

UNA STIMA DELL'IMPATTO DEL TURISMO CONGRESSUALE SULL'ECONOMIA DI MILANO

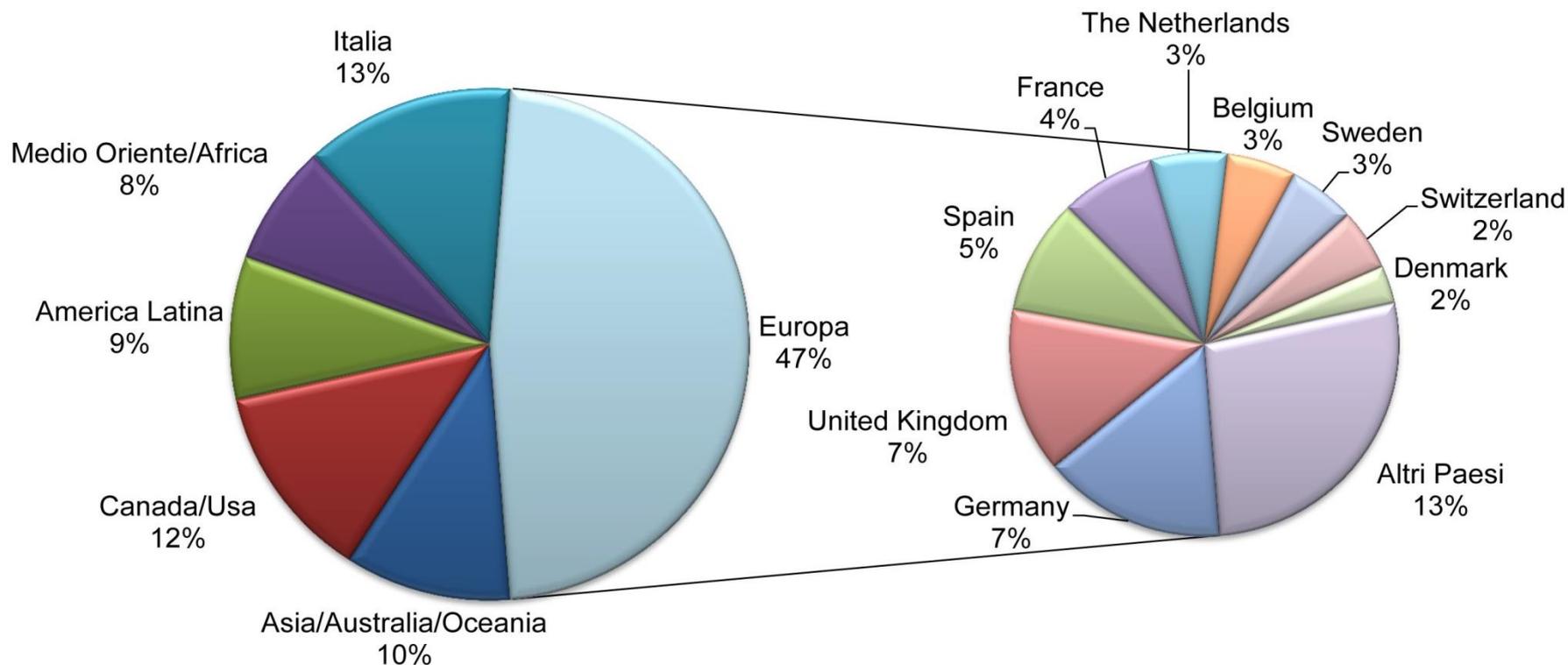
Paola Bensi - Research Lab on the International Meeting Industry

Torino, 29 settembre 2014

Gli obiettivi e la metodologia della ricerca

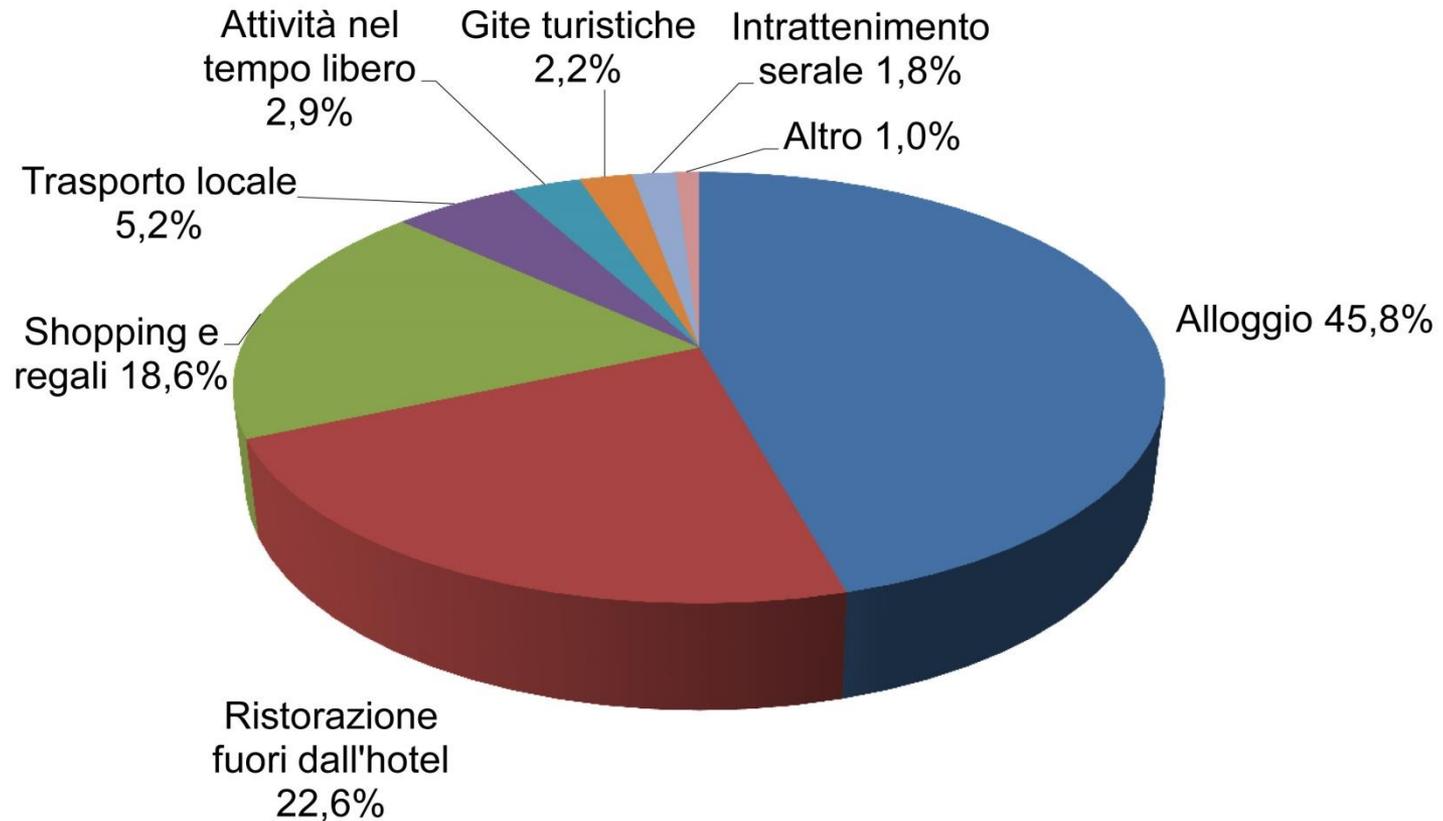


La provenienza geografica dei delegati



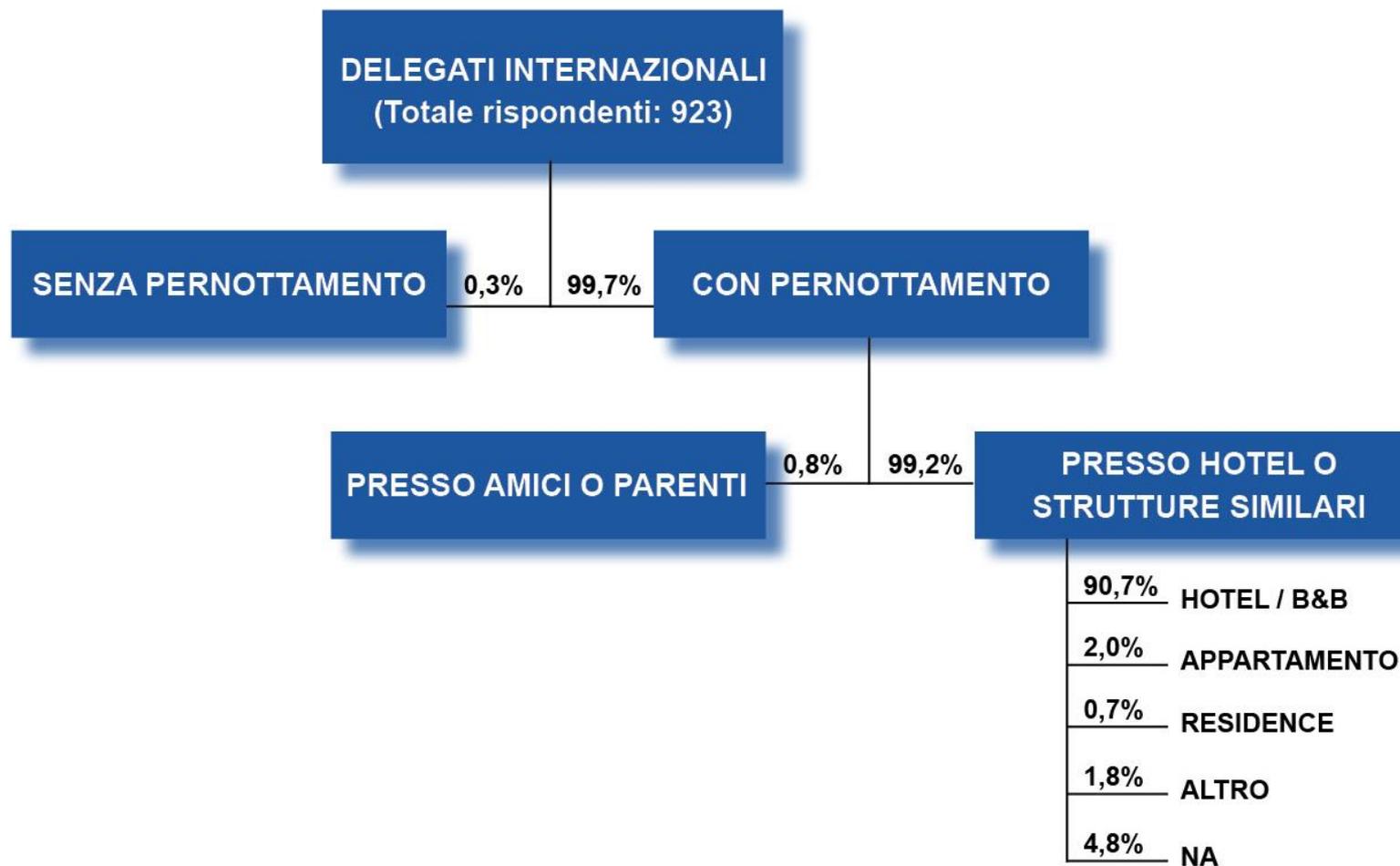
(1.063 rispondenti di cui 760 hanno fornito il dato sulla spesa)

Il peso delle diverse categorie di spesa

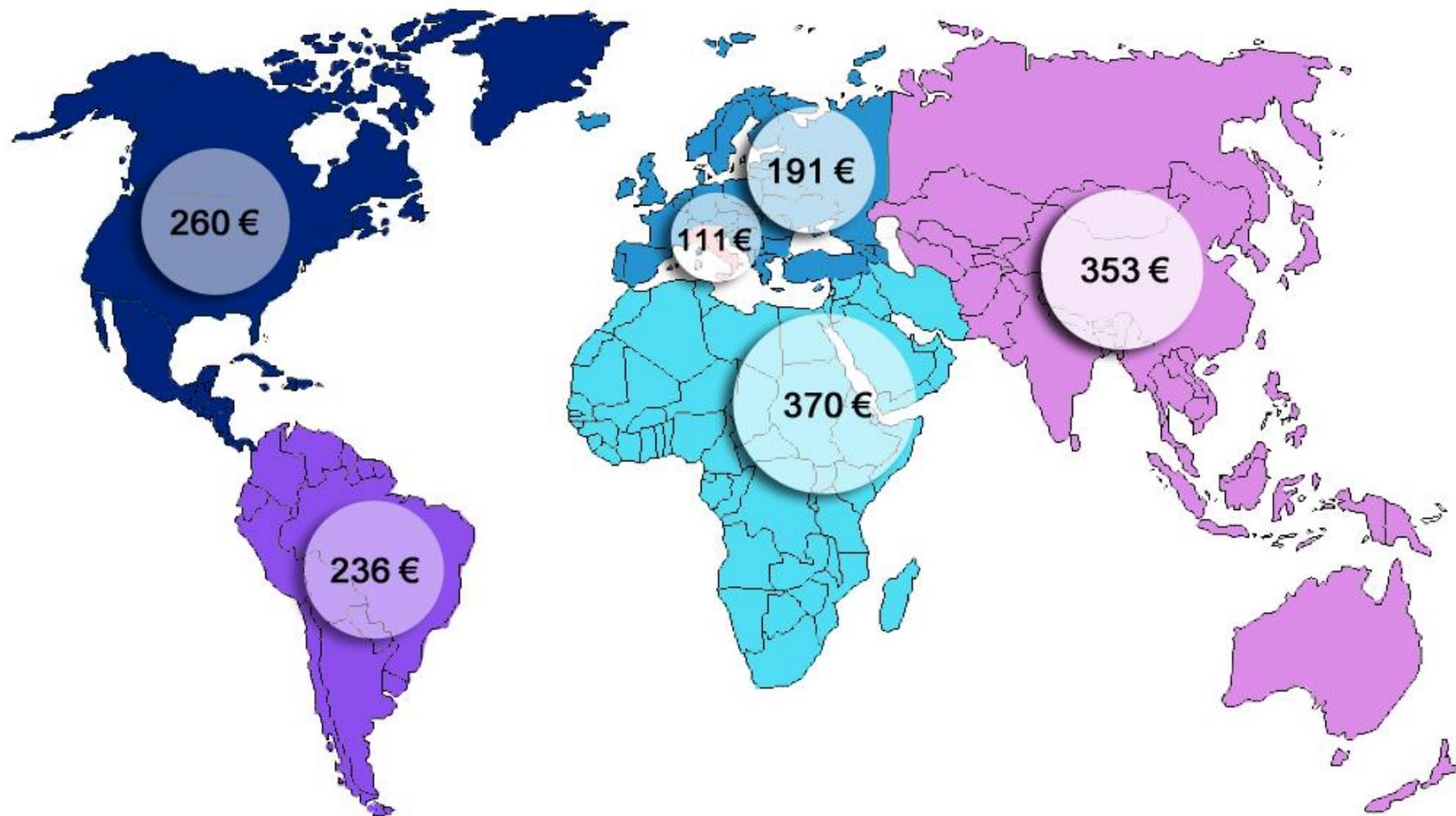


(Il trasporto a lunga percorrenza non è stato considerato nell'analisi della spesa)

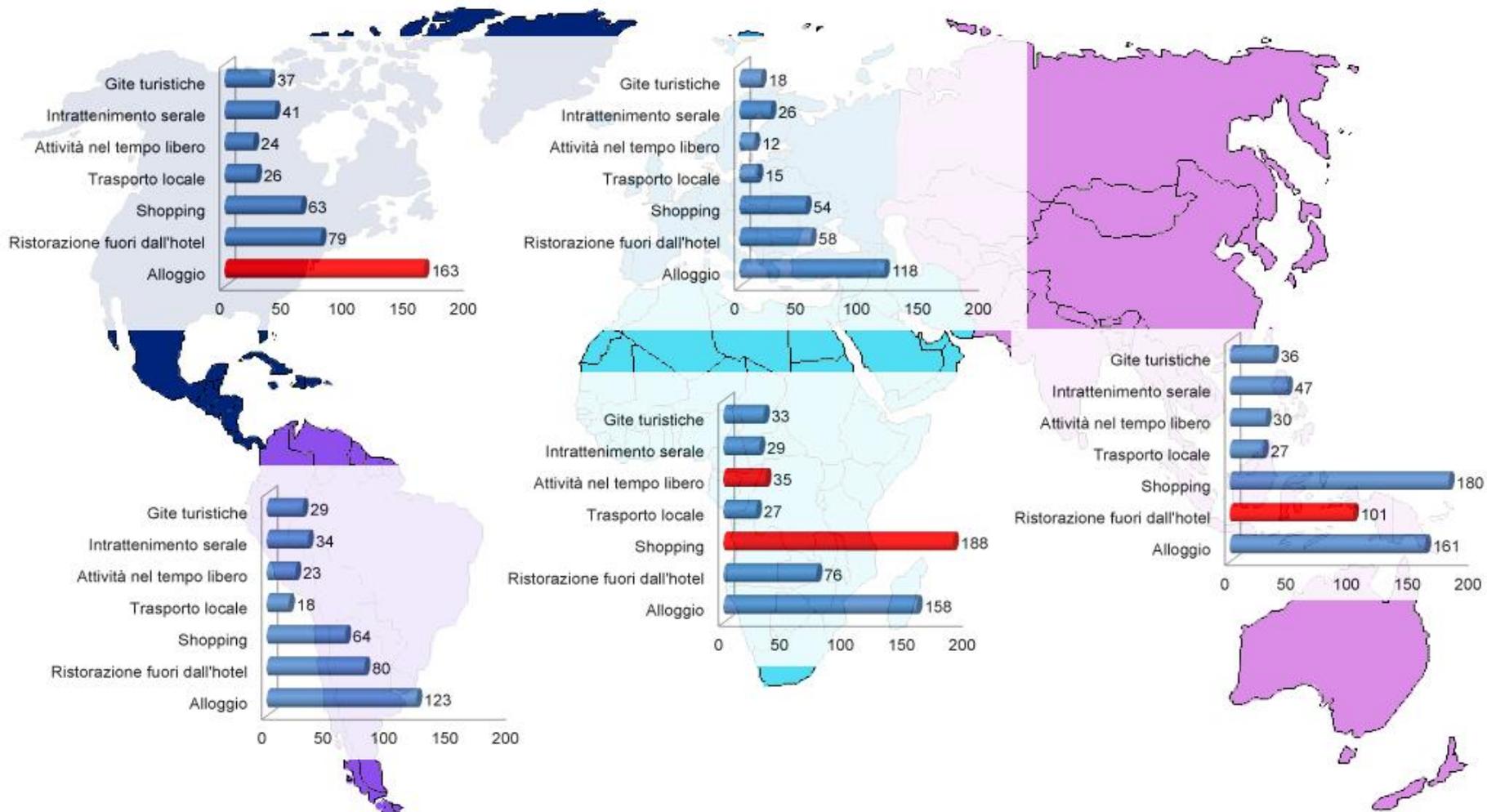
L'alloggio dei delegati internazionali



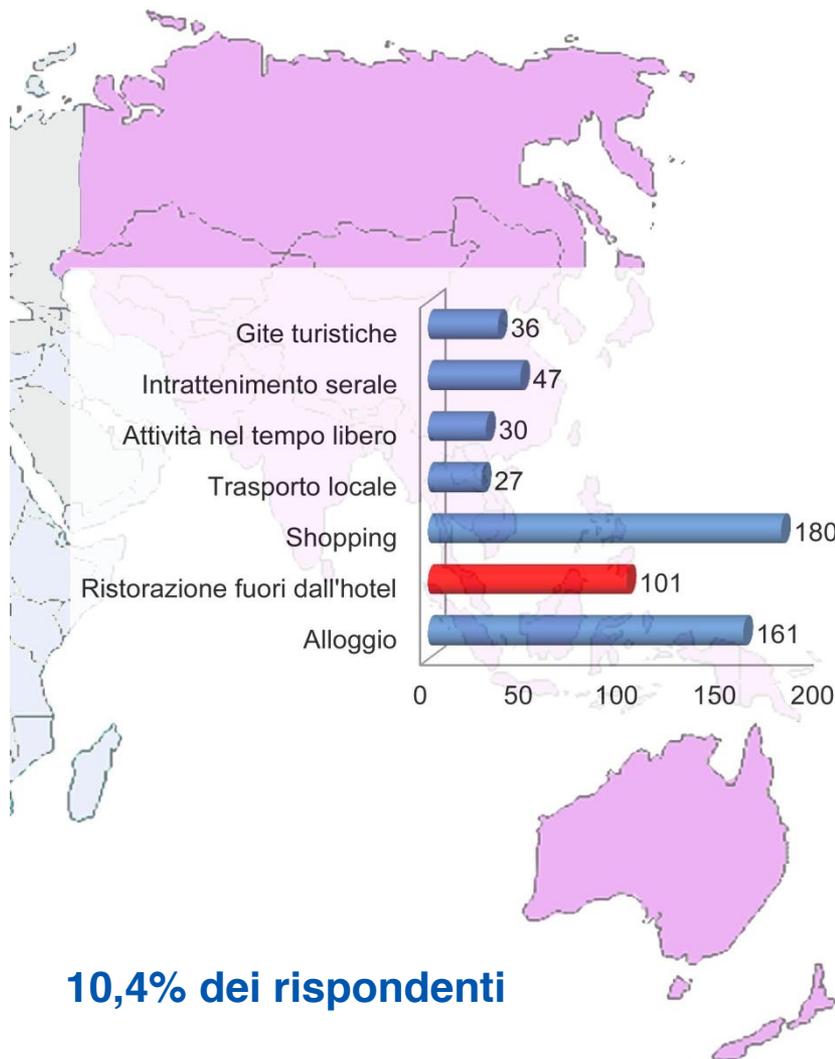
La spesa media giornaliera per delegato



La spesa media giornaliera per delegato per singola categoria (euro)



Asia, Australia e Oceania



Propensione alla spesa:

- 1° per shopping (78,2%)
- 1° per gite turistiche (44,9%)
- 1° per intrattenimento serale (20,5%)

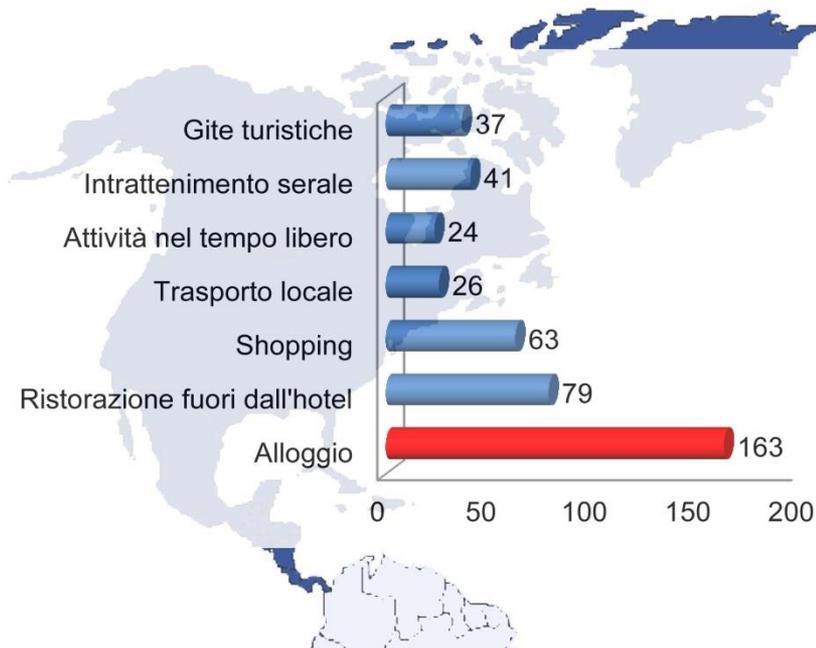
Capacità di spesa:

- 1° per spesa media per la ristorazione (101,1 € al giorno)
- 2° per spesa media complessiva per delegato (352,6 € al giorno)

Giudizio su Milano:

- 1° per percezione di prezzi elevati

Canada e Stati Uniti



15,2% dei rispondenti

Propensione alla spesa:

- 1° per ristorazione (92,1%)
- 1° per alloggio in hotel (94%)

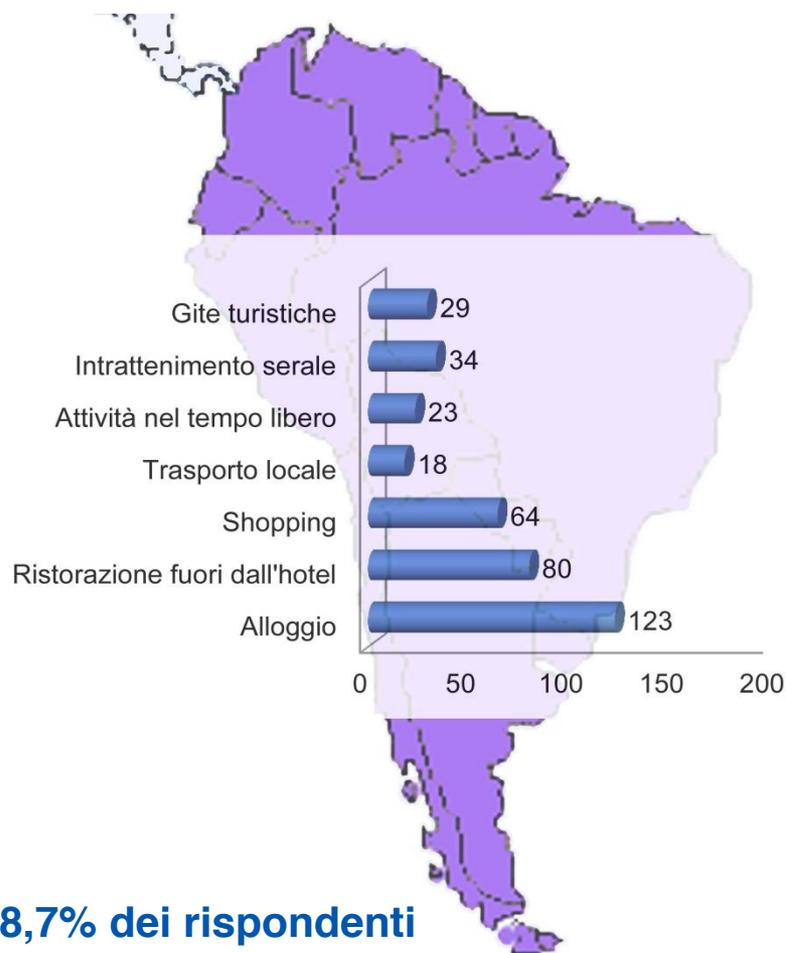
Capacità di spesa:

- 1° per spesa media per l'alloggio (163,3 € al giorno)

Giudizio su Milano:

- 1° per valutazione positiva del servizio di ristorazione
- 1° per valutazione positiva del trasporto locale

America Latina



Propensione alla spesa:

- 1° per attività nel tempo libero (61,5%)

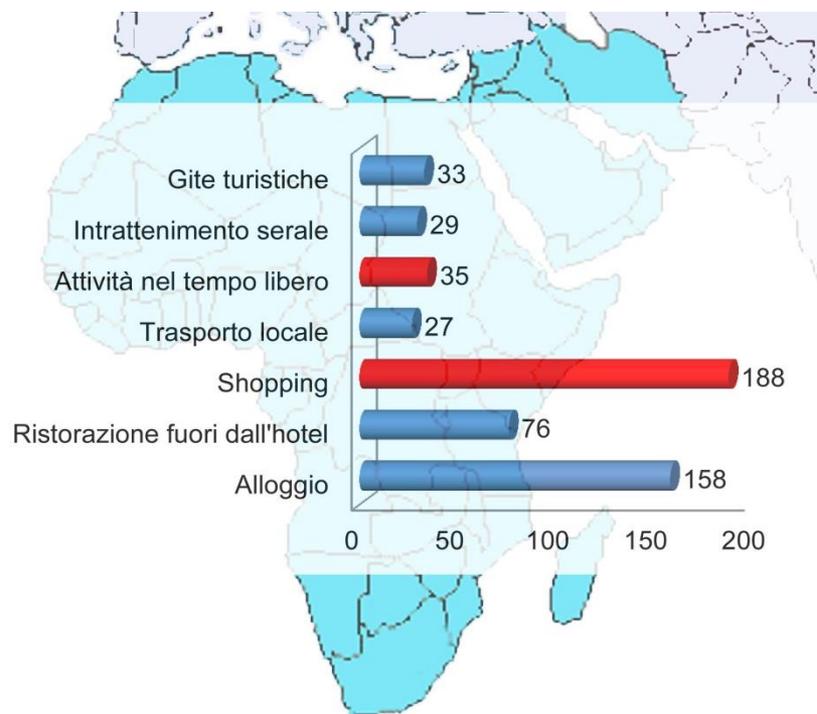
Capacità di spesa:

nella media

Giudizio su Milano:

- 1° per valutazione positiva della facilità di accesso alla città
- 1° per valutazione positiva del centro congressi

Medio Oriente e Africa



6,8% dei rispondenti

Propensione alla spesa:

- 1° per trasporto locale (80,4%)

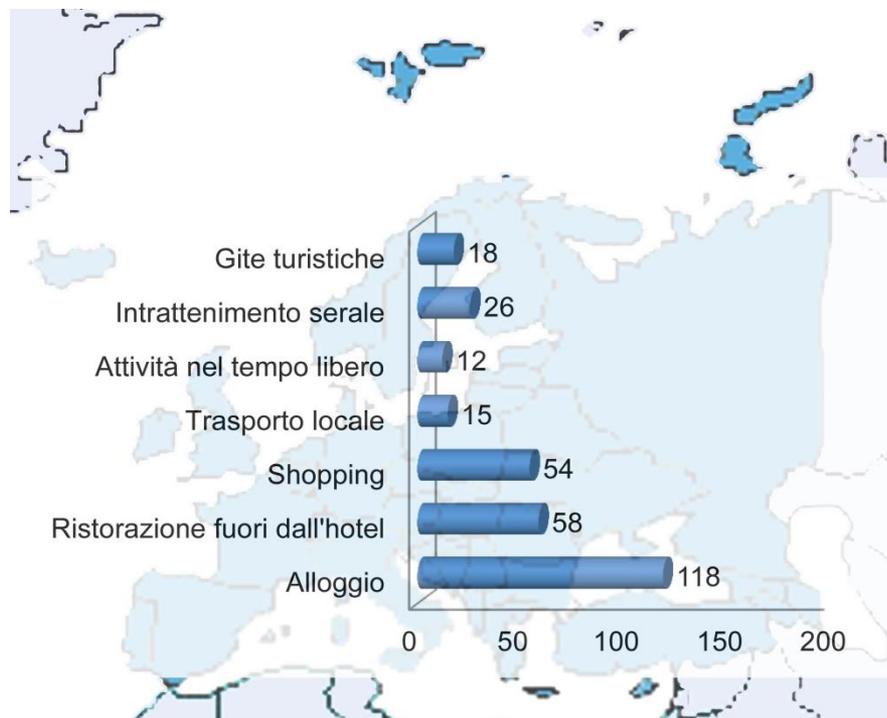
Capacità di spesa:

- 1° per spesa media per shopping (188,2 € al giorno)
- 1° per spesa media per le attività del tempo libero (34,5 € al giorno)
- 1° per spesa media complessiva per delegato (369,8 € al giorno)

Giudizio su Milano:

- 1° per valutazione positiva del livello di sicurezza e di pulizia

Europa



48,9% dei rispondenti

Propensione alla spesa:

nella media

Capacità di spesa:

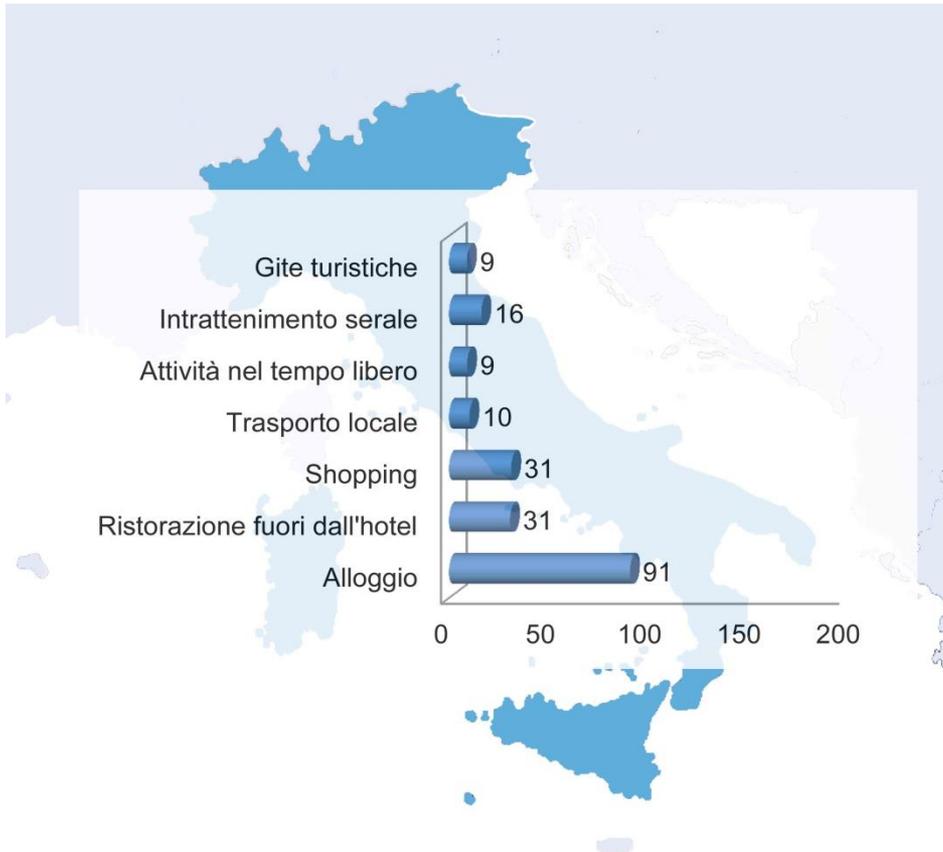
spesa media complessiva per delegato generalmente sotto la media, fatta eccezione per:

- Belgio (315,4 € al giorno)
- Spagna (252,8 € al giorno)
- Svizzera (247,3 € al giorno)

Giudizio su Milano:

nella media

Italia



9,9% dei rispondenti

Propensione alla spesa:

la più bassa per le diverse voci, specialmente lo shopping (29,7%) e le attività del tempo libero (13,5%)

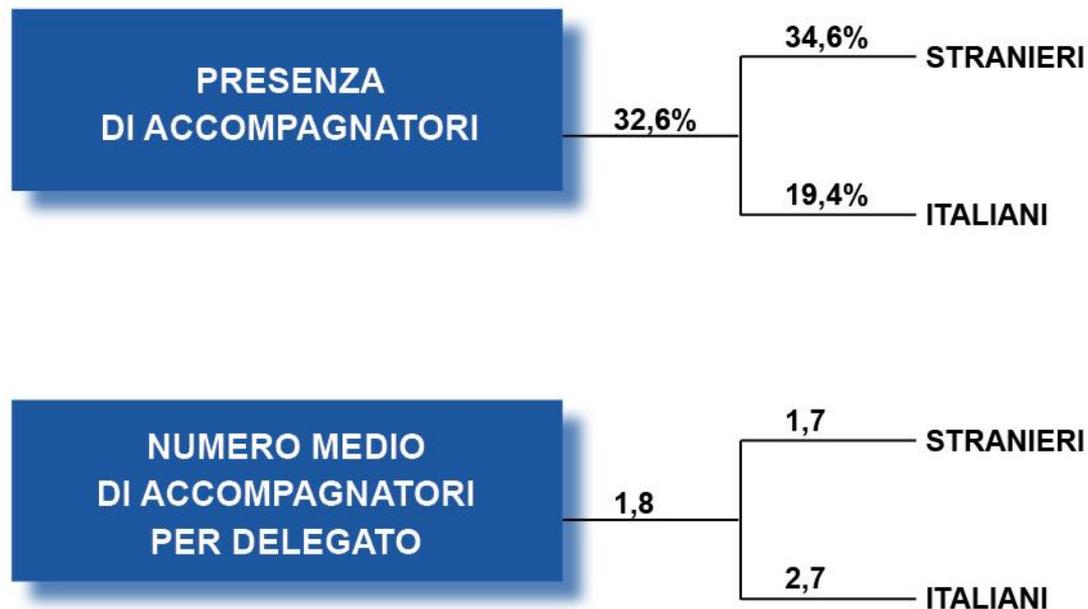
Capacità di spesa:

- la più bassa spesa media per le diverse voci, soprattutto l'alloggio (91 € al giorno) e lo shopping (31 € al giorno)
- la più bassa spesa media complessiva per delegato (111,3 € al giorno)

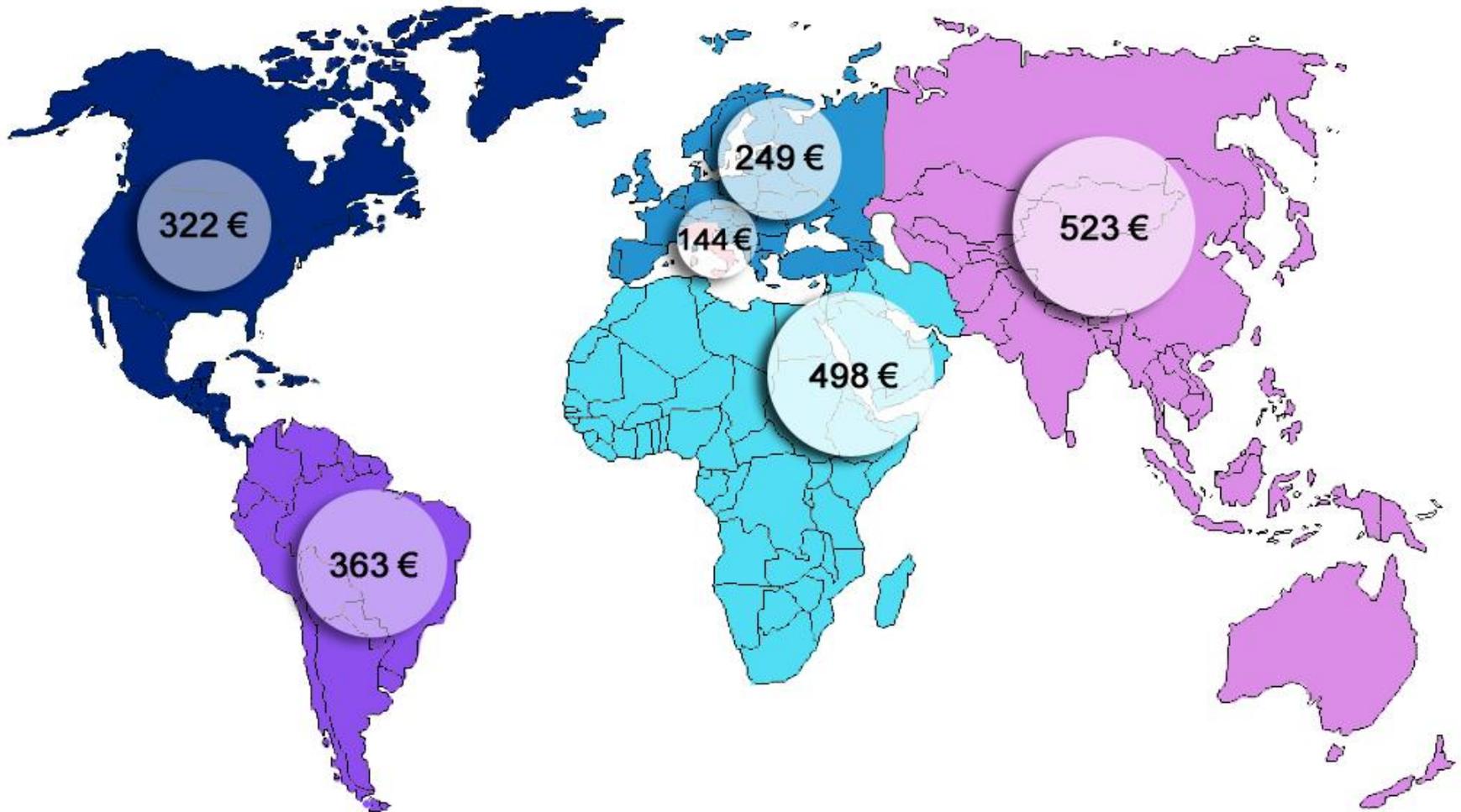
Giudizio su Milano:

- il peggiore giudizio sulla qualità del trasporto pubblico, sulla ristorazione, sul livello di sicurezza e di pulizia

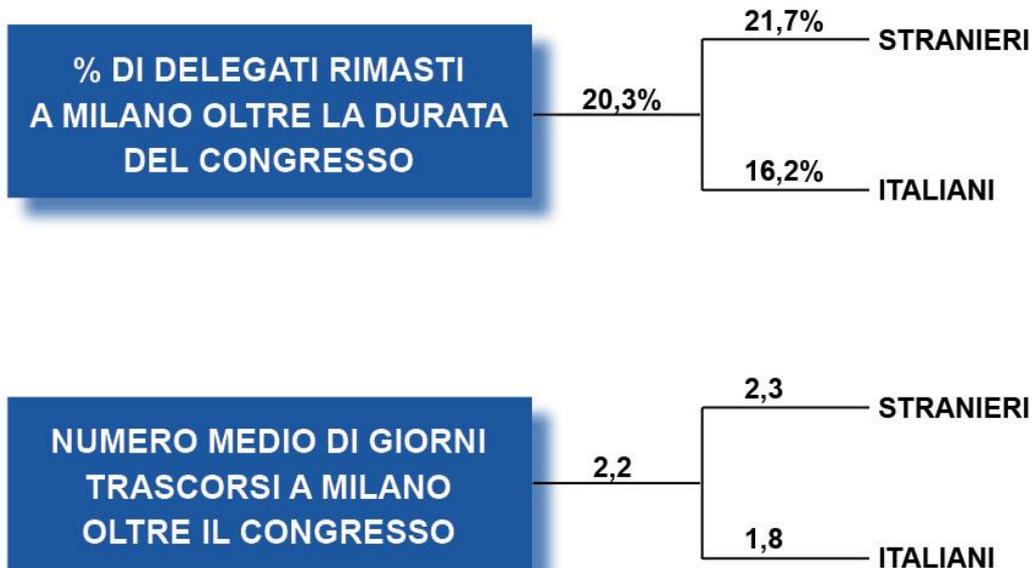
La presenza degli accompagnatori



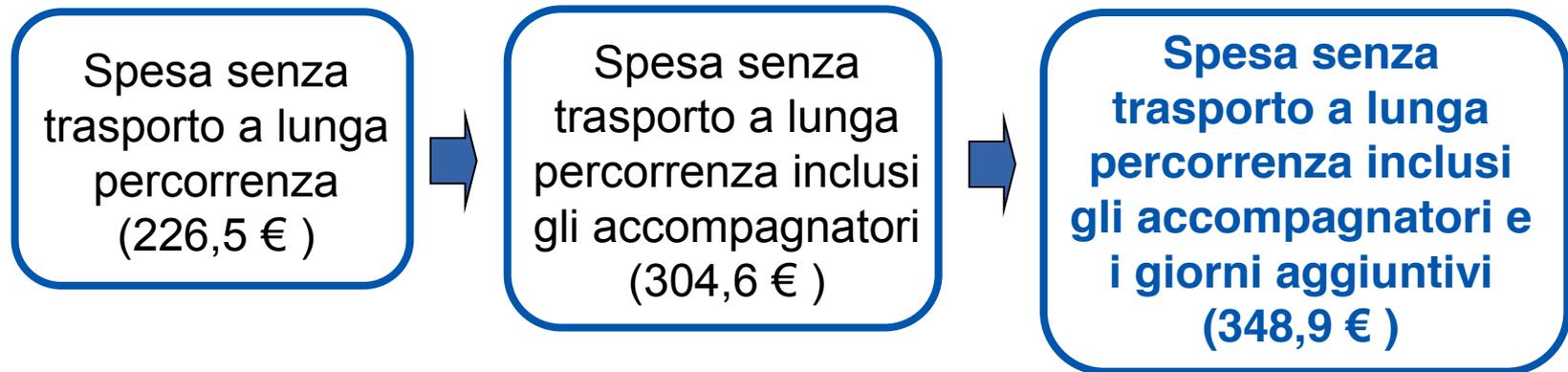
La spesa media giornaliera per delegato inclusi gli accompagnatori



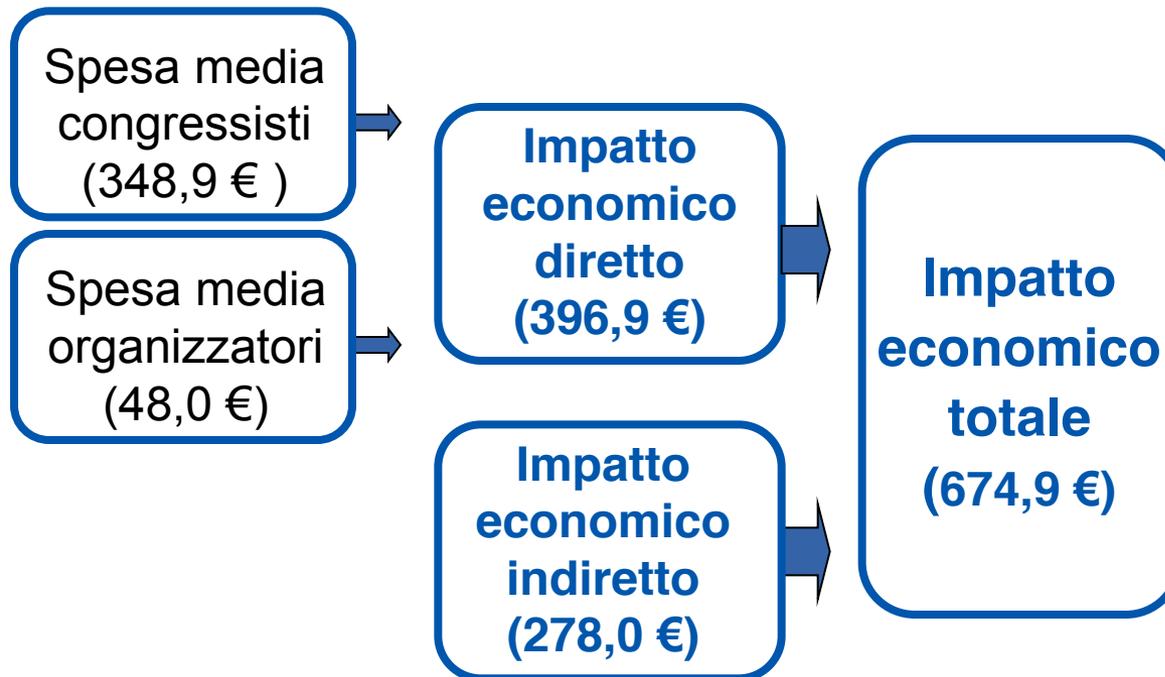
I giorni aggiuntivi trascorsi a Milano



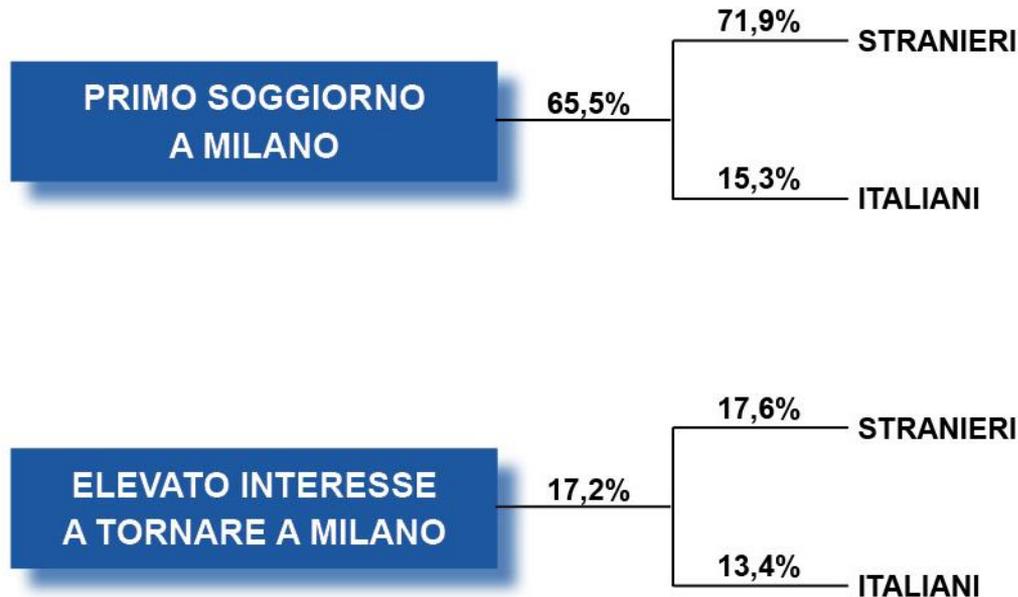
La composizione della spesa giornaliera media per delegato (totale rispondenti)



L'impatto economico totale per delegato



L'impatto sul turismo per piacere



I rispondenti che hanno dichiarato molto probabile un ritorno a Milano per una vacanza si caratterizzano per un elevato numero di viaggi internazionali all'anno e per un'alta capacità di spesa

Conclusioni

**Incremento
dell'impatto
economico**



- Incremento dei congressi internazionali con elevata partecipazione di delegati stranieri
- Predisposizione di pacchetti turistici collaterali rivolti in modo particolare agli accompagnatori, in modo da stimolare i delegati a portare familiari e amici e a trascorrere a Milano un numero superiore di giorni
- Maggiori opportunità in attività culturali e di intrattenimento e in termini di shopping

**Miglioramento
dell'immagine
di Milano**



- Migliore accesso alla città e al MiCo
- Maggiore qualità del servizio alberghiero
- Contenimento dei prezzi

**Incremento del
turismo per
piacere**



- Sviluppo di un legame sistematico tra il turismo congressuale e quello per piacere
-