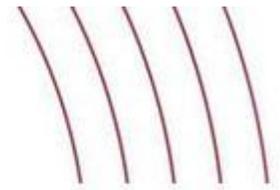


*Piattaforma Digitale Integrata per i Servizi del  
Convention Bureau di Roma e Lazio*



**REGIONE  
LAZIO**



# SMART MICE PLATFORM

9 Giugno 2021 – Verifica Tecnica  
Risultati e criticità del progetto

**OdR**

**Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"**



**Bando Beni Culturali  
E Turismo**



## Responsabile Scientifico:

Paola M.A. Paniccia

Prof. Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese

Direttore del Master in “Economia e Management delle Attività Turistiche e Culturali” (MEMATIC)

**Gruppo di ricerca dell’OdR “Tor Vergata”:** Prof. Gianpaolo Abatecola, Prof.ssa Sara Poggesi, Prof.ssa Michela Mari, Dott. Francesco Scafarto, Dott.ssa Silvia Baiocco, Dott.ssa Luna Leoni, Dott. Matteo Cristofaro

## WP e task:

WP 2 - Task 2.2: Analisi offerta e domanda esistente settore MICE

WP 4 - Task 4.6: Elaborazione dati settore MICE

WP 7 - Task 7.2: Attività di formazione

## WP2 - Task 2.2

# Analisi offerta e domanda esistente settore MICE

**Attività di ricerca e studio** sul settore MICE per l'acquisizione di conoscenze relativamente a:

- Analisi della **domanda** internazionale e nazionale di congressi, incontri d'affari, conferenze e convegni a Roma e nel Lazio, anche alla luce dell'emergenza Covid-19;
- Analisi dell'**offerta** esistente a Roma e nel Lazio in relazione all'intera filiera del settore MICE (congressi, incontri d'affari, conferenze e convegni);
- Analisi delle **peculiarità** dell'offerta e della domanda MICE locale con riferimento agli attori di natura religiosa, istituzionali e non;
- Analisi delle necessarie **attività di supporto** per una efficiente ed efficace gestione dei cambiamenti nei modelli di governance e organizzativi finalizzata ad una migliore funzionalità degli operatori del settore MICE, anche alla luce dell'emergenza Covid-19, con un focus sugli **incentivi di destinazione** ante Covid-19 e post Covid-19 applicati dai principali competitor internazionali.

Il confronto tra Roma e i suoi *competitor* è stato operato esaminando le seguenti variabili chiave: No. Eventi congressuali, No. di partecipanti, dimensione media dei congressi, spesa media per delegato, spesa totale e spesa sul territorio.

Questa attività di ricerca ha portato alla elaborazione di un **report di 75 pagine** contenente tali analisi.

## WP 4 - Task 4.6

### Elaborazione dati settore MICE (I)

**Attività di sviluppo** sul settore MICE basata sui risultati ottenuti nella fase di ricerca e analisi e, in particolare, sull'elaborazione:

- Dei dati della **domanda** internazionale e nazionale di congressi, incontri d'affari, conferenze e convegni a Roma e nel Lazio. A tal proposito, con esclusivo riferimento a Roma il decennio appena trascorso evidenzia:
  - un lieve incremento del numero di eventi ospitati pari a +10,9%;
  - un significativo decremento del numero di partecipanti totali e per congresso pari al 39,3%;
  - un rilevante decremento della spesa media per delegato pari al 31,1%;
  - la permanenza media dei congressisti è stata pari a 3,45 giorni, dato fondamentale costante dal 2015 e leggermente inferiore al 2010.
- Dell'**offerta** dell'intera filiera del settore MICE (congressi, incontri d'affari, conferenze e convegni), risultata particolarmente concentrata nella città di Roma.
- Dei dati relativi alle **peculiarità** del mercato MICE locale con riferimento agli attori di natura religiosa. L'indagine ha permesso di identificare 56 imprese ricettivo-religiose in grado di ospitare anche piccoli eventi, localizzate prevalentemente a Roma (oltre l'82%).
- Dei dati relativi alle necessarie **attività di supporto** (come ad esempio, piano anti-Covid, calendario unico degli eventi, incentivi, piani promozionali) per una efficiente ed efficace gestione di tutti i cambiamenti nei modelli gestionali e organizzativi finalizzate ad una migliore funzionalità degli operatori del settore MICE anche alla luce dell'emergenza Covid-19.

Questa attività ha portato alla composizione di un **report di 52 pagine** contenente gli output delle succitate elaborazioni espresse in termini di **linee di azione di sviluppo sperimentale** finalizzate a **potenziare l'efficacia del progetto Smart MICE Platform** e ad **incrementare la competitività di Roma e del Lazio nel settore MICE**.

## WP 4 - Task 4.6

### Elaborazione dati settore MICE (II)

Per raggiungere gli obiettivi di posizionamento e di *performance* competitiva descritti in precedenza è necessario agire con un *action plan* nei confronti di: Associati, Mercato, Istituzioni e *stakeholder* locali.

In proposito, questo *action plan* è formato da: **11** azioni operative per gli Associati, **11** azioni operative per il Mercato e **7** azioni operative per le Istituzioni e gli *stakeholder* locali.

A titolo di esempio, si riportano di seguito le azioni identificate per gli Associati:

1. HSE (Health, Security & Environment) e nuovo piano anti Covid-19
2. Formazione
3. Generare contenitori di opportunità di Sviluppo business e networking
4. Agevolare il saldo delle quote 2020
5. Strumento di marketing analitico e Osservatorio
6. Programma Ambassador
7. Calendario unico degli eventi
8. Programma di Sostenibilità
9. Azioni di marketing per i nuovi soci
10. Rendere più efficienti i processi di RfP attraverso Smart MICE Platform
11. Essere più *accountable* verso i soci

# WP 7 - Task 7.2

## Attività di formazione



# WP 7 - Task 7.2

## Attività di formazione

*(a livello locale nazionale e internazionale)*

Durante l'intera durata del progetto (da gennaio 2019 a dicembre 2020), l'OdR "Tor Vergata" ha organizzato numerose **attività di formazione sulle tematiche inerenti il progetto** nell'ambito dei **Corsi di Laurea** e dei **Master** attivi presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" (in totale **18**, con un coinvolgimento di oltre **1.400 persone tra studenti e discenti di Master**)

La formazione è stata estesa anche a livello internazionale attraverso la **piattaforma UNWTO**, sulla base dell'Accordo di Cooperazione internazionale tra l'Università di Roma "Tor Vergata" e l'Organizzazione Mondiale del Turismo (firmata il 28 aprile 2020), finalizzata alla erogazione di corsi online di Formazione Turistica durante l'emergenza COVID-19.

Le attività di formazione-sono state inoltre portate avanti attraverso l'assegnazione di **Tesi** (di Laurea e di Master) e l'elaborazione di specifici **Project Work** (in totale **45**)

Inoltre, il gruppo di ricerca dell'OdR "Tor Vergata" ha prodotto svariate **pubblicazioni scientifiche di elevata qualità e collocazione scientifica** a livello nazionale e internazionale sia sui temi specifici del progetto sia su temi ad esso funzionalmente collegati (in totale 32). Tali pubblicazioni hanno notevolmente arricchito le attività di formazione svolte sui temi del progetto

Infine, l'OdR "Tor Vergata" ha organizzato e partecipato ad altre **attività formativo-divulgative** sempre sui temi oggetto del Progetto Smart Mice Platform (in totale **12**)

## WP 7 - Task 7.2

### Attività di formazione

*Corsi di Laurea e Master (I)*

Nel corso del periodo del progetto sono stati organizzate le seguenti attività di **formazione** (*workshop, seminari, webinar, lezioni, convegni*) all'interno degli **insegnamenti** di «Economia e Gestione delle Imprese» (Corso di Laurea triennale in «Economia e Management» e in «Economia e Finanza»), «Economia e Gestione delle Attività Turistiche e Culturali» e «Knowledge Management» (Corso di Laurea Magistrale in «Economia e Management») e del **Master** in »Economia e Management delle Attività Turistiche e Culturali» (MEMATIC). Si segnalano:

- «Convention Bureau e Smart Mice Platform», al quale hanno partecipato più di 400 persone tra studenti ed operatori. Roma, 7 Marzo 2019.
- «La Digitalizzazione del settore turistico e congressuale», al quale hanno partecipato più di 400 persone tra studenti ed operatori. Roma, 17 Marzo 2019.
- «La destinazione Roma», al quale hanno partecipato più di 60 persone tra studenti ed operatori. Roma, 20 Marzo 2019.

## WP 7 - Task 7.2

### Attività di formazione

*Corsi di Laurea e Master (II)*

- «Il Management per la sostenibilità: sfide e bene comune», ospitato dall’Ambasciata d’Italia presso la Santa Sede, al quale hanno partecipato più di 100 persone tra studenti ed operatori. Roma, 4 Aprile 2019.
- «Management della destinazione e dell'impresa turistica in ambito Roma e Lazio: il ruolo del Convention Bureau Roma e Lazio», al quale hanno partecipato più di 50 persone tra studenti ed operatori. Roma, 31 maggio 2019.
- «Management della Destinazione e dell'Impresa Turistica in ambito nazionale: il ruolo dei Convention Bureau in Italia», al quale hanno partecipato più di 50 persone tra studenti ed operatori. Roma, 31 maggio 2019.
- Webinar in diretta Facebook: “Turismo: sfide, coraggio e futuro”, con la partecipazione del Direttore Regionale per l’Europa del UNWTO, Alessandra Priante e rappresentanti del mondo delle imprese e delle istituzioni dei settori turismo, MICE e cultura. Roma, 20 maggio 2020.

## WP 7 - Task 7.2

### Attività di formazione

*Corsi di Laurea e Master (III)*

- «Management della Destinazione e dell'Impresa Turistica in ambito Roma e Lazio: il ruolo del Convention Bureau Roma e Lazio», al quale hanno partecipato più di 50 persone tra studenti ed operatori. Roma, 11 Giugno 2020.
- «Management della Destinazione e dell'Impresa Turistica in ambito nazionale: il ruolo dei Convention Bureau in Italia», al quale hanno partecipato più di 50 persone tra studenti ed operatori. Roma, 11 Giugno 2020.
- «MICE ed eventi: il digitale a supporto dei piani di comunicazione», al quale hanno partecipato più di 200 persone tra studenti ed operatori. Roma, 15 Luglio 2020.
- «La ricerca si fa impresa», al quale hanno partecipato più di 60 persone tra studenti ed operatori. Roma, 27 Novembre 2020.

## WP 7 - Task 7.2

### Attività di formazione

*Corsi di Laurea e Master (IV)*

Inoltre, all'interno del Master in «Economia e Management delle Attività Turistiche e Culturali» (MEMATIC) sono state erogate:

- 63 ore di formazione dedicate all'approfondimento del tema «Management della Destinazione e dell'Impresa Turistica», dal 10 Maggio al 7 Giugno 2019.
- 56 ore di formazione dedicate all'approfondimento del tema «Disegnare e gestire la trasformazione digitale nel settore turistico», in collaborazione con FTO - Federazione Turismo Organizzato, dal 4 Ottobre al 31 Ottobre 2019.

## WP 7 - Task 7.2: Attività di formazione

*Corsi di Laurea e Master (V)*

 TOR VERGATA for UNWTO  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA



<https://www.unwto.org/academy/digital/resources>

The role of Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions (MICE) sector for the development and competitiveness of tourism destinations

In this topic you can find lessons devoted to the analysis of the MICE sector with particular emphasis on events, congresses, and convention bi

- ✓ The role of Meetings, Incentives, Conferences, and...
  - Meeting & Event Industry and live communicatio...
  - The new generation of Territorial Convention Burea...
  - I Convention Bureau Territoriali di nuova generazione
  - The international and national MICE demand
  - Ruolo, potenzialità e limiti del turismo congressu...
  - Organizing an international congress: preliminary ...
  - Events: from acquisition to impact assessment

## WP 7 task 7.2: Attività di formazione

### *Tesi e Project Work*

Durante l'intera durata del progetto:

- Sono state assegnate **40 tesi di Laurea Triennale e Magistrale** sui seguenti temi: *i)* Innovazione e digitalizzazione dell'offerta turistica e congressuale, con un focus specifico sulle imprese; *ii)* Sistema congressuale regionale, nazionale ed internazionale; *iii)* MICE industry, competitività e sostenibilità delle destinazioni.
- Sono state svolte **3 tesi di Master** sui temi inerenti il settore MICE in Italia e in particolare nel Lazio.
- Sono stati realizzati **2 project work** sui temi della creazione di imprese 4.0 nel settore turistico-congressuale.

## WP 7 task 7.2: Attività di formazione

### *Pubblicazioni (I)*

In termini di ricerca scientifica, sono state prodotte **32** pubblicazioni d'interesse per il settore turistico e MICE in ambito manageriale. Queste possono essere idealmente divise nei seguenti **cinque cluster**:

1. Governance e Management delle Imprese e delle Destinazioni Turistiche
2. Co-creazione del *destination brand*
3. Service management
4. Imprenditorialità, cultura d'impresa e innovazione
5. Processi e modelli decisionali

## WP 7 task 7.2: Attività di formazione

### Pubblicazioni (II)

#### Governance e Management delle imprese e delle destinazioni turistiche

- Abatecola G., Breslin D., Kask J. (2020). Do organizations really co-evolve? Problematizing co-evolutionary change in management and organization studies. *Technological Forecasting and Social Change*, DOI: 10.1016/j.techfore.2020.119964.
- Abatecola G., Mari M., Poggesi S. (2020), “How can virtuous real estate public-private partnerships be developed? Towards a co-evolutionary perspective”, *Cities*, 107.
- Baiocco S., Paniccia P.M.A. (2019), Interpretare il turismo sostenibile attraverso la relazione tra imprese turistiche e destinazioni: un framework co-evolutivo, *Esperienze d’Impresa*, vol. 27(1/2).
- Paniccia P.M.A., Baiocco S. (2019). *Modelli e tecniche di management per la competitività e la sostenibilità dell’offerta ricettiva di Roma*. disponibile online <https://www.turismoroma.it/sites/default/files/MODELLI%20E%20TECNICHE.pdf>.
- Paniccia P.M.A., Baiocco S. (2019). *Management delle Imprese e delle Destinazioni Turistiche*, pp. 1-123, TEXMat, ISBN 978-88-949-8219-0.
- Paniccia, P.M.A., Cristofaro, M, Leoni, L., Baiocco, S. (2019). *Istituzioni e competitività delle destinazioni turistiche in una prospettiva co-evolutiva: evidenze dal “Trattato Antartico”*. In: (a cura di): Barile, S., Paniccia, P.M.A., Il fascino della precarietà. Studi sull’evoluzionismo sistemico. ManOTec, Vol. 8, pp. 93-117, Edizioni Nuova Cultura, ISBN: 9788833652481, ISSN: 2611-3260.
- Paniccia, P. M., & Baiocco, S. (2020). Interpreting sustainable agritourism through co-evolution of social organizations. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 87-105.
- Paniccia, P.M.A., Baiocco, S. (2020). *Developing Sustainable Tourism through Co-evolution of tourism firms and destinations. Hospitality models, determinants and key management tools*. Aracne, Rome, ISBN: 978-88-255-3769-7.

## WP 7 task 7.2: Attività di formazione

### *Pubblicazioni (III)*

#### Co-creazione del *destination brand*

- Cristofaro, M. (2020). E-business evolution: An analysis of mobile applications' business models. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(1), 88-103. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09537325.2019.1634804?journalCode=ctas20>.
- Mingione M., Leoni L. (2020). Blurring B2C and B2B boundaries: Corporate brand value co-creation in B2B2C markets. *Journal of Marketing Management*, 36(1-2), 72-99. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0267257X.2019.1694566?journalCode=rjmm20>

# WP 7 task 7.2: Attività di formazione

## *Pubblicazioni (IV)*

### *Service management*

- Baiocco S., Panicia P.M.A., Cicerchia A., Leoni L. (2019). *Caratteristiche ed evoluzioni del sistema moda di Roma. Analisi e proposte di sviluppo*. Aracne, Roma. ISBN: 978-88- 255-2723-0.
- Chirumalla, K., Emmanuel-Ebikake, O., Leoni, L., Servati, M. (2019). *Intra-firm and inter-firm challenges in servitization ecosystem: Experiences from five product-centric firms in different industries*. Proceedings of the 22nd International Conference on Engineering Design (ICED19), Delft, The Netherlands, 5-8 August 2019, pp. 3071-3080. DOI:10.1017/dsi.2019.314.
- Leoni L., Baiocco S., Panicia, P.M.A. (2019). Imprese della Moda 4.0 nella città di Roma. *Referred Electronic Conference Proceeding Sinergie - Sima 2019 Conference*, Management and sustainability: Creating shared value in the digital era, 20-21 June 2019, Sapienza University of Rome (Italy). <https://www.sijm.it/wp-content/uploads/2019/10/EA-CONFERENCE-SINERGIE-SIMA-2019-PARTE-I.pdf>
- Leoni, L. (2019). Productization as the reverse side of the servitization strategy. *International Journal of Business Environment*, 10(3), 247-269. <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJBE.2019.097981>
- Leoni, L. (2019). Servitization strategy adoption: evidence from Italian manufacturing firms. *EuroMed Journal of Business*, 14(2), 123-136. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EMJB-11-2018-0073/full/html>
- Poggesi S., Mari M., Baiocco S. (2019). *Il valore attraverso i servizi*. In Fahy J. e Jobber D., *Fondamenti di Marketing* (trad. it. a cura di Poggesi S. e Mingione M.), McGraw-Hill, Milano.

# WP 7 task 7.2: Attività di formazione

## Pubblicazioni (V)

### Imprenditorialità, cultura d'impresa e innovazione

- Abatecola, G., Cristofaro, M. (2019). Ingredients of Sustainable CEO Behavior: Theory and Practice. *Sustainability*, 11(7), 1950.
- Abatecola G. (2019). Reviewing corporate crises: A strategic management perspective. *International Journal of Business and Management*, 14(5), 21-31.
- Baiocco S., Scafarto F., Panicia P. (2020) “Network Collaborativi di Trasferimento Tecnologico dall’Università all’Industria per la Sostenibilità”, *Referred Electronic Conference Proceedings of Sinergie - Sima Management Conference: Grand Challenges: Companies and Universities working for a better society*, 7-8 September – Università di Pisa - Scuola Superiore Sant’Anna, Pisa (Italia), pp. 31-36, ISBN 97888943937-6-7
- Binci, D., Scafarto, F. (2019). *Leadership for digital working: Towards a contextual ambidextrous approach*. In M. Franco (Eds.), *Digital Leadership - A New Leadership Style for the 21st Century*. London: IntechOpen
- Cristofaro, M., Caterini, G. (2019). Internationalisation strategies and firms’ performance. a co-evolutionary study on Italian SMEs. *International Journal of Globalisation and Small Business*, DOI: 10.1504/IJGSB.2020.10020702.
- De Vita L., Mari M., Poggesi S. (2019). *Work-family conflict and the wellbeing pursuit of Italian women entrepreneurs*. In Lepeley M.T., Kuschel K., Beutell N.J., Pouw N.R.M., Eijdenberg E.L. (Eds.), *The Wellbeing of Women in Entrepreneurship: A Global Perspective*. Routledge.
- Panicia, P.M.A., Baiocco, S., Scafarto, F. (2019). *Trasferimento tecnologico dell’università e spin-off per l’innovazione sostenibile: Verso una prospettiva co-evolutiva*. In Barile S., Simone C. (Eds.), *Industria 4.0: tra suggestioni emergenti e soluzioni efficaci*. ManOTec, Vol. 7, pp. 333-358, Edizioni Nuova Cultura, ISBN 978-88-3365-254-2 .
- Panicia P.M.A., Poggesi S., Leoni L. (2019). The virtue of courage: from historical European roots to current management studies. *European Management Journal*. DOI: 10.1016/j.emj.2019.08.008. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237319301021>
- Poggesi S., Mari M., De Vita L. (2019). Women entrepreneurs and work-family conflict: An analysis of the antecedents. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2): 431-454. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-017-0484-1>
- Poggesi, S., Mari, M., De Vita, L., Foss L. (2019). Women entrepreneurship in STEM fields: literature review and future research avenues. *International Entrepreneurship and Management Journal*, DOI: doi.org/10.1007/s11365-019-00599-0. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-019-00599-0> .

# WP 7 task 7.2: Attività di formazione

## *Pubblicazioni (VI)*

### Processi e modelli decisionali

- Abatecola, G., Cristofaro, M. (2020). Hambrick and Mason's "Upper Echelons Theory": Evolution and open avenues. *Journal of Management History*, 26(1), 116-136. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JMH-02-2018-0016/full/html>
- Cristofaro, M. (2019). *Studying the influence of candidates' attractiveness and perceived personality in selection decisions: Experimental approach*. In SAGE Research Methods Cases Part 2, pp. 1-14, SAGE, London.
- Cristofaro, M. (2020). "I feel and think, therefore I am": An Affect-Cognitive Theory of management decisions. *European Management Journal*, 38(2), 344-355. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237319301094>
- Cristofaro, M. (2020). Unfolding Irrationality: How do Meaningful Coincidences Influence Management Decisions?. *International Journal of Organizational Analysis*, DOI: 10.1108/IJOA-01-2020-2010. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOA-01-2020-2010/full/html>
- Cristofaro M., (2019). Synchronistic events ad management decisions. A conceptual framework toward an Affect-Cognitive Theory. *Proceedings of the XXXIX Convegno nazionale Accademia Italiana di Economia Aziendale - AIDEA*, Torino, 12 e 13 Settembre 2019, pp. 45-53, ISBN: 9788875901387, Università di Torino - Dipartimento di Management: Turin.

## WP 7 task 7.2: Attività di formazione

### *Altro (I)*

Inoltre, l'OdR di "Tor Vergata" ha organizzato e partecipato alle seguenti ulteriori attività di natura formativo-divulgativa (Webinar, Convegni, Relazioni, Interviste, ecc.):

- Tavola Rotonda su "Innovation and Smart City Projects" organizzata da Open City IOT Smart Lab di Roma con l'obiettivo di definire progetti pilota da realizzare congiuntamente tra istituzioni, imprese ed università della Città di Roma e delle città cinesi rappresentate da una delegazione di 37 città cinesi. In particolare, il gruppo di ricerca dell'Ateneo di "Tor Vergata" ha partecipato approfondendo il tema "Innovation, University and Start ups" e identificando le seguenti possibili aree di cooperazione:
  - organizzazione di Summer/Winter Schools su argomenti di comune interesse;
  - scambio di studenti, ricercatori e dottorandi tra università e scuole professionali;
  - partecipazione congiunta al "Solar Decathlon", competizione internazionale sugli edifici ecologici. Roma, 12 Aprile 2019.
- "Town Meeting per il Piano Strategico della Città di Roma – Futouroma 2019-2025". In particolare, il gruppo di ricerca dell'Ateneo di "Tor Vergata" ha coordinato il tavolo accoglienza e ricettività interagendo con oltre 50 operatori della città di Roma, ha assunto il ruolo di "Theme team leader" ed ha contribuito alla stesura dell'Instant Report. Roma, 3-5 Giugno 2019.
- Co-organizzazione della Special Session «University, start-up and SME: a winning synergy», nell'ambito della International Conference SIE, Università di Roma "Tor Vergata". Roma, 26-28 giugno 2019.

# WP 7 task 7.2: Attività di formazione

## *Altro (II)*

- Presentazione del paper “Learnings from and pathways out of Covid-19 in Italy” alla Conferenza internazionale “Tourism Futures in a post COVID-19 world – Perspectives from Europe”, organizzato da Catholic University Eichstätt-Ingolstadt (Germany) e Curtin University Perth (Australia), 27 aprile 2021.
- Organizzazione della Track “Sistema integrato di ospitalità e accoglienza”, nell’ambito della Conferenza “Verso il piano strategico del Turismo di Roma”, Convention Center – La Nuvola. Roma, 13 novembre, 2019.
- Presentazione del paper “Creating enterprise from academic research. The PNICube-Start Cup Lazio system” al Convegno annuale dell’Associazione Società Italiana di Elettronica, special session “University, start-up and SME: a winning synergy”, Roma 28 giugno 2019.
- Intervista di Paniccia P. e Baiocco S. dal titolo «La ricerca si fa impresa e il turismo ne ha bisogno, intervista online, “Andrà tutto bene” series, Aracne TV, Roma, 2020.
- Intervista di Paniccia P. a Grammenos Mastrojeni, ‘Ambiente, sviluppo e fini dell’impresa al tempo del Covid-19’, Impresa Progetto-Electronic Journal of Management, n.3/2020.
- Intervista di Paniccia P. dal titolo «Italian Master Startup Award – IMSA», Roma 17 Maggio 2019.
- Articolo di Paniccia P. dal titolo «Alla caccia di talenti che sanno cambiare il mondo», articolo di stampa, Avvenire, 6 dicembre 2020.
- Webinar «Start Cup Lazio», co-organizzato con Regione Lazio-Lazio Innova per la promozione del bando Start Cup Lazio 2020.
- Attività di scouting di idee imprenditoriali in ambito turistico e congressuale sviluppate da studenti, dottorandi, assegnisti di ricerca, ricercatori, professori, finalizzata a promuovere la creazione di spin-off e/o start-up nella Regione Lazio attraverso la partecipazione alla Start Cup Lazio (SCL) per le edizioni 2019 e 2020.

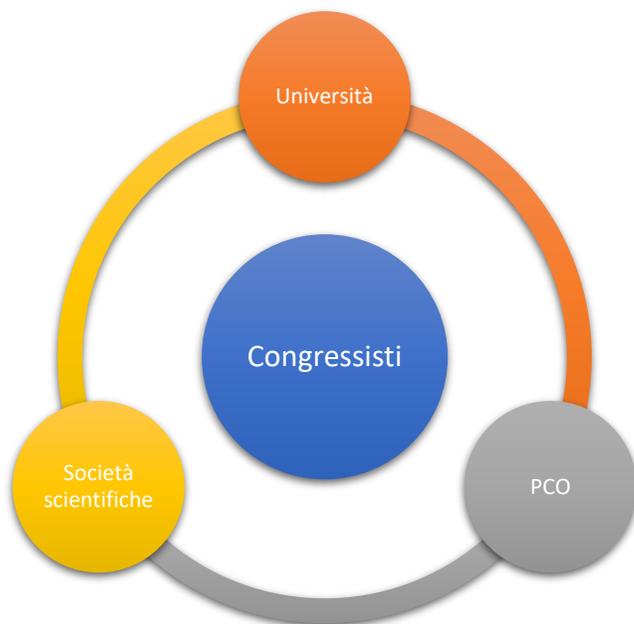
# Linee di azione e prospettive future di ricerca per il potenziamento del settore MICE di Roma e Lazio

(suggerimenti I)

Dai risultati delle analisi svolte dal gruppo di ricerca dell'OdR relativamente agli WP e task sopra illustrati emergono i seguenti principali suggerimenti:

- **Investire su rapporti di collaborazione di tipo continuativo** tra amministrazione pubblica, imprese e operatori economici, Università, comunità locali per organizzare e gestire in maniera sistemica l'offerta di Roma e del Lazio dell'intera filiera del settore MICE e dunque per creare un sistema competitivo;
- **Valorizzare le risorse e i servizi** attraverso adeguate azioni e strumenti di integrazione;
- **Investire in corsi di alta formazione** per sviluppare capacità imprenditoriali e manageriali, al fine di elevare la qualità e il *capacity building* delle istituzioni e delle imprese e, conseguentemente, la competitività di Roma e del Lazio come destinazioni del settore MICE;
- **Incrementare la varietà e intensità degli incentivi di destinazione** offerti da Roma e dal Lazio, i quali sono nettamente inferiori a quelle della concorrenza sia nazionale che, in misura ancora più rilevante, internazionale

# Linee di azione e prospettive future di ricerca per il potenziamento del settore MICE di Roma e Lazio (suggerimenti II)



Inoltre, le analisi condotte suggeriscono di **approfondire la ricerca sul ruolo dell'Università nel posizionamento competitivo del settore MICE**, guardando alla relazione tra Università, Società Scientifiche e PCO.

Un tema di nicchia, in evoluzione e su cui la ricerca internazionale sta producendo interessanti risultati.

In particolare, alla luce dello studio sull'argomento già avviato dal gruppo di ricerca dell'OdR Tor Vergata, si ritiene utile sviluppare un'attività di ricerca con riferimento alla Città di Roma e al Lazio che anche nel contesto nazionale presentano una notevole concentrazione di strutture universitarie pubbliche e private di elevato pregio anche dal punto di vista dell'attrattività turistica, di capacità di accoglienza e finalizzata all'acquisizione di conoscenze relativamente a:

- analisi del ruolo dell'Università nel turismo congressuale;
- analisi del ruolo dell'Università nel turismo scientifico;
- analisi del ruolo dell'Università come attrazione turistica.