

Firenze, città turistica per eccellenza, continua a registrare una crescita di presenze, ma qualche operazione può ancora essere studiata. Cosa c'è di nuovo, per esempio, in campo congressuale? I numeri dei convegni, che aiutano l'indotto fiorentino nei weekend e in bassa stagione, potrebbero essere più alti? Se lo chiedono il Firenze Convention Bureau (Fcb) e le categorie della filiera interessata dai benefici del settore.

Il Fcb in questi anni ha tentato di condividere i propri obiettivi con le più importanti realtà che operano per lo sviluppo turistico ed economico della città. Il congressuale oggi è sentito come risorsa importante dalle associazioni di albergatori, dall'indotto economico del turismo, dalle realtà di promozione del territorio. Le strategie sono sempre più spesso concertate tra gli attori in campo e il bisogno di un turismo di qualità è un sentire comune.

“In un momento in cui le istituzioni vorrebbero veder diminuire i flussi turistici mordi e fuggi che assediano la città – spiega **Diana Cora Tenderini**, marketing & sales manager del Firenze Convention Bureau – la parola chiave è: turismo sostenibile. Il settore congressuale è, per sua natura, una risorsa importante. I congressisti si fermano in città più giorni, hanno un potere di spesa più elevato di quelli leisure e hanno una ricaduta positiva sull'intero indotto economico della città.

Per la promozione della destinazione Firenze, il Fcb continua a credere che sia importante la sinergia di tutto il territorio regionale e ha grande fiducia nel prodotto di qualità toscano quanto a servizi e strutture, che può competere alla pari con altre realtà europee. Il Fcb lavora con una filiera che si impegna fortemente a rispettare i requisiti indispensabili per partecipare alle gare per ospitare convegni prestigiosi: ne sono una dimostrazione quelli acquisiti per il 2007. La situazione attuale però potrebbe essere ancora migliorata e i risultati crescere, se si unissero gli sforzi promozionali di tutte le istituzioni coinvolte. Ancora oggi, alcune iniziative di promozione sono simili



Il Palacongressi di Firenze

Fcb: maggiore coesione per promuovere Firenze Fcb: more cohesion to promote Florence

di/by Lorenzo Villa

e parallele, spinte dai diversi enti che si occupano di portare turismo a Firenze. È necessario creare un coordinamento di marketing territoriale che incentivi il turismo sostenibile. A ciò si aggiunge un altro nodo da risolvere, l'accessibilità aerea: l'aeroporto fiorentino è stato concepito per aerei leggeri e non può soddisfare tutto il potenziale bacino di arrivi.

Importante per il programma congressuale è la collaborazione che il Fcb ha attivato con l'aeroporto di Pisa, che dal 2007 attiverà voli diretti anche su New York, per non parlare dei numerosi voli dei vettori low cost che lo scalo pisano serve da tempo.”

Lo spirito di collaborazione

“Il 2007 sarà l'anno del ritorno del congressuale a Firenze”, afferma **Silvano Litta**, vice presidente del Fcb e vice presidente della Sezione Industria Alberghiera. “Sono in programma eventi importanti anche per il 2008, portati dal Fcb e da pco nazionali e internazionali. Si cerca una soluzione per offrire spazi più ampi: la Fortezza Da Basso potrebbe essere adibita a polo congressuale in collegamento con un Palacongressi e un Palaffari adeguatamente rinnovati.

Questo renderebbe opportuno spostare parte delle fiere fuori dal centro della città, con parcheggi adeguati. A Londra, per esempio, gli spazi fieristici sono a 50 minuti di metropolitana dal centro.”

Anche il settore alberghiero si sta impegnando e cerca di contribuire positivamente allo sviluppo del settore congressuale, anche se le catene alberghiere a Firenze sono tuttora una percentuale molto bassa rispetto

ai proprietari privati. “Negli ultimi cinque anni comunque – prosegue Litta – l'offerta è cresciuta di 5-6000 camere grazie a un piano che è riuscito ad aiutare anche gli alberghi più piccoli. Dal punto di vista tecnologico le dotazioni alberghiere si stanno adattando alle esigenze di un pubblico di livello più elevato.

L'accesso all'internet, per esempio, è fornito in molte strutture; spesso è offerta una connessione senza fili wi-fi o è presente una moltitudine di nodi d'accesso tramite gli internet point. Gli albergatori sono sempre in prima fila per lo sviluppo del settore congressuale, senza creare concorrenza con altri enti preposti, ma lavorando in sinergia con i diversi attori.”

Secondo **Antonio Preiti**, direttore dell'Apt di Firenze, la città ha due risorse turistiche importanti: “Un brand molto forte e riconosciuto nel mondo, e una sede congressuale nel centro della città. La nascita di un nuovo centro per grandi convegni – anche se la tradizione fiorentina annovera convegni come il congresso mondiale sull'Aids con più di 10.000 delegati – sarebbe utile per dare una risposta adeguata alla domanda di eventi di grandi numeri. Il sistema turistico fiorentino funziona bene, noi collaboriamo col Fcb ogni volta che siamo richiesti – spiega Preiti – e tra i progetti in cantiere c'è la realizzazione, nel 2007, di una guida congressuale su Firenze.”

La convenzione del Fcb con la Camera di Commercio Italiana a Londra, per promuovere Firenze dal punto di vista Mice nel mercato britannico, è stata un primo passo per sensibilizzare Promofirenze.

L'azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze che si occupa di marketing territoriale si impegnerà a creare sinergie con la città nel rilancio del mercato Mice. “Anche se non ci occupiamo direttamente di congressi – spiega **Luigi Boldrin**, direttore generale di Promofirenze – abbiamo due linee guida per promuovere la destinazione in questa direzione.

La prima è lo sviluppo del portale Let's Meet in Florence (www.meetinflorence.com), che presenta l'offerta congressuale fiorentina e

fornisce un quadro complessivo di tutte le strutture private e pubbliche e dei servizi connessi al settore.

Il secondo è un ragionamento, iniziato col Fcb, che prevede la possibilità di usare la nostra rete di uffici all'estero come opportunità di marketing territoriale legato anche all'offerta congressuale. Questo darà la possibilità di promuovere Firenze in città come Bombay, Pechino, Lima, Casablanca, Città del Messico, Mosca, Tokyo, e da gennaio anche Buenos Aires. Si tratta di città molto motivate ad affacciarsi sul mercato italiano. È nostra intenzione definire un accordo col Fcb per formare i nostri funzionari delle sedi estere anche in ambito congressuale, per poter promuovere meglio la destinazione. Già oggi, in ogni occasione di presentazione del prodotto fiorentino all'estero, riserviamo spazio alla presentazione dell'offerta congressuale: prossimo esempio sarà l'incontro di Bruxelles a metà dicembre.”

Infine, estremamente importante per la promozione internazionale della destinazione è la candidatura per l'acquisizione dell'assemblea Icca (*International Congress and Convention Association*) nel 2009, e l'arrivo del capitolo inglese e irlandese di Icca a Firenze dal 17 al 19 gennaio 2007, che lavorerà fianco a fianco col comitato italiano Icca, rappresentato da molti convention bureau, pco, hotel e operatori di settore, per confrontare le singole esperienze sulle strategie di candidatura delle destinazioni, sulle azioni di marketing territoriale e sul successo di alcune mete congressuali.