

Meetings

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

Band (Jahr): - **(2012)**

PDF erstellt am: **08.12.2022**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Meetings.

Più internazionalità.

I congressi riempiono gli alberghi: ST ha guadagnato terreno nei nuovi mercati di Cina, India e Brasile, ma anche in Europa e Nordamerica.

Circa un quinto di tutti i pernottamenti in Svizzera derivano dal settore congressi e meeting. Sotto l'egida dello Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), 23 specialisti di ST promuovono la Svizzera come sede di meeting, cercando di acquisire eventi di più giorni per ditte estere e associazioni internazionali.



Piattaforma di comunicazione interattiva: Caroline Pidroni di ST Nordamerica (a dx) a colloquio con giornalisti.



Stati Uniti.

I pregi svizzeri su 80 metri quadrati.

IMEX America è il più grande evento fieristico nordamericano per viaggi incentive, meeting, eventi, e con i suoi 8400 partecipanti è un'importante piattaforma marketing. ST ha organizzato e coordinato una forte presenza con ben 13 partner svizzeri su 80 metri quadrati. Un divertente concorso e la lounge hanno attirato l'attenzione indispensabile per creare rapporti di consulenza.

Dati e cifre.

Meetings	2012	2011
Budget	CHF 6,2 mln	CHF 5,8 mln
Quota del budget totale	6,2 %	6,2 %
Fatturato turistico	CHF 65,0 mln	CHF 60,3 mln
Visite su MySwitzerland.com/meetings	259 333	177 789
Pernottamenti generati dal KAM	259 333	172 422
Numero di meeting, eventi e conferenze	710	664
Numero di richieste d'offerta elaborate dallo SCIB	1191	1366

Tutte le cifre incluso programma d'impulso

Cina.

Viaggio di studio in Svizzera.

Nel 2012, il servizio SCIB di ST ha ampliato la presenza sul mercato nelle città di Pechino, Shanghai, Hong Kong e Guangzhou, organizzando tra l'altro sessioni formative con agenzie Incentive e altri decisori chiave. Lo SCIB ha inoltre coordinato un viaggio studio a Zurigo, Lucerna e sul Titlis per 12 promotori di viaggi Incentive, da cui sono già scaturiti i primi rapporti d'affari.

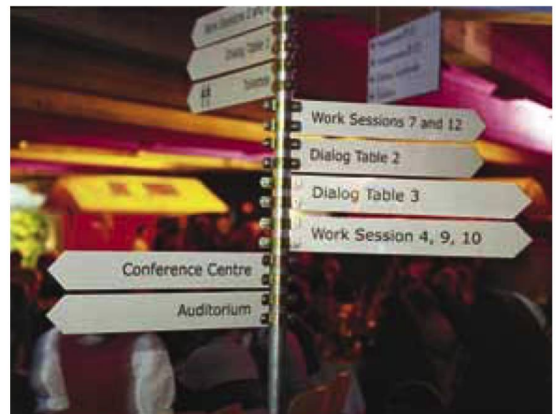


I partecipanti cinesi al viaggio studio in gita sul Titlis.

Svizzera.

Il «Meetings Report Svizzera» dice tutto.

Dal primo censimento statistico globale del settore Meeting, riguardo a eventi con min. 10 partecipanti, risulta che il 19% di tutti i pernottamenti alberghieri (pari a 6,6 milioni) è generato da partecipanti a meeting e si svolge in gran parte nelle città, dove costituisce oltre un terzo del totale. Le attività di marketing all'estero e gli investimenti in hotel d'affari sono essenziali per posizionare la Svizzera come destinazione d'eccellenza in questo settore.



”L'evento sul tema MICE mi ha convinto riguardo alle opportunità offerte dalla Svizzera.”

Sergey Porotikov, Aviatour Business Travel Co.

Russia.

Quiz al punto d'ebollizione.

ST ha invitato a Mosca 110 specialisti MICE russi e in occasione di due eventi ha presentato loro le molteplici opportunità incentive offerte dalle regioni di Ginevra e di Flims-Laax-Falera. Hanno accompagnato gli incontri uno show culinario e un movimentato quiz. In forma ludica, i partecipanti hanno così potuto apprezzare la Svizzera come destinazione MICE. Gli eventi hanno avuto successo: ne sono derivati 140 000 contatti mediatici e diverse richieste, tra cui un viaggio incentive a Montreux con 75 partecipanti e 300 pernottamenti.