 ****

COMUNICATO STAMPA

 **Turismo Milano MICE:
un 2022 di successo per il piano di promozione della Città**

*15 diverse attività svolte in Italia e all’estero, oltre 1280 meeting b2b con circa 440 buyer internazionali. Iniziative sempre più digitali. Milano terza in Europa per numero di eventi ospitati con almeno 1000 partecipanti.*

*Nel 2022 crescono alcuni settori legati al turismo, come le attività creative, artistiche e di intrattenimento e quelle culturali, con un export in nove mesi dell'Italia di 370 milioni, in crescita del 76,5% rispetto all'anno precedente, di cui 133 milioni da Milano, in crescita del 97%.*

Il 2022 si chiude con un bilancio positivo per il piano di promozione “Turismo Milano MICE”  (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition), promosso da **Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi** e realizzato da **Promos Italia**, in collaborazione con **Comune di Milano** e **YesMilano Convention Bureau.**

Il pianosi è postol’obiettivo di **favorire l’internazionalizzazione del sistema turistico nell’area di Milano, Monza Brianza e Lodi,** rafforzando la brand awareness della destinazione in termini di posizionamento e riconoscibilità.

L’ultimo appuntamento del 2022, tenutosi pochi giorni fa, è stato l’**IBTM World di Barcellona,** che ha chiuso un’attività complessiva di promozione che durante l’anno è stata rivolta a **buyer internazionali** provenienti dal **mercato europeo e dal mercato nord-americano** e che ha visto l’organizzazione di **15 diverse attività** svolte sia in Italia sia all’estero. Le iniziative hanno visto il coinvolgimento di circa **440 buyer internazionali** e hanno generato oltre **1280 meeting b2b**. Inoltre, nel corso dell’anno, da YesMilano Convention Bureau sono state ricevute **300 RFP** grazie anche alla partecipazione alle attività del piano di promozione.

Tra le attività, la presenza a **manifestazioni fieristiche e workshop verticali sul settore MICE**, quali SMU New York, IMEX Francoforte, Pure Meetings & Events Parigi, IMEX Las Vegas, M&I Vip Connect Madeira e IBTM World Barcellona, che hanno permesso di far scoprire la destinazione ad un ampio pubblico del comparto MICE internazionale.

Nel secondo semestre, inoltre, hanno preso il via le **iniziative di networking che hanno coinvolto l’industria turistica locale,** con **3 Sales Mission estere e 3 Fam-Trip sul territorio,** che hanno dato modo di illustrare le potenzialità della destinazione come sede di eventi MICE.

Grazie ai **3 Fam Trip** tra Milano e Monza, **46 operatori esteri** hanno avuto la possibilità di conoscere meglio il territorio e le sue eccellenze. Gli incontri b2b organizzati all’interno delle tre **Sales Mission estere** hanno alternato momenti di networking, come una cooking class, a più classiche presentazioni della destinazione e dei seller presenti, incontrando il favore del 90% dei rappresentanti delle aziende italiane che grazie a queste iniziative hanno raggiunto i mercati target (USA: San Francisco e Minneapolis, Svizzera: Zurigo, UK: Londra e Manchester) e del 91% circa dei buyer coinvolti. Il 94% dei quali reputa Milano, Monza Brianza e Lodi territori adatti all’organizzazione dei propri eventi.

Il progetto si è composto anche delle iniziative digitali di **Digital InBuyer MICE Tourism**. Si tratta di 2 appuntamenti di matching virtuali tra seller del territorio e buyer europei e americani del mondo MICE. La soddisfazione è stata molto elevata; secondo i partecipanti, il 98,5% degli incontri svolti sulla piattaforma InBuyer ha offerto nuove prospettive di sviluppo commerciale futuro.

Nell’ultima fase del piano, l’edizione 2022 del **Milano Ambassador Programme** è stata occasione di dialogo tra gli stakeholder del territorio sul **posizionamento della città verso i grandi eventi** fieristici, associativi e sportivi e di premiazione delle 11 personalità che hanno contribuito a portare a Milano grandi manifestazioni nazionali e internazionali. L’evento e, in particolare, la plenaria ‘Milano, the place to meet’, in cui lo studio della Graduate School ASERI ha sancito il terzo posto di Milano nella classifica europea per numero di eventi ospitati con almeno 1.000 partecipanti, ha ottenuto un’ampia copertura stampa con 29 uscite totali in pubblicazioni ed anche in riviste del settore turismo e del settore MICE, che hanno raggiunto un reach di 47.141.057 utenti unici.

Le altre attività condotte a completamento del piano di promozione sono state il **presidio del City Desk** della città di Milano presso 9 congressi e il percorso **Linkedin Pro Business MICE** destinato a 10 aziende del territorio.

**I DATI:**

Scambi positivi alla fine di settembre, al terzo trimestre 2022, rispetto a un anno prima, +31,8% in Italia, pari a 953 miliardi, secondo i dati di Istat Coeweb. Con l'export cresciuto del 21,2%, pari a 461 miliardi in nove mesi. La Lombardia pesa con 120,3 miliardi di export in nove mesi, cresciuti del 20,5 percento in un anno e con scambi di 261 miliardi, +24,6%. Milano traina con 109 miliardi di scambi in nove mesi, +22,7% in un anno. L'export di 41 miliardi in nove mesi è cresciuto del 23% in un anno. Crescono alcuni settori legati al turismo, come le attività creative, artistiche e di intrattenimento e quelle culturali, con un export in nove mesi dell'Italia di 370 milioni, in crescita del 76,5% rispetto all'anno precedente, di cui 133 milioni da Milano, in crescita del 97%, ovviamente dati influenzati nel 2021 dal contesto Covid.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TERRITORIO** | **2021 primi nove mesi** | **2022 primi nove mesi**  | Var % in un anno | Var % in un anno |   |   |   |
| **import** | **export** | **import** | **export** | **import** | **export** | Scambi primi nove mesi 2021 | Scambi primi nove mesi 2022 | Var % scambi in un anno |
| **103012-Varese** | 5.907.519.989 | 7.830.854.611 | 7.275.400.821 | 9.170.155.607 | 23,2% | 17,1% | 13.738.374.600 | 16.445.556.428 | 19,7% |
| **103013-Como** | 2.520.628.275 | 4.208.816.650 | 3.276.768.113 | 4.862.683.978 | 30,0% | 15,5% | 6.729.444.925 | 8.139.452.091 | 21,0% |
| **103014-Sondrio** | 356.867.471 | 591.831.078 | 501.253.655 | 717.259.329 | 40,5% | 21,2% | 948.698.549 | 1.218.512.984 | 28,4% |
| **103015-Milano** | 55.089.830.897 | 33.500.755.440 | 67.470.590.761 | 41.235.373.908 | 22,5% | 23,1% | 88.590.586.337 | 108.705.964.669 | 22,7% |
| **103016-Bergamo** | 8.170.825.514 | 12.895.965.038 | 11.163.131.846 | 14.928.214.256 | 36,6% | 15,8% | 21.066.790.552 | 26.091.346.102 | 23,9% |
| **103017-Brescia** | 8.287.092.623 | 13.938.072.543 | 11.108.474.615 | 16.872.056.667 | 34,0% | 21,1% | 22.225.165.166 | 27.980.531.282 | 25,9% |
| **103018-Pavia** | 6.286.653.980 | 2.736.043.289 | 8.636.382.632 | 3.274.138.465 | 37,4% | 19,7% | 9.022.697.269 | 11.910.521.097 | 32,0% |
| **103019-Cremona** | 4.342.725.389 | 4.022.538.129 | 5.396.307.566 | 4.860.328.936 | 24,3% | 20,8% | 8.365.263.518 | 10.256.636.502 | 22,6% |
| **103020-Mantova** | 4.546.540.536 | 5.811.470.026 | 6.837.453.105 | 6.611.400.819 | 50,4% | 13,8% | 10.358.010.562 | 13.448.853.924 | 29,8% |
| **103097-Lecco** | 2.136.820.969 | 3.581.432.469 | 3.074.583.914 | 4.401.304.789 | 43,9% | 22,9% | 5.718.253.438 | 7.475.888.703 | 30,7% |
| **103098-Lodi** | 5.065.572.733 | 2.856.065.920 | 6.957.108.414 | 3.861.412.905 | 37,3% | 35,2% | 7.921.638.653 | 10.818.521.319 | 36,6% |
| **103108-Monza e della Brianza** | 6.903.230.688 | 7.833.393.819 | 8.877.838.282 | 9.483.567.290 | 28,6% | 21,1% | 14.736.624.507 | 18.361.405.572 | 24,6% |
| **103-Lombardia** | 109.614.309.064 | 99.807.239.012 | 140.575.293.724 | 120.277.896.949 | 28,2% | 20,5% | 209.421.548.076 | 260.853.190.673 | 24,6% |
| **Italia** | **342.738.084.821** | **380.130.405.717** | **492.110.570.662** | **460.665.406.533** | 43,6% | 21,2% | 722.868.490.538 | 952.775.977.195 | 31,8% |