Conventions Malta punta sul segmento MICE: Italia mercato prioritario

Obiettivo MICE per Malta Tourism Authority (MTA), che lancia il brand Conventions Malta in Italia. Forte degli ottimi risultati ottenuti nel 2016 nel comparto business, che vede proprio l'Italia capofila di questo segmento con il 25% di quota di mercato, Conventions Malta si sviluppa allo scopo di promuovere le isole maltesi come meta ideale per **viaggi legati ai meeting, incentive e conferenze**. La nuova entità, inoltre, offre consulenza ed assistenza gratuite agli organizzatori di eventi ed alle associazioni. Un'organizzazione nuova ed autonoma, frutto dell'investimento di circa 300mila euro, ma che si basa sull'esperienza pluridecennale maturata da Malta Tourism Authority in ambito MICE.
conventions-malta
Dopo il lancio in altri paesi europei, i vertici di MTA sono arrivati anche a Milano, a **Palazzo Gattinoni**, per presentare al mercato la novità. **Paul Bugeja**, CEO MTA, ha prima illustrato le possibilità offerte da Malta in ambito turistico in generale, per poi portare all'attenzione del pubblico l'importanza dei viaggi business per Malta e più nello specifico quelli che rientrano nella categoria conference, incentive & association che rappresentano oltre il 5% del turismo totale a Malta. Riferendosi più specificatamente al mercato Italiano, Bugeja ha mostrato come l'Italia dal 2013 si mantiene saldamente alla testa dei principali mercati del turismo business a Malta con un 25% del totale che nel 2016 è corrisposto a circa 34000 presenze in arrivo dalla penisola.
Edward Zammit, Events Operation Advisor, Conventions Malta, ha spiegato i molteplici servizi offerti dal nuovo ufficio, partendo dal claim **Access All Areas**: un concetto fondamentale che lascia trapelare l'ampio margine di azione che hanno gli organizzatori che scelgono Malta, potendo agevolmente riuscire nell'intento di dar vita ad un evento unico e memorabile grazie alla disponibilità ed alla collaborazione a tutto tondo di enti ed infrastrutture. La maggior parte delle location disponibili - comprese le piazze, il lungomare, spiagge e zone panoramiche - gode inoltre delle caratteristiche di flessibilità, adattabilità e versatilità, un punto di forza nella scelta della destinazione.
Claude Zammit Trevisan, Direttore MTA Italia, ha in seguito illustrato una carrellata delle opportunità più specifiche offerte al mercato italiano, descrivendo maggiormente in dettaglio le operazioni di marketing che sono in atto per promuovere i rapporti MICE in Italia. Agli operatori saranno offerti numerosi strumenti ed occasioni di conoscenza e formazione a partire dal sito www.conventionsmalta.com e dal nuovo blog www.maltameeting.it, in italiano. Senza dimenticare

quelli che sono gli atout consolidati dell'arcipelago maltese: la vicinanza all'Italia, la facile accessibilità grazie a voli in partenza da 13 città del nostro paese, il clima mediterraneo e le bellezze naturalistiche, artistiche e storiche di Malta, ingredienti perfetti per il successo di ogni evento.