studio quantitativo e qualitativo di un particolare fenomeno in condizioni di incertezza o non determinismo, ovvero di non completa conoscenza di esso o parte di esso”<sup>1</sup>.*

Dal 2008 lo Switzerland Convention & Incentive Bureau (in seguito SCIB) ha messo a disposizione uno strumento che permette di raccogliere i dati statistici relativi al segmento MICE in tutta la Svizzera. Al fine di ottenere dei dati significativi anche per il Ticino, l'Agenzia turistica ticinese sostiene il progetto e in particolare nel 2017 è stato lanciato il progetto StaTi MICE con 16 partner ticinesi. Con l'inserimento regolare sulla piattaforma online Stnet.ch di meeting ed eventi i partner del progetto e non solo, hanno permesso di raccogliere un numero consistente di dati relativi al turismo degli affari nel Cantone per il 2017.

Nel presente report annuale vengono mostrati i dati ottenuti nel primo anno di implementazione del progetto StaTi MICE, ed è strutturato come segue.

1. Numero di eventi mensili;
2. Durata degli eventi;
3. Tipologia di evento;
4. Provenienza dei partecipanti;
5. Provenienza degli organizzatori;
6. Numero di partecipanti;
7. Analisi

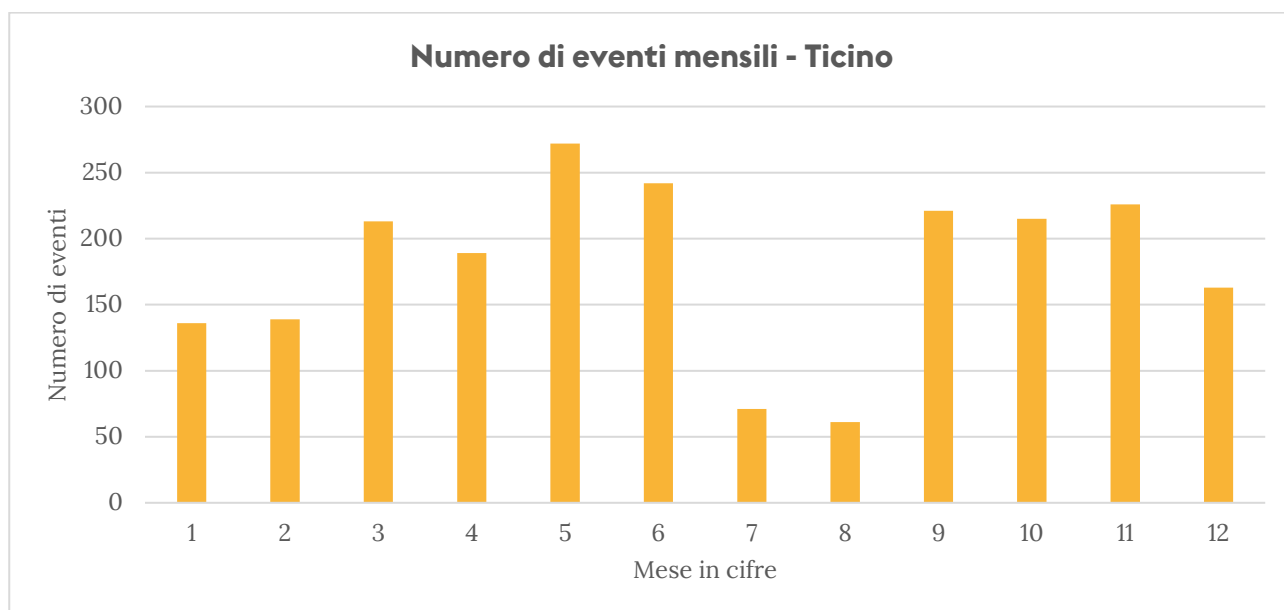
Questo report si riferisce al Canton Ticino che per il 2017 ha potuto registrare nell'apposita piattaforma 2'148 eventi MICE. Rispetto agli 893 registrati l'anno precedente, i dati permettono presentare una fotografia del segmento MICE più dettagliata anche se non ancora rappresentativa per tutto il Ticino.

---

<sup>1</sup> Fonte: Wikipedia, l'enciclopedia libera, <https://it.wikipedia.org/wiki/Statistica>

## Numero di eventi mensili

Nel seguente grafico viene mostrato il numero di eventi organizzati mensilmente e si nota che la concentrazione maggiore per l'anno 2017 è stata ottenuta fra maggio e giugno e fra settembre e novembre. luglio e agosto sono invece stati i mesi meno ricchi di eventi.



Il grafico sottolinea l'importanza del segmento MICE che permette di destagionalizzare la domanda turistica del nostro Cantone. La distribuzione inoltre rispecchia la media nazionale che vede marzo-giugno e settembre-novembre come i mesi più importanti per il turismo d'affari (Meetings Report Switzerland 2016).

## Durata degli eventi

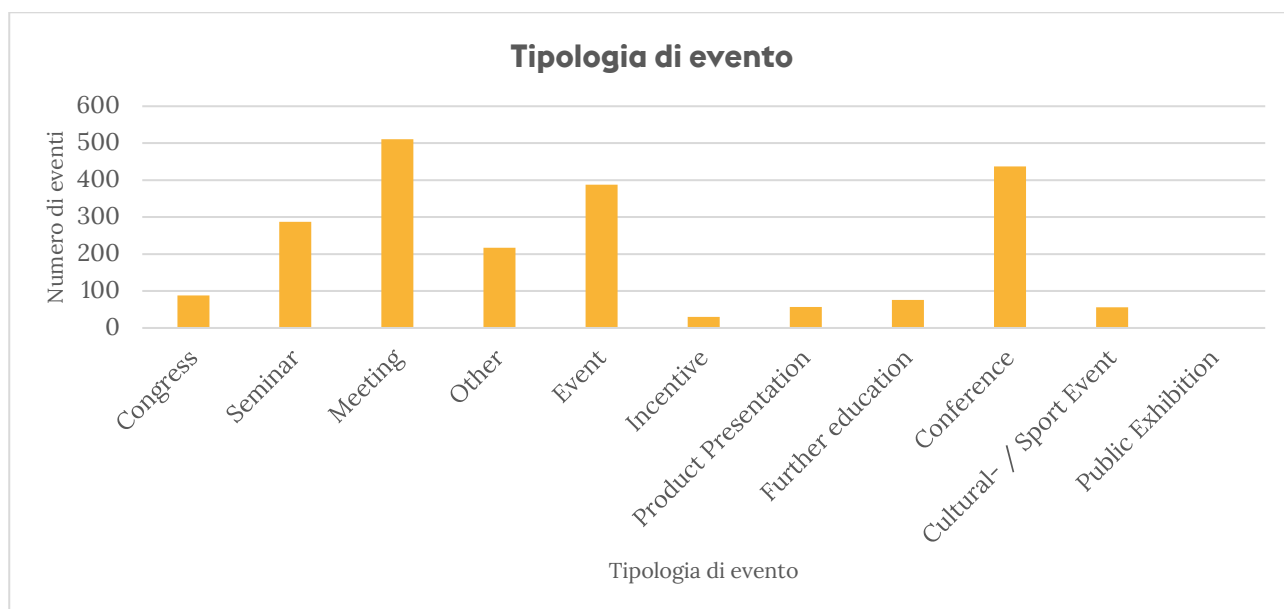
Dal grafico sottostante si nota che la maggior parte degli eventi ha una durata di un giorno, infatti la media risulta di 1.18 giorni. Risultano dunque rari eventi di una durata superiore a un giorno, la motivazione potrebbe essere la tipologia dell'evento organizzato.

I dati però non sorprendono visto che a livello svizzero i meeting di giornata sono cresciuti dal 2011 del 14% e nel 2015 rappresentavano i 2/3 della totalità di eventi MICE registrati (Meetings Report Switzerland 2016). Sempre più aziende infatti preferiscono piccoli ma molteplici eventi distribuiti durante l'anno, piuttosto che l'incontro annuale di grandi dimensioni.



## Tipologia degli eventi

Le strutture hanno la possibilità di indicare 11 tipologie di eventi, elencate nel grafico sottostante.



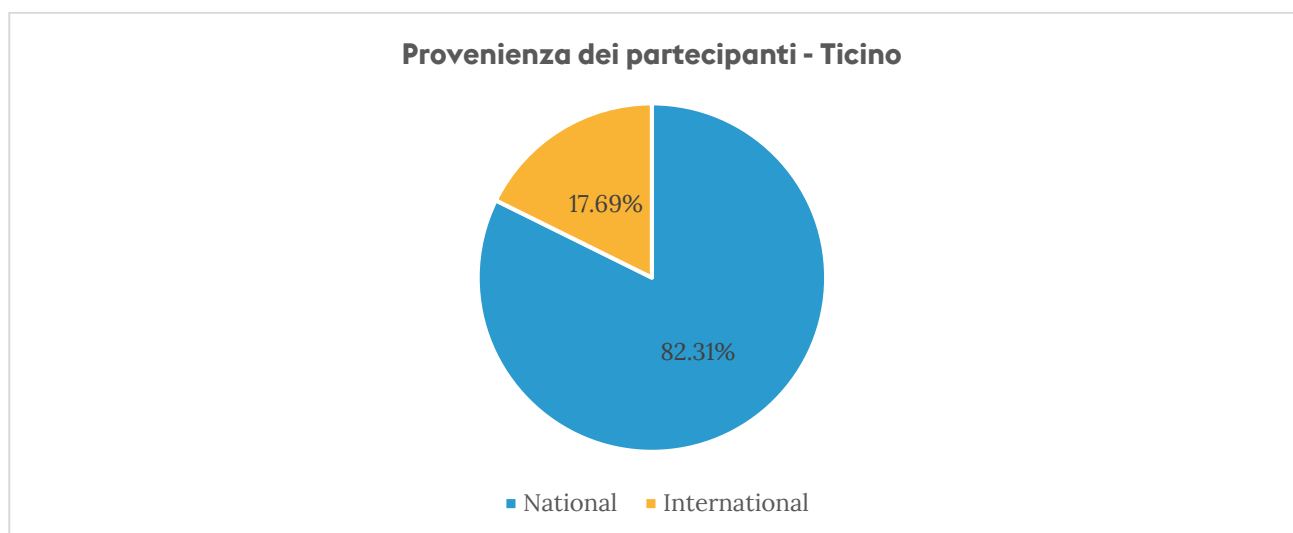
Come si vede nel grafico soprastante, “Meeting” è la tipologia di evento che nel 2017 è stata maggiormente organizzata in Ticino, seguono le conferenze, gli eventi e i seminari. Le altre tipologie di evento, importanti allo stesso modo delle quattro più richieste, vengono ospitate meno di frequente e variano dai circa 90 “Congress” annuali sino a un unico evento definito “Public Exhibition”.

Sicuramente la tipologia “Meeting” è la più diffusa anche a livello svizzero ma è difficile trarre ulteriori conclusioni visto che la tipologia di eventi registrati, dipende anche dagli spazi offerti dai partner ticinesi che hanno aderito al progetto (Meetings Report Switzerland 2016). Questi sono principalmente strutture di media capacità e che quindi non possono riflettere in modo rappresentativo, tutte le tipologie di eventi definite per il segmento MICE.

## Provenienza dei partecipanti

Nella piattaforma Stnet.ch è necessario indicare se la provenienza dei partecipanti agli eventi sia “Nazionale” (>20% dei partecipanti proviene dalla Svizzera) oppure “Internazionale” (<20% dei partecipanti proviene dalla Svizzera).

Dal grafico si nota che a più dell'80% degli eventi la partecipazione è stata “Nazionale” e di conseguenza a poco meno del 20% “Internazionale”. Ciò significa che i partecipanti degli eventi registrati in Ticino provengono dalla Svizzera.



## Provenienza degli organizzatori

In parallelo alla provenienza dei partecipanti degli eventi, al momento dell'inserimento dei dati statistici, alla struttura viene richiesto di completare anche il campo dedicato alla nazionalità degli organizzatori.

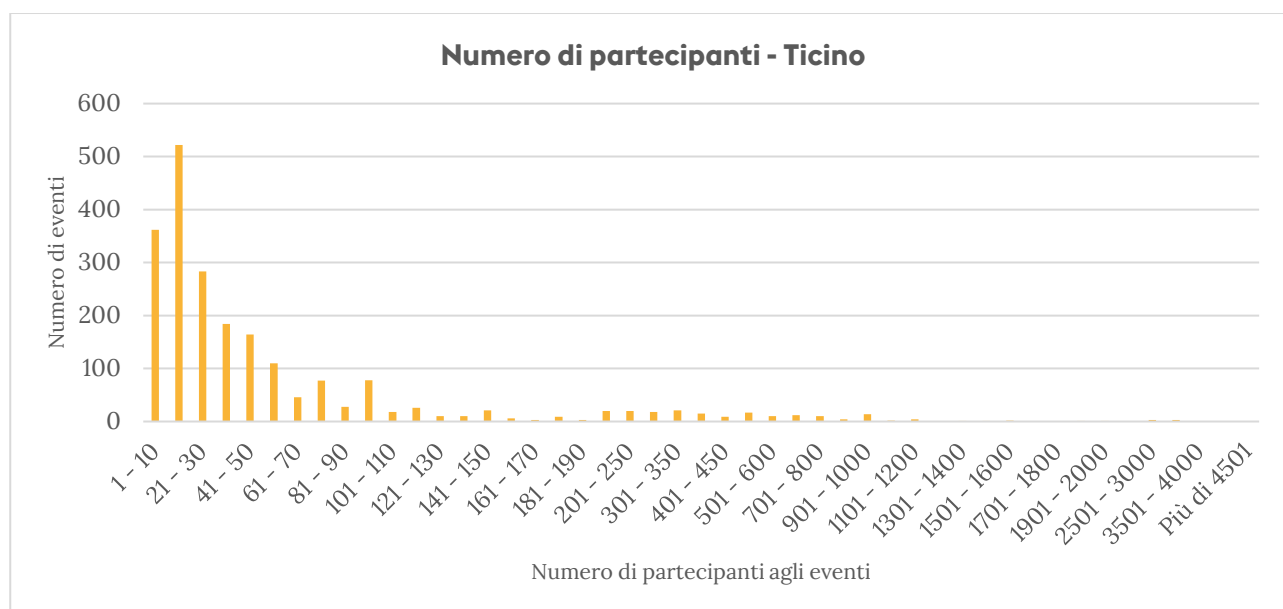
Nel Canton Ticino oltre il 90% degli organizzatori sono svizzeri, esattamente 2'003 eventi su un totale di 2'148 sono organizzati da aziende o agenzie svizzere. In questo caso la provenienza dei partecipanti e gli organizzatori provengono dallo stesso mercato.

Secondo i dati attualmente a disposizione, il mercato domestico è quindi fondamentale per il Ticino non solo dal punto di vista leisure, ma soprattutto per il segmento business.

## Numero di partecipanti agli eventi

A dipendenza degli eventi è possibile registrare un numero di partecipanti che varia da “1-10” sino a “più di 4501”.

Il grafico sottostante dimostra che in Ticino la fascia di partecipazione che spicca maggiormente è quella fra gli 11 e i 20 ospiti. Si nota però che ci sono anche eventi di grandi dimensioni, con oltre 3'500 partecipanti.



I dati confermano la tendenza delle aziende di organizzare meetings per piccoli gruppi piuttosto che per tutta l'azienda. Va però ricordato che la maggior parte delle strutture partner del progetto StaTi MICE 2017 sono strutture di piccole e medie dimensioni e per le loro limitazioni di capacità possono ospitare solo eventi con un pubblico ridotto.

## Analisi

Il progetto StaTi MICE grazie alla collaborazione di 16 partner principali ha permesso di raccogliere dei dati statistici importanti per fotografare la situazione del segmento MICE nel nostro Cantone.

Prima di tutto risalta l'importanza del segmento per destagionalizzare la domanda turistica che permette di riempire le strutture alberghiere e seminariali nei mesi di minore attività. In un futuro potrebbe perfino permettere di complementare la stagione estiva, evitando a più strutture alberghiere la chiusura stagionale.

In secondo luogo, la tendenza a livello svizzero di registrare eventi MICE di breve durata e in particolare "meeting" viene riflessa dai dati ticinesi. Ecco che questo rappresenta un potenziale non indifferente per il Ticino che gode di un'ottima accessibilità, recentemente potenziata dall'apertura del tunnel di base del San Gottardo. Inoltre, il numero di partecipanti medio per evento si situa intorno ai 20 delegati, offrendo quindi la possibilità a tutte le strutture del territorio di piccole e medie dimensioni di poter aspirare ad una quota di mercato.

Infine, la provenienza degli organizzatori e dei partecipanti conferma l'importanza del mercato svizzero, non solo per il segmento leisure ma anche per il segmento business. Con il 90% di organizzatori di eventi situati in Svizzera, è fondamentale garantire la presenza e la promozione sul territorio nazionale.

Fermo restando che i dati raccolti non sono ancora sufficienti per avere un quadro rappresentativo del segmento MICE in Ticino, le statistiche permettono di trarre alcuni spunti per la promozione del Ticino come destinazione per il turismo d'affari. Solo con la partecipazione di sempre più strutture, idealmente diffuse su tutto il Canton Ticino, sarà possibile avere un'immagine più significativa del segmento MICE. Dopodiché sarà possibile valutare il peso delle diverse tipologie di eventi e secondo la loro provenienza, attuare una strategia di promozione conforme.

Concludendo, la strategia dell'Agenzia turistica ticinese per il segmento MICE rimane con focus principale sul mercato interno. Non solo questo rappresenta il mercato principale, ma le richieste dirette sono aumentate negli ultimi anni dando buone prospettive per il futuro. Inoltre, rimane la volontà di continuare a raccogliere i dati statistici del segmento con la collaborazione di tutti i partner del territorio.