

Nasce theMICEroad: il roadshow per il rilancio dell'Italia del MICE

notizia pubblicata **28 Maggio 2021** alle ore **11:35** nella categoria **Congressuale Senza categoria**



Nasce il progetto TheMICEroad, un roadshow per il rilancio dell'Italia del MICE che coniuga esperienze live e comunicazione digitale, con forte attenzione ad ecosostenibilità e responsabilità sociale. Una promozione fatta dall'Italia per l'Italia e rivolta all'estero attraverso una formula innovativa e itinerante per un marketing B2B out of the box, con il coinvolgimento corale dei protagonisti delle destinazioni, gli #eventprofs e ambassador MICE nazionali, a partire dal patrocinio del Convention Bureau Italia.

“Meetings mean Italy è il pay-off che abbiamo scelto per il progetto, perché la destinazione Italia non deve essere una scelta, bensì la scelta per il MICE. Ed ecco il nostro roadshow in collaborazione con i Convention Bureau e DMO affiliati a Convention Bureau Italia come chiave da noi scelta per la ripartenza per la promozione congiunta del nostro Paese, verso l'Italia stessa e verso l'estero – dice Giovanna Lucherini, ideatrice del progetto – Obiettivo primario è generare attenzione sulle destinazioni MICE italiane per la programmazione di grandi eventi, congressi ed incentive, sia nazionali che internazionali. Gli eventi sono gli strumenti attraverso i quali il Made in Italy comunica al mondo e noi desideriamo promuoverli coinvolgendo anche tutte le realtà aziendali che rendono grande il made in Italy a livello internazionale e che vogliamo rendere protagonisti di un progetto di promozione condiviso”.

“Innovazione di linguaggio e di canali per innovare il modo di valorizzare il mondo dei meeting e degli eventi. Abbiamo scelto di essere non convenzionali e ideare un tour di esplorazione itinerante e virtuale

dei punti di forza della filiera turistico-congressuale attraverso una campagna di storymaking esperienziale con i più innovativi strumenti del digital, content e video marketing – commenta Alessia Di Raimondo, MICE & Destination Sales & Marketing Consultant, co-ideatrice e marketing manager del progetto – “theMICERoad ha un sito internet dedicato – www.themiceroad.com – che racconta visione e missione del progetto, ne promuoverà sponsor e partner e annuncerà le tappe che si aggiungeranno via via sulla roadmap con il loro reportage dedicato, avvalendosi della collaborazione di aziende partner e ambassador coinvolti destinazione dopo destinazione”.

“Fare rete non è mai stato così importante – afferma Tobia Salvadori, direttore Convention Bureau Italia – Come convention bureau nazionale intendiamo supportare il progetto come hub per coinvolgere i professionisti dei CB e DMO italiane, chiedere loro di aprire le porte della propria destinazione MICE e far visitare, fisicamente e allo stesso tempo virtualmente, le realtà locali più significative dell’intera filiera organizzata attraverso questo progetto di promozione fuori dagli schemi e che punta su esperienzialità e valorizzazione dei professionisti del settore”.

Si partirà con 9 tappe, toccando Nord, Centro e Sud Italia, in una ideale staffetta MICE tra le destinazioni, in un’agenda tra tardo autunno 2021 e inverno 2022, allo scopo di favorire la valorizzazione di ciascuna destinazione al di fuori delle classiche stagioni congressuali. In una seconda fase del progetto sarà ampliato il ventaglio delle destinazioni per coinvolgere i territori inizialmente non inclusi nel programma.

Particolare attenzione sarà dedicata anche alla CSR – corporate social responsibility: i Convention Bureau locali prestano molta attenzione alla salvaguardia delle proprie comunità locali e di alcune aree metropolitane meno conosciute e le segnalano ai professionisti M.I.C.E. per un coinvolgimento attivo durante un loro convegno od evento, nel rispetto di buone pratiche e comportamenti etici, a sostegno di ciascuna destinazione. Il progetto intende valorizzare le buone pratiche di ecosostenibilità e responsabilità sociale avvalendosi nel corso delle tappe e raccontandole.

Il progetto conta già sulla partnership della BeAcademy e di un Team di 8 talenti del Master THEM in Tourism, Hospitality & Event Management 2021 a supporto dello staff digital del progetto, e sarà rilanciato in una chiave innovativa sul nuovo digital magazine e atelier di content creation Humans of MICE, media partner del progetto e operativo dalla prossima settimana, che racconterà i protagonisti del roadshow puntando sull’umanizzazione e l’angolazione Human to Human alla base della linea editoriale.