

Az innováció rendkívül fontos, állítják a MICE megrendelők
(a szakértők véleménye arról, hogy mi számít újdonságnak, vonzóknak, eredetinek)
IMEX Global Data Exchange 2008

Az IMEX első ízben készített olyan felmérést, melynek a „meetings & incentives” piacon oly fontos **innováció** a fő témája. A válaszadók Európa és Skandinávia 12 országának, továbbá az USA és egyéb feltörekvő desztinációk szakemberei (úgy mint Banglades, Nigéria, Pakisztán és Törökország). A válaszolók többsége a konferencia- és incentive-szervezők közül került ki, de számos (a gazdaság egyéb területein tevékenykedő, üléseket rendszeresen szervező) vállalat, csakúgy mint szakmai szövetségek, szervezetek is részt vettek a kutatásban.

Első körben a megkérdezett szakértőknek 6 meghatározott jellemzőt kellett rangsorolniuk annak a függvényében, hogy ezek mennyit nyomnak a latba rendezvényeik színterének (legyenek ezek akár országok, városok vagy konkrét helyszínek) kiválasztásakor.

Íme a sorrend:

- magas színvonalú infrastruktúra (repülőterek, szállodák, transzferlehetőségek stb. tekintetében)
- új és ennél fogva attraktív helyszín a piacon
- a résztvevők többségének könnyen megközelíthető
- az eseménynél elvárható, megfelelő ár/érték arány
- megbízható, népszerű, a rendezvény céljainak megfelelő helyszín
- tudatos környezetvédelem.

A felmérés során kiderült, hogy a gyakorlati, észszerűségi szempontokat a megkérdezettek hasonlóan fontosnak értékelték, ugyanakkor a két emocionális tényezőt (az *újdonság várászat* és a *„zöld” helyszín* kérdését) eltérően pontozták, különbözőképp értékelték.

Innovatív gondolkodás

Napjainkban megfigyelhető az innovatív gondolkodás szerepének folyamatos növekedése mind a megrendelői, mind a szolgáltatói oldalon. Miért is? Íme néhány elhangzott vélemény:

- „a delegátusok megnyerése érdekében folyamatosan tudni kell újítani, az innováció a fejlődés motorja”
- „a delegátusok részvételéért folytatott harcban nemcsak koncepcióban, a napirendi témákat tekintve, hanem technikailag is naprakésznek, eredetinek kell lenni”
- „az utazási trendeket meg kell tudni előzni és feljövőben lévő helyeket ajánlani, hiszen ezek jobban motiválják a delegátusokat, mint a régóta ismert desztinációk”
- „a rutinnal való szakítás a kemény piaci harc egyik leghatékonyabb fegyvere”

A megkérdezett döntéshozók többek között a következő olyan ötleteket, újításokat említették, melyek a leginkább hozzájárultak rendezvényeik színesebbé tételéhez:

- a színtelen-szagtalan, „egyen-rendezvénytermek” kerülése az egyedi, fantáziadús termek (pl. történelmi helyszínek) javára
- olyan szoftverek felhasználása, melyek lehetővé teszik a résztvevők számára a konferencia menetének befolyásolását
- saját regisztrációs rendszerek használata, elkerülve a külső rendszerek megvásárlásának szükségességét
- olyan interaktív webkonferencia-programok bevezetése, melyek a kulturális különbözőségekre és ezek figyelembevételére helyezik a hangsúlyt
- minden olyan program és helyszín, amely a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos (pl. karitatív incentive programok).

„Hot” desztinációk

Ismert tény, hogy egyre több olyan térség, ország kerül fel a világ hivatásturisztikai térképére, mely eddig egyáltalán nem volt jelen a piacon. A 10 leggyakrabban említett ilyen desztináció (nem sorrend!):

Argentína, Costa Rica, kelet-európai országok (különösen Románia és Bulgária), a Távols-Kelet általában, Isztambul, Közép-Kelet (főleg Dubai), Montenegró, Észak-Afrika (leginkább Marokkó), Peru és Dél-Afrika.

Végezetül arra kérték a szakembereket, hogy nevezzenek meg olyan konkrét desztinációkat, melyeket nagyra becsülnek az imázsuk, szolgáltatásaik egyedisége, újszerűsége, frissessége miatt. Következzen a 10 leggyakrabban említett név ABC sorrendben, a rájuk jellemző tulajdonságaikkal együtt:

- Ausztrália – „az életstílusok szabadsága miatt”
- Dubai – „ahol a lehetetlen is lehetséges”, „folyamatosan jelentkezik valamilyen újdonsággal”
- Egyesült Királyság – „ahol professzionális marketingszemlélettel, számtalan kiemelkedő MICE szakemberrel találkozni”, „a már bemutatott megújítása és újra-felfedeztetése”
- Egyiptom – „az örökség, a programok és helyszínek, a vendégszeretet és az időjárás ideális kombinációja”
- India – „manapság különösen népszerű a közvetlen járatok, továbbá a virágzó gazdasága miatt”
- Isztanbul – „a régi és az új sikeres integrációja”
- Izland – „fiatalság, kaland, akció”
- Németország – „csúcstechnika a (jó értelemben vett) régimódi vendégszeretet és tradicionális vonzerők szolgálatában”
- Svájc – „briliáns termékpozicionálás”
- Távol-Kelet – „mindig kiváló ár-érték arányt biztosít”

A felmérést végezve még egy igazán fontos megállapításra jutottak a készítőik. Előrevetítették, hogy megnő a kereslet a már ismert országok kevésbé ismert régiói, helyszínei iránt. E helyszínek sikere nagyban függ attól, hogy milyen infrastruktúrát képesek kialakítani. Minden biztonnal elnyerik országuk támogatását, hiszen a még kieső térségek bővítik az ország konferenciakínálatát, ráadásul friss, megújuló országimázst teremtenek. Jellemző és példaértékű a skóciai Glasgow, valamint az olaszországi Dél-Tirol feltörekvése.

További információk:

Magyar Turizmus Zrt.
Magyar Kongresszusi Iroda
Tel.: 06-1/488-8640
Fax.: 06-1/488-8641
E-mail: hcb@itthon.hu
Internet: www.hcb.hu