**#barismartmeeting**

**“L’industria dei congressi nelle strategie di attrattività”**

**Loredana Capone:** *“La sostenibilità è una grande opportunità per l’industria dei congressi in Puglia”*

**Maddalena Milone** : “ *Nel 2016 Food for Good anche a Bari*”

Bari si candida fra le prime al Sud a diventare una città per gli smart meeting. Già nel 2016 è pronta a mettere i primi passi verso l’organizzazione di eventi e congressi che siano attenti alle buone pratiche di sostenibilità. Il cammino è iniziato grazie ad un incontro formativo e informativo per la filiera congressuale barese su “L’industria dei congressi nelle strategie di attrattività”, organizzato a Bari in Confindustria dal Delegato Puglia di Federcongressi&Eventi, Maddalena Milone, nell’ambito del progetto finanziato da CCIAA di Bari **Apulia2meet x Bari**\*, e patrocinato dal Comune di Bari e da Stati Generali dell’Innovazione.

I dati dell’ Osservatorio Italiano dei congressi e degli Eventi, Oice\*\*, snocciolati da **Gabriella Ghigi,** sono illuminanti: nel 2014 i partecipanti ai congressi organizzati in Italia sono stati stimati in 25 milioni e mezzo, numericamente quasi la metà di tutti i cittadini italiani. La parte da leone la fa il Nord: dei 308.912 eventi rilevati in Italia il 57,5% si è svolto al Nord, il 26,1% al Centro e il 16,4% nel Sud e nelle Isole. Il Nord si contraddistingue anche per numero di partecipanti per evento superiore alla media nazionale. Bari è al ventesimo posto in Italia per numero di strutture congressuali.
(Link dati OICE: <http://www.federcongressi.it/RapportoOICE2014.pdf>). “ *Bari, come in parte tutta la Puglia, rappresenta al sud la realtà che ha più possibilità di crescere nel settore* - ha sottolineato Gabriella Ghigi - *perché* *ha un tessuto industriale importante - e da alcuni studi fatti risulta un rapporto fra concentrazione di imprese e sviluppo del congressuale - e poi ha un’immagine molto positiva come territorio. Sono i punti di forza da cui partire per fare delle azioni forti di sviluppo dell’industria dei meeting e dei congressi*”.

“*L’OICE conferma che la maggior parte dei congressi si tengono al nord; questo significa una grande opportunità per Bari e per la Puglia di intercettare una domanda in crescita; la regola infatti è che* la maggior parte dei congressi non si svolgono due volte nella stessa destinazione - commenta **Maddalena Milone**, Amministratore Unico Meeting Planner srl - “*Vogliamo crescere, dunque, ma vogliamo crescere fra le prime città italiane del Sud in connubio con l’impegno per la sostenibilità: nei due congressi internazionali  che si terranno a Bari quest’anno faremo un primo passo in questo percorso “green” partendo proprio dal cibo per diminuire lo spreco degli alimenti: porteremo avanti il progetto Food for Good, from meeting to solidarity, che consente di recuperare  il cibo che rimane in occasione degli eventi e donarlo a enti caritatevoli*”.

Quando si parla di sostenibilità di solito si pensa subito a quella ambientale e magari si dice: “ Ah, certo! Piantiamo degli alberi.” A volte anche con un lieve accento tra l’ironico e il sufficiente. Ma come ha affermato Maria **Cristina Terenzio**, Consulente strategico di Marketing Digitale e Sostenibilità per la Meeting Industry: “*la sostenibilità abbraccia un campo molto più vasto, anche sociale ed economico e ha a che vedere con la responsabilità sociale, a partire dal singolo individuo fino alle organizzazioni e alle imprese, in particolare le imprese del meeting che per ogni evento, sia piccolo che grande, spostano le persone e con esse le idee, con un forte impatto sul territorio*”. D’altronde, secondo **Paolo Novi**, di Holidayinn, intervenuto all’incontro per mettere in evidenza le motivazioni e le modalità del sistema dei Convention Bureau, ormai il connubio sostenibilità/meeting industry non è più un optional, ma un elemento necessario di fronte ad una domanda internazionale, soprattutto del Nord Europa e delle multinazionali, sempre più qualificata che lo richiede a tutto campo. “*L’abbinamento con azioni di sostenibilità è diventato sicuramente un fattore di successo per intercettare una domanda qualificata e capace di grandi numeri sia in termini di persone che di fatturato. Penso che Bari e la Puglia in generale abbia la sensibilità giusta, vista la vicinanza alla terra che favorisce di per sé una vocazione alla tutela del territorio e delle risorse contro gli sprechi*”.

Bari dunque potrebbe candidarsi a fare da capofila al Sud in questo percorso verso la sostenibilità nei meeting e congressi a partire proprio dal 2016. Come? “*Nel progetto* ***Apulia2meet x Bari*** *sono stati messi a punto una serie di strumenti di promo-commercializzazione per far conoscere meglio Bari come destinazione di eventi per i meeting e i convegni e aumentare la sua attrattività* – spiega **Annalisa Fauzzi**, Social Innovator e Destination Maker, – “ *Fra le varie azioni strategiche studiate e proposte vi è proprio quella che riguarda la promozione di eventi smart per i quali la sostenibilità può essere declinata a 360 gradi, dall’ambiente al riciclo del cibo evitando gli sprechi, e all’utilizzo di supporti di comunicazione riciclati, con un impatto di innovazione notevole*”.

Le più moderne tendenze internazionali sono dunque ormai orientate alla sostenibilità, all’innovazione, al miglioramento della qualità della vita e del lavoro. In Italia stiamo iniziando questo percorso soprattutto a partire da azioni che riguardano il cibo, emblema della nostra terra.

Per Federcongressi&eventi, fortemente attiva sul versante del recupero del cibo non consumato durante gli eventi grazie all’importante progetto Food for Good, sottoscritto a fine marzo con **Banco Alimentare** e con **Equoevento**, è intervenuto il Presidente **Mario Buscema**. “*L’operazione è partita da poco, stiamo riscuotendo interesse in molti mondi confinanti (quali quello delle associazioni medico-scientifiche e dei grandi eventi mediatici); dai dati raccolti durante una serie di test abbiamo stimato che se tutti recuperassero il cibo oggi sprecato negli eventi si arriverebbe a recuperare e ridistribuire circa* ***8 milioni di piatti all’anno****, tra primi, secondi, contorni e panini*.*” – ha affermato Buscema -* «*L’Italia è forse il primo paese al mondo per capacità di recupero del cibo non consumato. Segnalo che questa capacità sta guadagnandosi l’attenzione anche del mercato mondiale degli eventi, e ciò è importante in un’ottica business, perché potenzialmente genera ricchezza: il fatto di poter evidenziare ai nostri interlocutori internazionali una normativa\*\*\* che agevola il recupero del cibo ci rende sicuramente più attraenti* ».

D'altronde siamo il Paese in cui il cibo è cultura ed è comprensibile come ogni azione di sostenibilità sul cibo abbia una forte valenza. “ *Food for Good non è una semplice alternativa allo smaltimento delle eccedenze ma la fase conclusiva dell’organizzazione del pasto per l’evento e rappresenta un valore aggiunto da offrire ai propri clienti e una concreta modalità di operare all’insegna della sostenibilità oltre che una**occasione di responsabilità sociale* - afferma **Giuliana Malaguti** di Banco Alimentare - “*Credo che questo sia una opportunità anche per Bari e per la Puglia che hanno in questo momento una immagine molto positiva dal punto di vista dell’immaginario dei viaggiatori, in parte proprio per la cultura enogastronomica*”.

Un caso interessante è quello, raccontato da **Matteo Bellomi**, di Renbel Travel Group di Verona, della campagna di comunicazione #BeeSustain, una buona pratica partita da Copenaghen, una delle capitali della sostenibilità, e testata ad un evento scientifico al Centro Congressi di Verona che ha coinvolto 650 persone da tutto il mondo. Il centro congressi di Verona ricicla poco meno del 10% dei rifiuti prodotti durante gli eventi a fronte del 52% riciclato dai trenta più grandi centri congressi nel mondo. “*L’Evento Internazionale ci offre un prezioso momento di confronto per migliorare le relazioni di convivenza tra le persone ed è lo scenario ideale per valorizzare le diverse abitudini. Durante gli eventi è possibile proporre “piccole pillole di buone azioni” consapevoli e sostenibili, semplici e replicabili: partnership con iniziative no-profit per la sostenibilità, promozione di azioni ispirate ad uno stile di vita salutare, catering con prodotti locali e italiani, l’uso di documentazione digitale, versioni sempre aggiornate online di programmi, abstracts e informazioni per limitare l'uso della carta stampata. La semplice dotazione di una piccola bottiglia per ogni congressista è bastato per evitare il consumo di bottiglie e bicchieri di plastica monouso è bastato, per esempio, ad evitare il problema dello smaltimento di un numero enorme di bottiglie di plastica. (650 persone \* 2 bottiglie 500 cl al giorno\*4 giorni di lavoro = 5.200 bottiglie di plastica)*”.

“*Credo molto nell’abbinamento fra sostenibilità e meeting industry in generale, ma ci credo ancora di più per Bari e la Puglia*. – ha affermato nelle sue conclusioni al convegno l’Assessore all’Industria Turistica e culturale, **Loredana Capone** - *Le imprese di meeting e congressi hanno un ruolo nel percorso necessario a fare del mondo un posto migliore; collegando gli eventi a buone prasi di sostenibilità spingono verso l’innovazione, la creatività, il taglio dei costi e aumentano il proprio appeal e la propria immagine positiva internazionale, proteggendo l’ambiente allo stesso tempo. In altri termini si può marcare la differenza di un territorio e averne benefici sul piano sociale ed economico sia delle stesse imprese che dei cittadini. Bari come tutta la Puglia, ha una predisposizione culturale al sostegno e può diventare un motore della innovazione nel campo della sostenibilità, una azione che diventa comunque strategica per intercettare una domanda qualificata internazionale e per costruire una immagine del territorio ancora più smart, proprio in un settore come quello dell’industria del meeting che muove un numero consistente di persone.*

*D’altronde la Puglia è una Regione che ha scelto consapevolmente il turismo come una delle chiavi principali del proprio sviluppo (non solo economico) ed sta investendo in una strategia di lungo periodo che sta già portando i suoi frutti , con una crescita veloce e sostenibile- ha continuato l’Assessore Capone - Entrambi i turismi, leisure e business, cercano territori attrattivi ma allo stesso tempo dinamismo economico. Entrambi guardano ai valori materiali e immateriali di un territorio come una determinante di acquisto (per un evento o per un investimento). La scelta di lavorare sull’attrattività territoriale comporta non solo benefici diretti sul comparto turistico,ma anche benefici che questo investimento è in grado di produrre sull’intera economia del territorio”*.

Note

\* Le attività previste nel progetto **Apulia2meet x Bari** riguardano azioni di sostegno al rafforzamento della visibilità, della riconoscibilità e della competitività di un network di imprese del settore della Meeting Industry in terra di Bari(Meeting Planner srl (capofila), Cocorico Travel, Villa Romanazzi Carducci, Una Hotel Regina, The Nicolaus Hotel). Forte l’attenzione verso nuove opportunità per lo sviluppo territoriale basate su un approccio integrato, creazione e promozione di un’immagine unitaria, qualificazione e riposizionamento dell’offerta turistica della città di Bari sui mercati nazionali ed internazionali.

Si propone lo sviluppo di un modello innovativo di clusterizzazione del sistema M.I.C.E.; il modello che si vuole implementare insiste sulla valutazione degli aspetti innovativi delle imprese (es. ICT applicata, Turismo 3.0, nuovi processi “sostenibili” ecc.), sulle modalità operative e sulle scelte organizzative e gestionali in tema di promo-commercializzazione.

\*\* **Federcongressi&eventi si è fatta promotrice dell’Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi**, progetto di ricerca realizzato da **Aseri-Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali dell’Università Cattolica del Sacro Cuore**e supportato dalla rivista Meeting e Congressi.

\*\*\* Il quadro normativo ha dimostrato di essere efficace nel promuovere la donazione di alimenti e il recupero di eccedenze alimentari ai fini di solidarietà sociale. Nel 2003 è stata approvata la L. n. 155 la c.d. “legge del Buon Samaritano”, ai sensi della quale le Onlus sono considerate “consumatori finali” in riferimento alla responsabilità derivante da norme di sicurezza alimentare (Food Safety). Nel 2013 la Legge n. 147/2013 art. 1 c. 236,237 ha fissato una serie di requisiti fondamentali in tema di sicurezza (safety) per la cessione di eccedenze alimentari. Infatti, secondo detta legge, sia le Onlus sia i donatori di alimenti (cioè gli attori economici della filiera, inclusi gli operatori della ristorazione ospedaliera, assistenziale e scolastica) devono garantire un adeguato stato di conservazione, trasporto, deposito e uso dei prodotti alimentari donati, ciascuno per la parte di competenza. FBAO e Caritas Italiana, in collaborazione con l’Università Cattolica del Sacro Cuore (Piacenza), l’Università degli Studi di Milano, hanno presentato per la validazione al Ministero della Salute, un “Manuale di corrette prassi operative” nel rispetto di quanto previsto dalla Legge N. 147/2013 e in linea con quanto previsto dal Regolamento (CE) n. 852/2004. A partire dal 2003, l’Unione Europea ha emanato numerosi Regolamenti contenuti nel cosiddetto “Pacchetto Igiene” per garantire la “sicurezza dell’alimento”, dal lato igienico-sanitario. Tuttavia anche a livello europeo mancano delle linee guida specifiche per la donazione e il recupero di eccedenze alimentari ai fini di solidarietà sociale. Se da un lato quindi è necessario garantire la “sicurezza dell’alimento” occorre tuttavia evitare un eccessivo appesantimento amministrativo e gestionale per gli attori coinvolti nel processo di donazione, recupero e distribuzione delle eccedenze. In questa direzione è necessario incentivare e agevolare la donazione di eccedenze alimentari anche dal punto di vista fiscale. In Italia manca un “vero e proprio incentivo” alla donazione di eccedenze, sono previste invece “agevolazioni fiscali” dal punto di vista dell’Iva (esenzione della donazione e possibilità di recupero dell’Iva versata per la produzione o acquisto) e dal punto di vista delle imposte dirette. Dall’altro lato è necessario sostenere da parte dell’autorità pubblica le attività di trasporto, stoccaggio e gestione delle eccedenze effettuate dalle organizzazioni non-profit. Nel senso dell’agevolazione, della semplificazione burocratica e dell’incentivo è rivolto il testo-base della nuova legge presentata dall’On Maria Chiara Gadda e ora pronta per il confronto con il Governo. Riguarda l’uso sostenibile dei prodotti e l’allungamento del loro ciclo di vita attraverso la ritrasformazione, con linee-guida facilmente comprensibili da tutti.