

Congressi medico-scientifici, uno scenario economico migliore sblocca il mercato



L'industria italiana dei congressi e degli eventi dà segnali positivi. I dati parlano chiaro: nel 2015 il numero dei meeting ha messo a segno una crescita dell'11,5% e un aumento del 15% delle presenze. Non solo. La quantità di pernottamenti legati a congressi o eventi che si svolgono per più di un giorno ha fatto registrare circa 25 milioni di presenze, pari al 9,6% sul totale di quelle degli esercizi alberghieri nel 2015. A fotografare il settore è l'Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi-Oice, il progetto di ricerca giunto alla seconda edizione promosso da Federcongressi&eventi (l'associazione della meeting industry italiana) e realizzato dall'Alta scuola in economia e relazioni internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

A fare da traino, uno scenario economico globale «sbloccato» che spinge le imprese a stanziare budget per gli eventi, il bisogno delle associazioni di fare formazione e i costanti investimenti compiuti dalle sedi di eventi per offrire servizi up to date. E anche per il 2016 le prospettive sembrano favorevoli. «La seconda edizione dello studio -ha spiegato Mario Buscema, presidente Federcongressi&eventi- voluto dall'associazione per monitorare costantemente l'industria italiana dei congressi e degli eventi evidenzia come il nostro sia un settore in crescita costante, capace quindi di incidere in maniera significativa sull'economia del Paese».

«A contribuire al trend positivo - ha ricordato - non sono solo le migliori condizioni globali del mercato ma anche l'impegno in prima persona della meeting industry. La recente nascita del convention bureau nazionale, la fondazione negli ultimi mesi di strategici bureau locali e gli investimenti

compiuti dalle sedi di eventi indicano quanto il comparto sia sempre più strutturato per essere ancora più competitivo».

Associazioni, aziende e istituzioni hanno fatto la parte del leone

Nel loro insieme hanno rappresentato infatti l'87,2% degli eventi totali a fronte di uno sparuto 5,7% di eventi culturali e di un 7,1% di altri eventi. Considerando le principali tre tipologie di clienti, aziende, associazioni e istituzioni, le prime sono state quelle più attive. Il bisogno e la volontà di stimolare la forza vendita, di incentivare le buone performance dei propri dipendenti e di lanciare sempre nuovi prodotti sul mercato hanno fatto sì che oltre la metà degli eventi svoltisi nel 2015 in Italia (il 55,4%) sia stata promossa dal segmento corporate. Gli eventi aziendali registrano il 47% dei partecipanti e il 49,3% delle presenze.

Buona anche la performance del segmento associativo che trova soprattutto nei congressi indispensabili occasioni di crescita, formazione e confronto (si pensi soprattutto ai congressi medico-scientifici). Gli incontri promossi dalle associazioni hanno rappresentato complessivamente il 34,8% degli eventi, il 41,7% dei partecipanti totali e il 39,5% delle presenze. Gli eventi promossi da enti e istituzioni di tipo governativo, politico, sindacale e sociale hanno invece costituito il 9,8% degli eventi totali, l'11,3% dei partecipanti e l'11,2% delle presenze.

La mappa degli eventi

Come lo scorso anno il principale ambito di riferimento di congressi ed eventi è stato quello locale. Nella maggioranza dei congressi ed eventi (il 60,8%) i partecipanti (relatori esclusi) provenivano infatti prevalentemente dalla medesima regione della sede congressuale ospitante. Il 30,1% degli eventi ha avuto un orizzonte nazionale, ossia con partecipanti (relatori esclusi) provenienti prevalentemente da fuori regione. Solo il 9,1% degli eventi è invece classificabile come internazionale, con un numero significativo di partecipanti provenienti dall'estero.

La carenza di infrastrutture e la non sempre facile raggiungibilità continuano a penalizzare le regioni meridionali. Nonostante il Sud e le Isole abbiano registrato un aumento dell'8,9% dei congressi ed eventi ospitati, pari al 16,5% del totale, il Nord si conferma come l'area geografica più attraente. Di tutti gli eventi rilevati il 56,1% si è svolto nelle regioni settentrionali che hanno assistito a un incremento del 13,7%.

Il Centro si è aggiudicato il 27,4% degli eventi, segnando un +8,7%. Domanda e offerta procedono parallelamente: la metà delle sedi è dislocata al Nord (il 52,8%) con Milano che dispone di 220 sedi; il 25,9% al Centro con capofila le città di Roma e Firenze e le loro rispettive 400 e 108 sedi; il 13,2% al Sud e l'8,1% nelle isole.

«La capillare diffusione -ha osservato Roberto Nelli, responsabile scientifico della ricerca - di sedi per eventi sul territorio, pur nella sua frammentazione, costituisce una grande opportunità per l'Italia non solo per la considerevole

produzione di valore economico, ma anche per la potenziale diffusione di valore culturale e sociale, realizzabile attraverso la condivisione di conoscenze e di esperienze e la formazione di nuove relazioni tra le persone: è sulla sedimentazione sui territori anche di questi valori che occorre investire con sempre maggiore consapevolezza».

Gli alberghi congressuali

Anche nel 2015 la maggior parte degli eventi, il 79,8%, si è svolta negli alberghi congressuali (il 70,9% di tutte le sedi analizzate) che, però, non hanno realizzato una percentuale altrettanto elevata sia di partecipanti (il 58,6%) sia di presenze (58,9%). Le dimore storiche sono state scelte per il 3,2% degli eventi e i centri congressi e fieristico congressuali per il 3,6%. Le sedi non smettono di migliorare per essere sempre più competitive sul mercato. Nel 2015 il 60% ha, infatti, compiuto investimenti stanziando budget soprattutto per tecnologie (nel 67,4% dei casi), infrastrutture e servizi (40,3%), strutture (36,3%) e risorse umane (28%).

Il trend è confermato anche per quest'anno: più della metà delle sedi è infatti intenzionata a investire, soprattutto sul fronte tecnologico. Per quanto riguarda il fatturato previsto per il 2016, quasi la metà delle sedi (44,7%) si è dichiarata ottimista circa una probabile crescita mentre il 42,8% ritiene che rimarrà invariato.