



L'inchiesta

22 aprile 2009

Meeting industry

a cura di:
MARIA CARNIGLIA

La meeting industry impiega 280 mila persone. Il fatturato medio è di circa 23 miliardi di euro in un anno e rappresenta il 30% dell'intero fatturato del mercato turistico italiano. Il congressuale da una parte sconta ritardi su diversi fronti ma dall'altra fa i conti con alcuni progetti di sviluppo e segnali di schiarita.

Se è vero che la crisi investe anche la meeting industry è vero anche che negli ultimi mesi le diverse parti in causa sono riuscite ad incastrare al meglio alcuni tasselli e questo gioca a favore di una ripresa prevista già dalla fine del 2009.

Federcongressi, l'associazione delle federazioni italiane della meeting & incentive industry nata nel 2004, punta l'attenzione sui problemi ma anche sulla vitalità e l'unitarietà del settore. La federazione infatti segnala l'inadeguatezza delle infrastrutture di paese, la carenza di strutture congressuali in certi segmenti e la mancanza di una forte promozione del brand Italia. Non bisogna però dimenticare la crescita del congressuale negli ultimi 10 anni, la presenza di significative aggregazioni di impresa ed i progetti di nuove sedi e l'avviato dialogo con il Governo, che in più occasioni ha



■ **280.000**
Le persone impiegate nella meeting industry

■ **23 mld €**
fatturato medio annuo

■ **34,5 mln**
Presenze ai congressi tra lug 2007 e giu 2008

■ **20,8 mln**
I congressisti tra lug 2007 e giu 2008

Il settore rappresenta il 30% del giro d'affari del mercato turistico italiano

Come si combatte la crisi del congressuale

“**Bisogna impostare strategie che consentano al segmento un ulteriore e consolidato sviluppo**”

Michela Vittoria Brambilla

messo l'accento sull'importanza del settore.

«Proprio perché l'Italia ha ormai assunto – ha sottolineato Michela Vittoria Brambilla – in Europa

una posizione di rilievo che la pone, per numero di centri congressi e capacità ricettive, solo dopo Francia e Regno Unito, occorre fare ogni sforzo perché questo settore non solo possa superare questa crisi ma anche impostare strategie che gli consentano un ulteriore e consolidato sviluppo».

Secondo il governo, disposto a finanziare i progetti di eccellenza e a sostenere, insieme a Federcongressi, Confturismo, Fedeturismo ed Enit, la nascita a breve del Convention Bureau Nazionale,

occorre procedere ad una mappatura delle location ma anche fare in modo che i servizi e le strutture alberghiere adiacenti funzionino in tutti i periodi dell'anno.

Secondo i dati dell'Osservatorio Congressuale Italiano nel periodo compreso tra luglio 2007 e giugno 2008 il sistema congressuale italiano ha totalizzato 34,5 milioni di presenze, ospitando 11 mila 139 eventi e 20,8 milioni di congressisti.

La crisi spinge la domanda su strutture più economiche e diminuiscono gli eventi internazionali.

In Italia il primato assoluto per numero di incontri e congressisti spetta a Roma, seguita da Milano, Bologna, Firenze e Napoli.

L'offerta congressuale è un insieme di elementi ed include i trasporti, le strutture ed i servizi post congresso. Da Nord a Sud, le iniziative e gli investimenti continuano a moltiplicarsi. Abbiamo selezionato alcune realtà che vale la pena mettere in evidenza per la portata degli investimenti, ma anche per l'impegno nel portare avanti progetti in sinergia con il resto del territorio.

In Sardegna si punta sull'offerta ampliata

Il Sardegna Convention Bureau è una realtà molto attiva negli ultimi anni. Nel 2008 ha portato a termine una serie di attività ed altrettante ne ha in programma nel 2009, con la convinzione che lavorando in sinergia è più facile promuovere l'offerta completa dell'Isola e raccogliere risultati concreti.

«Il comparto del turismo congressuale è di particolare interesse per le sue potenzialità – spiega il presidente del Scb Alfredo Sirianni – avendo conosciuto negli ultimi anni un trend costante di crescita all'interno di un mercato sempre più competitivo». A favore dell'Isola giocano le molte strutture polifunzionali (Centri Congressuali) e spazi utilizzabili all'uso congressuale e per gli eventi, con relative infrastrutture collegate.

«L'esistenza ed il consolidamento di un circuito di operatori – aggiunge Sirianni – che insiste su un segmento di mercato strategico come quello del turismo congressuale è un fatto di grande rilievo, perché testimonia la presenza di obiettivi e strategie di promozione comuni, ma soprattutto la volontà di destinare risorse ad un unico progetto». Il settore Mice fornisce enormi potenzialità allo sviluppo economico degli operatori dell'isola se lo si inquadra come strumento di valorizzazione del territorio ed in termini di potenziamento della domanda in periodi dell'anno che registrano un calo consistente del cosiddetto turismo convenzionale. La Sardegna poi, può vantare qualità e punti di forza innegabili che la rendono unica e molto appetibile.

Il Sardegna Convention Bureau sta sviluppando alcune proposte turistiche che affianchino all'offerta congressuale il gioco del golf e contemporaneamente sta seguendo la sperimentazione del marchio ambientale del turismo congressuale. Il progetto ha come finalità lo sviluppo di una strategia di marketing che preveda l'offerta di un pacchetto di servizi congressuali con impatti ambientali minimi.

“**Destiniamo risorse verso un unico progetto**”

Alfredo Sirianni



Gli investimenti mirati di Venice Convention

Anche Venezia ha messo in moto investimenti notevoli legati ad una serie di progetti che saranno pronti nel 2011, per le celebrazioni legate all'Unità d'Italia. Si tratta di interventi strutturali programmati per rafforzare l'offerta congressuale coordinata da Venice Convention.

«E' stata appena posata la prima pietra del nuovo Palazzo del Cinema – commenta Enrico Jesu, sales & marketing manager Venice Convention – che richiederà ben 80 milioni di euro. In questo modo avremo a disposizione un centro congressi molto più capiente ed

articolato grazie ai passaggi sotterranei».

Entro il 2011 quindi il territorio potrà contare su 2 mila 150 posti nella nuova struttura, che si sommeranno al Pala Galileo (1.300 posti) ed alla Sala Grande (1015 posti). Non solo ma il progetto di rafforzamento di tutta l'offerta comprende anche la ristrutturazione dell'hotel Excelsior che passerà alla catena Four Seasons. Il progetto include lavori per circa 90 milioni di euro. Venezia ha ospitato 51 eventi nel 2008, per un totale di 57 mila 734 pre-

senze. «Il 2008 è stato un anno importante – commenta il presidente uscente di Federcongressi Alfredo Parodi – per un settore che è tra le prime voci nel panorama turistico. Non solo ma è anche arrivato un riconoscimento sul fronte fiscale (modifica interpretativa della Legge 133/08). La Federazione insomma è cresciuta a



“**Posata la prima pietra del nuovo Palazzo del Cinema. Costo 80 milioni di euro**”

Enrico Jesu

grazie anche alle sei delegazioni regionali».

L'obiettivo a breve termine è di dare una voce unitaria alla meeting industry per avere un feeling maggiore con le istituzioni. Federcongressi, che attualmente rappresenta 1000 imprese del settore, punta molto sulla formazione e sulla nascita di un efficiente centro rilevazione dati. Nel primo caso l'obiettivo è di fare in modo di offrire a breve un "learning center", in grado di erogare formazione in maniera più diretta.

«Per quanto riguarda la raccolta dei dati – conclude Paolo Zona, neo presidente Federcongressi – Banca Intesa San Paolo ha appena dato la disponibilità ad utilizzare un gruppo di professionisti interni per fare un studio sui dati economici del settore congressuale».

Il Bay Of Excellence di Napoli composta da molte anime

“**Puntiamo a migliorare l'immagine della nostra città e dell'imprenditoria**”

Teresa Naldi



Il giovanissimo consorzio Bay Of Excellence, nato a Napoli nel 2007, punta a rafforzare l'immagine della città partenopea attraverso l'aggregazione delle differenti componenti. Ad ottobre 2009 Napoli ospiterà la settima edizione di ExMeetEx, workshop promosso da Meet in Italy, associazione che rappresenta le destinazioni italiane più qualificate e attrezzate per il turismo congressuale e incentive.

«La tre giorni di ottobre sarà così l'occasione – sottolinea Teresa Naldi, presidente del Consorzio Bay Of Excellence – per promuovere, migliorare e potenziare l'immagine della nostra città e delle realtà

imprenditoriali coinvolte. Potremo così evidenziare, in una vetrina internazionale, l'efficienza dei nostri servizi, mostrare le eccellenze artistiche, culturali e paesaggistiche e, soprattutto, trasmettere quella che è l'immagine vera e reale della Campania, che tanto si discosta da quella che i mass media spesso propongono». In appena un anno e mezzo di attività il consorzio ha investito sul territorio, mettendo in risalto la ricettività alberghiera, i servizi e tutti gli spazi congressuali situati in posizioni strategiche, in poche parole l'offerta che rende il territorio ideale per convegni ed incentive.