



L'Italia dei congressi può e deve crescere

L'industria congressuale garantisce all'Italia un fatturato pari a 15,88 miliardi di euro, ed oltre 300 mila posti di lavoro. Per sfruttare tutte le potenzialità c'è bisogno di consolidare il settore a livello internazionale superando la frammentazione territoriale, e strutturando forti relazioni industriali

➡ **Marcello Parrilli**

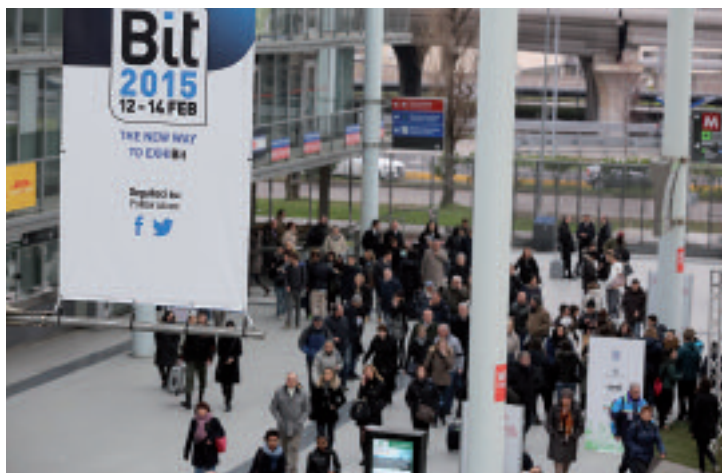
Il mercato fieristico è considerato dalla stragrande maggioranza della Pmi (75%) il principale canale di promozione internazionale. Un settore che vede la partecipazione, in Italia, di oltre 200 mila imprese ed oltre 20 milioni di visitatori

La *Meeting Industry* si conferma un mercato importante per l'Italia. Nonostante la congiuntura sfavorevole, negli ultimi anni l'industria dei convegni, congressi ed eventi ha continuato a registrare cifre significative, garantendo lavoro – secondo le stime di Federcongressi – a circa 300 mila persone, di cui i due terzi vi sono impegnati a tempo pieno ed il restante terzo è rappresentato da professionisti autonomi che collaborano con le strutture del settore. In Italia l'industria congressuale produce un Pil di 15,88 miliardi di euro e l'indotto del ramo congressuale (circa 7

miliardi di euro) conta su numeri di assoluto rilievo: le aziende agricole hanno visto la propria produzione aumentare di 97 milioni di euro, le imprese industriali hanno beneficiato di incrementi produttivi superiori a 3,6 miliardi di euro, i ristoranti di quasi 5 miliardi ed il settore alberghiero di quasi 7 miliardi di euro. Tuttavia si potrebbe fare molto di più, soprattutto considerando che oltre il 50% dei congressi internazionali ha sede in Europa.

Sono soprattutto le aziende ad organizzare congressi ed eventi in Italia. In crescita i convegni scientifici

Solo nel 2013 sono stati oltre 440 i meeting organizzati in Italia che hanno interessato circa 30 milioni di persone ospitate prevalentemente all'interno di spazi fieristici, ma anche in strutture non necessariamente destinate in via esclusiva al settore, quali sedi universitarie ed aziendali. Si è trattato soprattutto di eventi organizzati da imprese e società scientifiche, mentre la quota di congressi programmati dagli enti ha subito una riduzione a causa delle diffuse politiche di *cost cutting*. Secondo una recente ricerca svolta dall'Università di Bologna - Rimini Campus, la domanda congressuale è, in-



Turismo congressuale - ICCA Ranking 2014 vs 2013

Paesi nel mondo	2014		2013		Città nel mondo	2014		2013	
	Classifica	Nr. Meetings	Classifica	Nr. Meetings		Classifica	Nr. Meetings	Classifica	Nr. Meetings
Stati Uniti	1	831	1	829	Parigi	1	214	1	204
Germania	2	659	2	722	Vienna	2	202	3	182
Spagna	3	578	3	652	Madrid	3	200	2	186
Regno Unito	4	543	5	525	Berlino	4	193	5	178
Francia	5	533	4	527	Barcellona	5	182	4	179
Italia	6	452	6	447	Londra	6	166	7	166
Giappone	7	337	7	342	Singapore	7	142	6	175
Cina	8	332	8	340	Amsterdam	8	133	12	120
Paesi Bassi	9	307	10	302	Istanbul	9	130	8	146
Brasile	10	291	9	315	Praga	10	118	11	121
Austria	11	287	14	244	Bruxelles	11	112	15	111
Canada	12	265	11	290	Lisbona	12	109	9	125
Australia	13	260	16	231	Copenaghen	13	105	16	109
Svezia	14	238	15	238	Beijing	14	104	18	105
Portogallo	15	229	13	249	Seoul	15	99	-	125
Svizzera	16	226	20	205	Hong Kong	16	98	23	89
Rep. di Corea	17	222	12	260	Budapest	17	97	17	106
Argentina	18	191	17	223	Roma		97	19	99
Turchia	19	190	18	221	Stoccolma	19	95	20	93
Belgio	20	187	19	214	Taipei	20	92	28	78

Fonte: ICCA Statistic Report 2013, ICCA Statistic Report 2014

Fonte: ICCA Statistic Report 2013, ICCA Statistic Report 2014

fatti, prevalentemente rappresentata da eventi aziendali (47%), seguono poi convegni e seminari (39%), meeting per l'aggiornamento professionale (14%), eventi culturali ed a carattere religioso (4%). Nonostante le imprese rappresentino ancora il principale committente nel ramo congressuale, la congiuntura economica negativa impatta anche in ambito privato, tanto che la quota di congressi organizzati dalle aziende negli ultimi anni ha registrato una flessione di oltre il 10%.

L'Italia sesta nel mondo per turismo congressuale

Ad oggi l'Italia continua comunque a difendere la propria posizione. Secondo quanto riportato dall'ICCA (International Congress and Convention Association), nel consueto Report annuale sugli eventi congressuali organizzati nei diversi Paesi, l'Italia si conferma al sesto posto nel mondo e al quinto in Europa per affluenza turistica in ambito congressuale. A primeggiare sono Stati Uniti, Germania, Spagna, Regno Unito e Francia. Per quanto riguarda la classifica delle principali città, il primato mondiale è detenuto da Parigi. L'Italia è rappresentata da Roma, città con il maggior numero di eventi congressuali organizzati sul territorio, ma scivola in coda alla classifica. La frammentazione dell'offerta italiana porta alla compresenza di numerosi centri territoriali coinvolti

nell'attività congressuale, tali però da non consentire ad alcuna città locale di primeggiare nella classifica. Basti pensare che nella sola città di Parigi hanno avuto luogo oltre il doppio di eventi rispetto a Roma.

Un mercato in crescita nel mondo ma non ancora in Italia

Il Report dell'ICCA censisce i congressi associativi che hanno registrato almeno 50 partecipanti di provenienza internazionale. Sono quasi 11.700 gli eventi rispondenti ai requisiti definiti dall'associazione. Un mercato solido ed in crescita; i dati rilevati relativi agli ultimi anni, in particolare al 2013 evidenziano ben 530 congressi in più rispetto a quanto avvenuto nell'anno precedente. Il turismo congressuale nel mondo è dunque in continuo aumento. In Italia, però, questa industria sembra registrare una leggera flessione. Infatti mentre in Europa gli esborsi per viaggi d'affari rappresentano il 24% dell'intera spesa turistica, l'Italia si assesta a quota 19%. Anche la crescita del settore (+12%) risulta inferiore rispetto al trend registrato a livello internazionale (+37%). Ciò che penalizza il Bel Paese sono soprattutto le difficoltà logistiche e strutturali tipiche di questo mercato, e tali da causare uno scarso coordinamento fra le destinazioni congressuali. Spesso le strutture stesse non sono completamen

L'ITALIA POTENZI IL TURISMO BUSINESS

Secondo dati recenti riportati dal World Travel & Tourism Council (WTTC) e riferiti all'Italia, la spesa turistica per viaggi rappresenta il 18,6% della spesa turistica totale, mentre il restante 81,4% è rappresentato dalla quota relativa al turismo *leisure*. Si tratta di introiti generati prevalentemente da visitatori locali (72%), mentre rimane ancora limitato l'apporto dei viaggiatori stranieri (28%). Tuttavia l'importanza del turista congressuale non deve essere sottovalutata, nonostante i soggiorni medi nel settore siano limitati. Chi sul turismo congressuale ha investito, oggi può contare su un gettito pari al 50% di quello generato dall'intero settore turistico con pernottamenti che rappresentano il 70% del fatturato alberghiero totale.

Un mercato che vale la pena di affrontare con la adeguata convinzione, soprattutto in uno scenario economico difficile come quello attuale.

I principali parametri per la scelta di una location congressuale

- Accessibilità
- Qualità dei servizi
- Presenza di un importante Convention bureau
- Prezzi accessibili
- Logistica adeguata
- Qualità e dimensione della struttura ospitante
- Attrattività della destinazione congressuale

grandi platee. Inoltre un sistema di *governance* percepito come poco stabile unitamente ad una scarsa cooperazione fra pubblico e privato non consentono al Bel Paese di assicurare a punto di riferimento del mercato internazionale. Ciò che fino ad oggi ha sopperito alle molteplici difficoltà locali è, ancora una volta, la valenza del patrimonio artistico e culturale nazionale e l'indiscusso *appeal* del brand "Made in Italy" nel mondo.

Uno sforzo congiunto per consolidare un mercato ancora frammentato, con attenzione al settore fieristico

Investire nel turismo congressuale rappresenterebbe una grande opportunità per l'Italia che ne trarrebbe vantaggio anche per superare quei limiti di stagionalità che gravano sulle numerose città turistiche di montagna e di mare. Basti pensare che il solo distretto dei laghi è già attrezzato con oltre 700 sale congressi. Ciò che manca, però, è il coordinamento fra le strutture, spesso delocalizzate e frammentate, e dunque incapaci di affacciarsi sul mercato estero in maniera integrata. Oggi la presenza di micro eventi non consente al settore di ottenere il giusto riconoscimento. Il consolidamento di questo mercato consentirebbe anche alle piccole imprese di poter partecipare ad eventi di rilevanza internazionale rimanendo nel proprio territorio, senza doversi avventurare occasionalmente in congressi all'estero affrontando esborsi elevati con il rischio di ottenere risultati inferiori a quelli attesi. Il mercato fieristico, in particolare, è considerato dalla stragrande maggioranza della Pmi (75%) il principale canale di promozione internazionale. Un settore che vede la partecipazione, in Italia, di oltre 200 mila imprese ed oltre 20 milioni di visitatori. ■



In Italia le strutture non sono sempre adeguate alle esigenze del mercato internazionale. Tra le principali difficoltà, la mancanza di infrastrutture, una *governance* poco stabile e una scarsa cooperazione fra pubblico e privato. A sopperire a queste carenze è l'eccellenza del nostro patrimonio storico artistico

formi a quanto atteso dal mercato internazionale ed in particolare gli eventi, mediamente piccoli e tradizionalmente frammentati, non sono pensati per contenere