

A MICE szegmens várható fejlődése 2008–2012 között

Jelen írás a 2007 áprilisában megrendezett frankfurti IMEX kiállításon résztvevő mintegy 3600 főnyi, összesen 60 országból érkezett hosted buyerek egy csoportjának körében készített felmérés legfontosabb eredményeit ismerteti és vizsgálja.

A tanulmány a MICE szegmens következő 5 évének várható fejlődési tendenciáit vizsgálja, választ adva arra, hogy milyen tényezők fogják a legnagyobb hatást gyakorolni a piac alakulására, és ezen tényezők milyen felkészülési feladatokat jelentenek a piac szereplői számára.

A felmérésből készült tanulmány a következő fontos megállapításokra jutott:

- Az üzleti turizmus **gyorsuló növekedése** várható, ami a globalizáció és a gazdasági fejlődés eredménye. A fő veszélyeket egy célország számára a terrorizmus, a rossz egészségügyi körülmények, a szélsőséges időjárás és a kiszámíthatatlan árfolyam jelenthetik.
- A piac szempontjából új, **feltörekvő országok** (úgy, mint Közép- és Kelet-Európa nemzetei, a balti államok, vagy Ázsia, Afrika és Latin-Amerika egyes országai) fontos keresletgenerálók lehetnek, de célországgként is egyre nagyobb szerephez jutnak.
- Növekszik a **szokatlan helyszínek** iránti kereslet, de ide nem csak az egzotikus, távoli országok tartoznak, hanem az ismert helyek kevésbé ismert régiói, városai is. Továbbá profitálhat a piac növekedéséből minden olyan helyszín, mely a szokásos programkínálatból kitörve egyedi, újszerű élményeket, programokat biztosít a rendezvényen résztvevők és kísérőik számára.
- A rendezvények költségvetésére a jövőben várhatóan jobban ügyelnek a döntéshozók, fokozottan előtérbe kerül az események **költséghatékonysága**, a befektetés megtérülése; a luxus helyszínek, az extravagancia szerepe előreláthatólag csökkenő tendenciát mutat majd.
- Egyre gyakrabban hallani a „**meetcentive**” kifejezést, amely a konferenciák és motivációs célú utak keresztesztét takarja. Ezen rendezvények száma várhatóan gyorsabban fog nőni,

mint a tisztán jutalmazást szolgáló utak, elsősorban az adószabályok változása és a szigorodó politikai és társadalmi vizsgálódás miatt.

- Ahogy már fent is megemlítettük, **2012 nagy nyertesei** a Közel-Kelet államai lehetnek, továbbá egyes afrikai országok, India és Kína, Latin-Amerika és a kevésbé ismert ázsiai országok. Európán belül a hangsúly azon új EU-tagállamokra kerül, melyek közvetlen, diszkont járatokkal is elérhetőek.
- Az egyre hangsúlyosabb **költségcsökkentő intézkedéseknek** megfelelően elsősorban a rövid távú utazásokat részesítik előnyben a szervezők, különösen azokat, amelyek diszkont járatokkal megoldhatóak.
- A **klímaváltozás és a hatalmas méreteket öltő szegénység** a jövőben nagy hatással lehet a desztináció-választásra. Ezek szerint elsősorban a környezetvédelemre és a fenntartható fejlődésre fokozottan ügyelő régiók kerülnek előtérbe, továbbá az olyan jellegű programok, incentive-ek, melyek jótékonyági célokat szolgálnak.
- Az új nemzedék (**Generation Y**) vezetőinek, döntéshozóinak figyelmét sok desztináció úgy próbálja elnyerni, hogy fiatalos, „cool” szolgáltatásokat vonultat fel.
- A **szövetségi találkozók, kongresszusok** szervezőinek mind fontosabb a kiadások minimalizálása, ezért az általános jellegű összejövetelek helyett a valóban fontos témák köré hoznak létre rendezvényt, és többnyire elkerülik az üdülőhelyeket, továbbá a pre- és post-túrákat, ezzel is inkább a szakmaiságra helyezve a hangsúlyt. További fontos szempont, hogy közvetlen járatokkal kiszolgált helyet keresnek, hogy az irodától távol töltött időt csökkenthessék.
- A **vasút szerepe** fontosabb lesz, mint eddig; részben a légi közlekedésben tapasztalható kellemetlenségek (járatok törlése, késése), másodsorban a 'zöld' szempontok miatt, és nem mellékesen a vonatok növekvő átlagsebessége és komfortszintjének emelkedése miatt.
- Mintegy válaszként a globalizációra, az emberbarát, **vendégszerető** és a helyi kultúrát tekintve **autentikus helyszínek**, körülmények kiemelten fontossá válnak a személytelen, egyforma standard-ek, szolgáltatások sokaságával szemben.
- A **delegátusok étkeztetése** kiemelten fontos tényezővé válik: a szervezők fokozottan figyelnek majd a menük összeállításánál, hogy a manapság oly jelentős egészséges étrendet a rendezvény ideje alatt is élvezhesse a résztvevő.
- Tekintettel a **multikulturalizmus** térhódítására, jelentős versenyelőnyt élvezhetnek a jövőben a kulturális különbségeket szem előtt tartó szervezők, szolgáltatók (pl. az étkezési, vallási szokások tiszteletben tartása különösen fontossá válik).

- A **politikai döntések** okozta bonyodalmak a MICE szektorban várhatóan nem csökkennek; ezek közé tartoznak a különféle – a turistát és a szervezőt érintő – adók és egyéb díjak, a versenyt szabályozó törvények és előírások, engedélyezések, valamint a vízummal kapcsolatos döntések.
- A piac alakulása kedvez az olyan **globális ügynökségeknek**, amelyek a rendezvényeket a legapróbb részletekig egy kézben tartva, kiemelkedő minőséggel tudják megszervezni azokat. A szakemberek meglátása szerint ezek a vállalkozások képesek a költséghatékony szervezésre, háttérüknek köszönhetően felkészültek a legváratlanabb helyzetekre is, és nagy volumenű megrendeléseiknek köszönhetően az árakat is képesek kontrollálni.
- A résztvevői aktivitás növelése érdekében egyre nagyobb szükség lesz a kikapcsolódást segítő, **stressz-csökkentő programokra**. Ezek közé tartoznak a relaxációs gyakorlatok, az életvitel szemináriumok, az alvásjavító tanácsadások stb. További következmény, hogy ennek a tendenciának köszönhetően teret nyerhetnek a kitűnő gyógyfürdővel rendelkező helyszínek a MICE piacon is.
- Végül, de nem utolsósorban várhatóan globális együttműködés alakul ki annak érdekében, hogy **az emberek személyesen találkozzanak**, és megszűnjék az elektronikus kapcsolatokból fakadó személytelenség, szűklátókörűség.

* * *

A magyar nyelvű összefoglalót készítette: Szűcs-Balás Vera és Novák András.

A tanulmány angol verziója a Kongresszusi Irodánál igényelhető (hcb@itthon.hu).

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